

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«МИЧУРИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра экономики и коммерции

УТВЕРЖДЕНА
решением учебно-методического совета
университета
(протокол № 7 от 22 апреля 2026 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель учебно-методического
совета университета
Р.А. Чмир
«22» апреля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) Технология и организация экскурсионных услуг
(агротуризм)

Квалификация - бакалавр

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Целью дисциплины «Маркетинг в туризме» ставится рассмотрение основ организации маркетинговой деятельности на предприятиях туристской индустрии.

Задачами дисциплины являются:

- углубление теоретических знаний в области маркетинг в туристской индустрии путем использования средств социально-экономического и статистического анализа и современных маркетинговых и информационных технологий;
- изучение комплексного подхода исследования потребителя услуг туризма как целостности, где особый акцент делается на его учете в работе туристских предприятий;
- выделение индивидуальных потребностей в туризме и их связи с социально-экономической активностью, рассмотрение основ запросов и потребностей в туризме, их зависимости от различных факторов, классификации потребностей и оценки их значимости при определении направления работы туристских предприятий;
- овладение основами методологии в области маркетинг в туристской индустрии;
- приобретение базовых навыков практической работы по сбору необходимых материалов, их комплексной оценке, анализу и систематизации в рамках маркетинга в туристской индустрии.

При освоении данной дисциплины учитываются трудовые функции профессионального стандарта:

04.005 «Экскурсовод (гид)», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 июня 2021 г. N 394н "Об утверждении профессионального стандарта «Экскурсовод (гид)».

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Маркетинг в туризме» относится к Блоку 1 Дисциплины (модули) обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений (Модуль «Маркетинг в туризме») (Б1.О.03.03).

Для успешного освоения дисциплины обучающийся должен овладеть основами таких дисциплин, как «Экономика туризма», «Технология продаж и обслуживания в туризме», «Особенности PR деятельности в сфере туризма», «Организация туристской деятельности», «Правовое регулирование туристской деятельности».

Теоретические знания и практические навыки, полученные при изучении, могут быть использованы в процессе подготовки выпускной квалификационной работы и выполнении научно-исследовательских работ.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить следующие трудовые функции.

04.005 «Экскурсовод (гид)»:

С/01.6 Разработка экскурсий

Трудовые действия:

Составление экскурсионных программ, маршрутов

Отбор экскурсионных объектов для будущей экскурсии.

Комплектование «портфеля экскурсовода».

Оформление экскурсионной документации.

С/02.6 Проведение экскурсий

Трудовые действия:

Обеспечение проведения экскурсий.

Соблюдение маршрута экскурсий.

Обеспечение безопасности экскурсантов во время экскурсий.

Обеспечение возвращения экскурсантов.

Освоение дисциплины (модуля) направлено на формирование следующих компетенций:

ОПК-2 - Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью

ОПК-3 - Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

ОПК-4 - Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

ОПК-5 - Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности

ПК-2 - Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

ПК-4 - Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий

Код и наименование компетенции	Код и наименована индикатора достижения компетенций	Критерии оценивания результатов обучения			
		Низкий (допороговый) компетенция не сформирована	Пороговый	Базовый	Продвинутый
Категория общепрофессиональных компетенций – Управление					
О П К - 2 Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	ИД-1 _{ОПК-2} – Определяет цели и задачи управления объектами туристской деятельности	Не может определять цели и задачи управления объектами туристской деятельности	Допускает ошибки при определении целей и задач управления объектами туристской деятельности	Достаточно успешно определяет цели и задачи управления объектами туристской деятельности	Уверенно определяет цели и задачи управления объектами туристской деятельности
	ИД-2 _{ОПК-2} – Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности объектов туристской деятельности	Не владеет основами использования основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности объектов туристской деятельности	Допускает ошибки при овладении основными методами и приемами планирования, организации, мотивации и координации деятельности объектов туристской деятельности	Достаточно успешно владеет основными методами и приемами планирования, организации, мотивации и координации деятельности объектов туристской деятельности	Свободно владеет основными методами и приемами планирования, организации, мотивации и координации деятельности объектов туристской деятельности
	ИД-3 _{ОПК-2} – Осуществляет	Не может осуществлять	Допускает ошибки при	Достаточно успешно	Уверенно осуществляет

