

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 11.07.2025 12:50:44  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

УП: 43.03.02 Туризм  
2025.plx

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФГБОУ ВО «ТВЕРСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Утверждаю:  
Руководитель ООП  
 Л.П. Богданова  
«19» мая 2025 г.  


Рабочая программа дисциплины

**Маркетинг в туризме**

|                           |                                                                      |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Закреплена за кафедрой:   | <b>Туризма и природопользования</b>                                  |
| Направление подготовки:   | <b>43.03.02 Туризм</b>                                               |
| Направленность (профиль): | <b>Технология и организация туроператорских и турагентских услуг</b> |
| Квалификация:             | <b>Бакалавр</b>                                                      |
| Форма обучения:           | <b>очная</b>                                                         |
| Семестр:                  | <b>6</b>                                                             |

Программу составил(и):

*канд. физ.-мат. наук, доц., Домбровская Вероника Евгеньевна*

Тверь, 2025

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

### Цели освоения дисциплины (модуля):

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в туризме» является формирование у студентов системы знаний о маркетинге как о философии бизнеса и управленческой концепции, как о наборе эффективных современных инструментов, необходимых для функционирования предприятия в условиях высокой конкуренции с учетом специфики туристского предприятия, и как о важной части системы управления предприятием.

### Задачи :

Задачами освоения дисциплины являются:

- постижение студентами содержания и сущности маркетинговой деятельности на предприятиях туризма;
- ознакомление их с основными рабочими понятиями маркетинга;
- ознакомление студентов с методами проведения маркетинговых исследований;
- приобретение студентами знаний и навыков в формировании ценовой политики фирмы;
- приобретение студентами знаний и навыков в организации маркетинговой деятельности на предприятиях туризма

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ОП: Б1.О

### Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Дисциплина «Маркетинг в туризме» входит в число дисциплин обязательной части учебного плана. Содержательно дисциплина «Маркетинг в туризме» опирается на знания и навыки, полученные студентами при изучении дисциплин

Экономика туризма

Психология в туристской деятельности

Экономика

**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

Учебная дисциплина «Маркетинг в туризме» создает основы для изучения курсов

Проектирование туров

Реклама в туризме

## 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| <b>Общая трудоемкость</b> | 3 ЗЕТ |
| Часов по учебному плану   | 108   |
| <b>в том числе:</b>       |       |
| самостоятельная работа    | 57    |

## 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

ОПК-3.1: Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон

ОПК-4.1: Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов

ОПК-4.2: Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационнотелекоммуникационной сети Интернет

## 5. ВИДЫ КОНТРОЛЯ

|                            |   |
|----------------------------|---|
| Виды контроля в семестрах: |   |
| зачеты                     | 6 |

## 6. ЯЗЫК ПРЕПОДАВАНИЯ

Язык преподавания: русский.

## 7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| №   | Наименование разделов и тем                                                                             | Вид занятия | Сем. | Часов | Примечание |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|-------|------------|
|     | Раздел 1. Введение.                                                                                     |             |      |       |            |
| 1.1 |                                                                                                         | Лек         | 6    | 2     |            |
|     | Раздел 2. Тема 1. История маркетинга. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий. |             |      |       |            |
| 2.1 |                                                                                                         | Лек         | 6    | 2     |            |
| 2.2 |                                                                                                         | Пр          | 6    | 1     |            |
| 2.3 |                                                                                                         | Ср          | 6    | 4     |            |
|     | Раздел 3. Тема 2. Виды маркетинговых исследований. Формы организации маркетинговых исследований.        |             |      |       |            |
| 3.1 |                                                                                                         | Лек         | 6    | 4     |            |
| 3.2 |                                                                                                         | Пр          | 6    | 1     |            |
| 3.3 |                                                                                                         | Ср          | 6    | 5     |            |
|     | Раздел 4. Тема 3. Маркетинговая среда фирмы и маркетинговая информация                                  |             |      |       |            |
| 4.1 |                                                                                                         | Лек         | 6    | 2     |            |
| 4.2 |                                                                                                         | Пр          | 6    | 1     |            |
| 4.3 |                                                                                                         | Ср          | 6    | 5     |            |
|     | Раздел 5. Тема 4. Методы сбора первичной маркетинговой информации.                                      |             |      |       |            |
| 5.1 |                                                                                                         | Лек         | 6    | 4     |            |