	контроль деятельности объектов туристской сферы	контроль деятельности объектов туристской сферы	осуществлении контроля деятельности объектов туристской сферы	осуществляет контроль деятельности объектов туристской сферы	контроль деятельности объектов туристской сферы
Категория общепрофессиональных компетенций – Качество					
О П К - 3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ИД-1 _{ОПК-3} – Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон	Не может оценивать качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон	Допускает ошибки при оценивании качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон	Достаточно успешно оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон	Уверенно оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон
	ИД-2 _{ОПК-3} – Обеспечивает требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами	Не может обеспечивать требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами	Допускает ошибки при обеспечении требуемого качества процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами	Достаточно успешно обеспечивает требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами	Уверенно обеспечивает требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами
Категория общепрофессиональных компетенций – Маркетинг					
О П К - 4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ИД-1 _{ОПК-4} – Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Не может осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Допускает ошибки при осуществлении маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Достаточно успешно осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Уверенно осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов
	ИД-2 _{ОПК-4} – Формирует	Не может формировать	Допускает ошибки при	Достаточно успешно	Уверенно формирует

	каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	формировании каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
Категория общепрофессиональных компетенций – Экономика					
О П К - 5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ИД-1 _{ОПК-5} – Определяет, анализирует, оценивает производственные экономические показатели предприятий туристской сферы	Не может определять, анализировать, оценивать производственные экономические показатели предприятий туристской сферы	Допускает ошибки при определении, анализе, оценке производственных экономических показателей предприятий туристской сферы	Достаточно успешно определяет, анализирует, оценивает производственные экономические показатели предприятий туристской сферы	Уверенно определяет, анализирует, оценивает производственные экономические показатели предприятий туристской сферы
	ИД-2 _{ОПК-5} – Принимает экономически обоснованные управленческие решения	Не может принимать экономически обоснованные управленческие решения	Допускает ошибки при приеме экономически обоснованных управленческих решения	Достаточно успешно принимает экономически обоснованные управленческие решения	Уверенно принимает экономически обоснованные управленческие решения
	ИД-3 _{ОПК-5} – Обеспечивает экономическую эффективность туристского предприятия	Не владеет основами обеспечения экономической эффективности туристского предприятия	Допускает ошибки при овладении приемами обеспечения экономической эффективности туристского предприятия	Достаточно успешно владеет способностью обеспечить экономическую эффективность туристского предприятия	Уверенно владеет способностью обеспечения экономической эффективности туристского предприятия
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий					
П К - 2 Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского	ИД-1 _{ПК-2} – Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия	Не может вырабатывать управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений	Допускает ошибки при выработке управленческих решений на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и	Достаточно успешно вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия	Уверенно вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и

продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	и предпочтений потребителя	потребителя	предпочтений потребителя	и предпочтений потребителя	предпочтений потребителя
	ИД-2 _{ПК-2} – Участвует в составлении сметы и формировании и стоимости туристских услуг	Не может участвовать в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг	Допускает ошибки при участии в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг	Достаточно успешно участвует в составлении сметы и формировании и стоимости туристских услуг	Уверенно участвует в составлении сметы и формировании и стоимости туристских услуг
	ИД-3 _{ПК-2} – Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг	Не владеет основами разработки текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучения обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг	Допускает ошибки при овладении разработкой текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучении обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг	Достаточно успешно владеет разработкой текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг	Уверенно владеет разработкой текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг
Тип задач профессиональной деятельности: технологический					
П К - 4 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ИД-1 _{ПК-4} – Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	Не может осуществлять проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	Допускает ошибки при осуществлении проведения мероприятий по продвижению туристского продукта	Достаточно успешно осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	Уверенно осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта
	ИД-2 _{ПК-4} – Осуществляет оценку эффективности и проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке	Не может осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывать мероприятия по корректировке рекламных кампаний	Допускает ошибки при осуществлении оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов, разработке мероприятия по корректировке рекламных	Достаточно успешно осуществляет оценку эффективности и проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по	Уверенно осуществляет оценку эффективности и проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке

	е рекламных кампаний		кампаний	корректировк е рекламных кампаний	е рекламных кампаний
--	----------------------	--	----------	--------------------------------------	----------------------

В результате изучения дисциплины «Маркетинг в туризме» обучающийся должен:

ОПК-2 - Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью

ОПК-3 - Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности

ОПК-4 - Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

ОПК-5 - Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности

ПК-2 - Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

ПК-4 - Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий

Знать:

- основные функции управления туристской деятельностью;
- требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;
- основы проведения исследований туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта;
- показатели и методику расчета экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности;
- виды затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста;
- способы продвижения туристского продукта с использованием современных технологий

Уметь:

- осуществлять основные функции управления туристской деятельностью;
- обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;
- осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта;
- принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности;
- рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения;
- продвигать туристский продукт с использованием современных технологий

Владеть:

- основными функциями управления туристской деятельностью;
- приемами обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;
- способами исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта;
- приемами оценки экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности;

- оценкой затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста;
- способами продвижения туристских продуктов с использованием современных технологий

3.1. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины (модуля) и формируемых в них общепрофессиональных и профессиональных компетенций

Разделы, темы дисциплины	Компетенции						Общее количество компетенций
	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ПК-2	ПК-4	
1. Система маркетинга предприятия индустрии туризма, ее особенности	×	×				×	3
2. Маркетинговые исследования в туризме			×		×		2
3. Маркетинговая среда туристического предприятия				×		×	2
4. Туристский рынок и конкуренция			×		×		2
5. Исследование потребителей туристских услуг			×		×		2
6. Маркетинговые стратегии предприятий индустрии туризм	×			×		×	3
7. Маркетинговый контроль деятельности предприятия индустрии туризма	×	×		×			3

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часов.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид занятий	Всего акад. часов		
	по заочной форме обучения		
	всего	5 курс	
		1 сессия	2 сессия
Общая трудоемкость дисциплины	144	36	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем	32	16	16
Аудиторные занятия, в т.ч.	32	16	16
Лекции	12	6	6
Практические занятия	20	10	10
Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч.	103	20	83
Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	35	5	30
Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	35	10	25
Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	33	5	28
Контроль	9	-	9
Вид итогового контроля			Экзамен

4.2. Лекции

№	Раздел дисциплины, темы лекций и их содержание	Объем в акад. часах	Формируемые компетенции
		заочная форма обучения	
1.	Система маркетинга предприятия индустрии туризма, ее особенности	1	ОПК-2, ОПК-3, ПК-4
2.	Маркетинговые исследования в туризме	2	ОПК-4, ПК-2
3.	Маркетинговая среда туристического предприятия	2	ОПК-5, ПК-4
4.	Туристский рынок и конкуренция	2	ОПК-4, ПК-2
5.	Исследование потребителей туристских услуг	2	ОПК-4, ПК-2
6.	Маркетинговые стратегии предприятий индустрии туризм	2	ОПК-2, ОПК-5, ПК-4

7.	Маркетинговый контроль деятельности предприятия индустрии туризма	1	ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5
	ИТОГО	12	

4.3. Практические занятия

№	Раздел дисциплины, темы занятий и их содержание	Объем в акад. часах	Формируемые компетенции
		заочная форма обучения	
1.	Система маркетинга предприятия индустрии туризма, ее особенности	2	ОПК-2, ОПК-3, ПК-4
2.	Маркетинговые исследования в туризме	4	ОПК-4, ПК-2
3.	Маркетинговая среда туристического предприятия	2	ОПК-5, ПК-4
4.	Туристский рынок и конкуренция	4	ОПК-4, ПК-2
5.	Исследование потребителей туристских услуг	2	ОПК-4, ПК-2
6.	Маркетинговые стратегии предприятий индустрии туризм	4	ОПК-2, ОПК-5, ПК-4
7.	Маркетинговый контроль деятельности предприятия индустрии туризма	2	ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5
	ИТОГО	20	

4.4. Лабораторные работы не предусмотрены

4.5. Самостоятельная работа обучающихся

Раздел дисциплины	Вид СР	Объем ак. часов
		заочная форма обучения
1. Система маркетинга предприятия индустрии туризма, ее особенности	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	5
2. Маркетинговые исследования в туризме	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	5
3. Маркетинговая	Проработка учебного материала по	5

среда туристического предприятия	дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	5
4. Туристский рынок и конкуренция	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	5
5. Исследование потребителей туристских услуг	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	5
6. Маркетинговые стратегии предприятий индустрии туризм	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	5
7. Маркетинговый контроль деятельности предприятия индустрии туризма	Проработка учебного материала по дисциплине (конспектов лекций, учебников, материалов сетевых ресурсов)	5
	Подготовка к практическим занятиям, защите реферата	5
	Подготовка к сдаче модуля (выполнение тренировочных тестов)	3
Итого		103

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине:

Азжеурова М.В. УМК дисциплины «Маркетинг в направлении подготовки 43.03.02 Туризм и Технология направленность (профиль) организация экскурсионных услуг (агротуризм). – Мичуринский ГАУ, 2026.