|      |                                                                                                                      |     |   |   |  |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---|---|--|
| 5.2  |                                                                                                                      | Пр  | 6 | 2 |  |
| 5.3  |                                                                                                                      | Ср  | 6 | 5 |  |
|      | Раздел 6. Тема 5. Маркетинговые исследования туристского рынка.                                                      |     |   |   |  |
| 6.1  |                                                                                                                      | Лек | 6 | 2 |  |
| 6.2  |                                                                                                                      | Пр  | 6 | 2 |  |
| 6.3  |                                                                                                                      | Ср  | 6 | 5 |  |
|      | Раздел 7. Тема 6. Маркетинговые исследования туристского продукта.                                                   |     |   |   |  |
| 7.1  |                                                                                                                      | Лек | 6 | 2 |  |
| 7.2  |                                                                                                                      | Пр  | 6 | 1 |  |
| 7.3  |                                                                                                                      | Ср  | 6 | 5 |  |
|      | Раздел 8. Тема 7. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг. Сегментация рынка.                       |     |   |   |  |
| 8.1  |                                                                                                                      | Лек | 6 | 2 |  |
| 8.2  |                                                                                                                      | Пр  | 6 | 1 |  |
| 8.3  |                                                                                                                      | Ср  | 6 | 5 |  |
|      | Раздел 9. Тема 8. Формирование маркетинговой стратегии туристского предприятия. Маркетинговая продуктовая стратегия. |     |   |   |  |
| 9.1  |                                                                                                                      | Лек | 6 | 2 |  |
| 9.2  |                                                                                                                      | Пр  | 6 | 2 |  |
| 9.3  |                                                                                                                      | Ср  | 6 | 5 |  |
|      | Раздел 10. Тема 9. Маркетинговая ценовая стратегия.                                                                  |     |   |   |  |
| 10.1 |                                                                                                                      | Лек | 6 | 4 |  |
| 10.2 |                                                                                                                      | Пр  | 6 | 1 |  |
| 10.3 |                                                                                                                      | Ср  | 6 | 4 |  |
|      | Раздел 11. Тема 10. Маркетинговые коммуникации.                                                                      |     |   |   |  |
| 11.1 |                                                                                                                      | Лек | 6 | 4 |  |

|      |                                                                 |     |   |   |  |
|------|-----------------------------------------------------------------|-----|---|---|--|
| 11.2 |                                                                 | Пр  | 6 | 2 |  |
| 11.3 |                                                                 | Ср  | 6 | 5 |  |
|      | Раздел 12. Тема 11. Брендинг в туризме                          |     |   |   |  |
| 12.1 |                                                                 | Лек | 6 | 2 |  |
| 12.2 |                                                                 | Пр  | 6 | 1 |  |
| 12.3 |                                                                 | Ср  | 6 | 4 |  |
|      | Раздел 13. Тема 12. Организация и контроль маркетинга в туризме |     |   |   |  |
| 13.1 |                                                                 | Лек | 6 | 2 |  |
| 13.2 |                                                                 | Пр  | 6 | 2 |  |
| 13.3 |                                                                 | Ср  | 6 | 5 |  |

### **Образовательные технологии**

В процессе обучения по дисциплине используется множество активных форм. Решаются практические задачи. На примере кейсов с предваряющими мастер-классами приобретается навык творческой индивидуальной и командной работы

#### **Список образовательных технологий**

|   |                                                                                                                                                              |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Игровые технологии                                                                                                                                           |
| 2 | Дискуссионные технологии (форум, симпозиум, дебаты, аквариумная дискуссия, панельная дискуссия, круглый стол, фасилитированная и т.д.)                       |
| 3 | Активное слушание                                                                                                                                            |
| 4 | Методы группового решения творческих задач (метод Дельфи, метод 6–6, метод развивающей кооперации, мозговой штурм (метод генерации идей), нетворкинг и т.д.) |
| 5 | Тренинг                                                                                                                                                      |

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **8.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации**

### **8.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации**

Вопросы для проведения зачета  
Определение маркетинга, управление маркетингом  
Концепции управления маркетингом  
Маркетинговая среда  
Особенности спроса на рынке туристских услуг  
Маркетинговые исследования: метод опроса, метод наблюдения  
Маркетинговые исследования: экспертные методы  
Рынок туризма: классификация  
Структура туристского рынка  
Емкость туристского рынка  
Сегментирование рынка

Понятие ценностного предложения  
 Суть RFM-анализа  
 Маркетинг туристского продукта: 3 уровня туристского продукта  
 Жизненный цикл туристского продукта  
 Тренды современного потребительского рынка в туризме  
 Ценообразование в туризме: понятие цены, функции цены  
 Методы ценообразования: метод издержек  
 Методы ценообразования: метод маркетингового ценообразования  
 Методы ценообразования: метод установления цены, исходя из цен на конкурирующие предложения  
 Стратегии ценообразования  
 Маркетинговые коммуникации: инструменты МК  
 Выставочная деятельность в туризме. Этапы выставочной работы.  
 Сбытовая политика туристского предприятия. Виды сбыта  
 Критерии оценки каналов сбыта  
 Продвижение. Способы продвижения  
 Маркетинговая стратегия. Суть понятия и группы маркетинговых стратегий  
 Матрица Ансоффа  
 Матрица БКГ  
 Матрица McKinsey  
 Конкурентные стратегии (5 конкурентных сил Портера)  
 Маркетинг туристских территорий  
 Брендинг территорий  
 Этапы формирования бренда территории

Пример заданий второй части (Кейс-задача) Вариант 1.

Вам как сотруднику туристского агентства (г. Тверь) было поручено руководителем провести SWOT-анализ положения фирмы на рынке и перспективах ее развития.

Необходимо:

- 1) определить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, составить матрицу SWOT-анализа;
- 3) сделать выводы согласно результатам проведенного исследования.

### 8.3. Требования к рейтинг-контролю

## 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Рекомендуемая литература

#### Основная

| Шифр  | Литература                                                                                                                                                                             |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Л.1.1 | Шубаева, Сердобольская, Маркетинг в туристской индустрии, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-08449-8, URL: <a href="https://urait.ru/bcode/537347">https://urait.ru/bcode/537347</a> |
| Л.1.2 | Коль, Маркетинг в туристской индустрии, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-16269-1, URL: <a href="https://urait.ru/bcode/536793">https://urait.ru/bcode/536793</a>                   |
| Л.1.3 | Восколович, Маркетинг туристских услуг, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-15684-3, URL: <a href="https://urait.ru/bcode/536511">https://urait.ru/bcode/536511</a>                   |

|       |                                                                                                                                                                                 |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Л.1.4 | Джанджугазова, Маркетинг туристских территорий, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-07732-2,<br>URL: <a href="https://urait.ru/bcode/538259">https://urait.ru/bcode/538259</a> |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### Дополнительная

| Шифр  | Литература                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Л.2.1 | Джанджугазова, Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий, Москва: Юрайт, 2024, ISBN: 978-5-534-10551-3,<br>URL: <a href="https://urait.ru/bcode/542264">https://urait.ru/bcode/542264</a>               |
| Л.2.2 | Дурович, Маркетинг в туризме, Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022, ISBN: 978-5-16-009967-5,<br>URL: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=400300">https://znanium.com/catalog/document?id=400300</a> |
| Л.2.3 | Дурович, Реклама в туризме, Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024, ISBN: 978-5-16-019702-9,<br>URL: <a href="https://znanium.ru/catalog/document?id=439710">https://znanium.ru/catalog/document?id=439710</a>     |

#### Перечень программного обеспечения

|   |                                            |
|---|--------------------------------------------|
| 1 | Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows |
| 2 | Adobe Acrobat Reader                       |
| 3 | Google Chrome                              |
| 4 | OpenOffice                                 |

#### Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

|    |                                                                  |
|----|------------------------------------------------------------------|
| 1  | Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (подписка на журналы) |
| 2  | ЭБС ТвГУ                                                         |
| 3  | ЭБС BOOK.ru                                                      |
| 4  | ЭБС «Лань»                                                       |
| 5  | ЭБС IPRbooks                                                     |
| 6  | ЭБС «Университетская библиотека онлайн»                          |
| 7  | ЭБС «ЮРАИТ»                                                      |
| 8  | ЭБС «ZNANIUM.COM»                                                |
| 9  | СПС "КонсультантПлюс"                                            |
| 10 | СПС "ГАРАНТ"                                                     |

### 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Аудит-я | Оборудование                                            |
|---------|---------------------------------------------------------|
| 6-118   | принтер, компьютеры, доска интерактивная, доска офисная |
| 6-112   | проектор, экран, переносной ноутбук, сумка для ноутбука |

### 11. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