4.6. Курсовое проектирование

Не предусмотрено учебным планом

4.7.Содержание разделов дисциплины (модуля)

ТЕМА 1. Система маркетинга предприятия индустрии туризма, ее особенности

Специфика маркетинга услуг. Общие характерные особенности услуг. Уровни маркетинга в индустрии туризма. Условия применения и эффективного развития маркетинга в сфере туризма.

Системный подход к пониманию сущности маркетинга предприятий индустрии туризма.

Сущность составных элементов системы маркетинга туристского предприятия: цели, задачи, принципы и функции маркетинга. Уровни и координация маркетинга. Организация отдела маркетинга на предприятии туризма и гостеприимства

ТЕМА 2. Маркетинговые исследования в туризме

Содержание процесса маркетингового исследования. Система маркетинговой информации. Понятия первичной и вторичной информации.

Методы получения маркетинговой информации: фокус-группы, глубокие интервью, наблюдения, опросы, эксперимент. Формы организации маркетингового исследования.

Основные направления маркетинговых исследований туристского предприятия. Структура, схема и этапы маркетингового исследования. Объекты и субъекты маркетинговых исследований. Основные направления исследования туристского рынка.

Понятие конъюнктуры рынка, этапы ее исследования. Назначение конъюнктурного прогноза, его виды. Методы конъюнктурного прогноза. Емкость рынка индустрии туризма.

ТЕМА 3. Маркетинговая среда туристического предприятия

Понятие маркетинговой среды. Внутренняя и внешняя среда туристического предприятия.

Внешняя среда маркетинга. Микросреда: поставщики, посредники, конкуренты, покупатели. Макросреда: стабильность политической системы рынка; жизненный уровень, покупательская способность общества; правовая законодательская система, защита окружающей природной среды, стандарты в области производства и потребления продукции; уровень научно-технического прогресса; географические, климатические и исторические условия, культурные традиции, демографические факторы, экологическая обстановка.

Внутренняя среда маркетинга. Ситуационный анализ внутренней деятельности туристического предприятия.

Функции туристического предприятия, действующего на принципах маркетинга, его стратегии. Место маркетинга в структуре организации и управления туристическим предприятием.

ТЕМА 4. Туристский рынок и конкуренция

Понятие сегментации туристского рынка, основные признаки сегментации. Разновидности и этапы сегментирования туристского рынка.

Понятие и критерии выбора целевого рынка туристских услуг. Методы поиска оптимального количества целевых сегментов туристского рынка. Типы целевых туристских рынков. Факторы, влияющие на выбор стратегии охвата туристского рынка.

Позиционирование туристского продукта, основные подходы к позиционированию.

Основные признаки сегментирования, применяемые в сфере туризма: по целям путешествия, по потребностям (нужды и выгоды), по покупательскому поведению, по демографическому, географическому, психологическому принципу, по цене. Основные сегменты для производителей услуг в сфере гостеприимства: для гостиниц, для туроператоров, для транспортных компаний, для сферы развлечений.

Понятие конкуренции и характеристика ее основных видов. Факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы в индустрии туризма. Модель пяти сил конкуренции М.

Портера. Карта стратегических групп, алгоритм ее построения. Конкуренция как факторы маркетинговой среды. Виды конкуренции. Ценовые и неценовые методы конкуренции. Понятие конкурентоспособности туристического предприятия.

ТЕМА 5. Исследование потребителей туристских услуг

Модель поведения потребителя туристского продукта. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг.

Методы оценки степени удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей. Процесс принятия решения о покупке в потребительской сфере. Направления маркетингового анализа потребителей.

Индивидуальные и организованные потребители и основные группы мотиваций их покупательского поведения. Внутренние факторы поведения потребителей. Восприятие. Внимание. Интерпретация. Процесс принятия решения о покупке и маркетинговая характеристика покупателя.

ТЕМА 6. Маркетинговые стратегии предприятий индустрии туризма

Стратегическое маркетинговое планирование деятельности туристского предприятия. Понятие и виды маркетинговых стратегий предприятий индустрии туризма. Текущее планирование маркетинговой деятельности туристского предприятия.

Понятие, значение и схема коммуникаций на предприятиях сферы индустрии гостеприимства. Коммуникационная стратегия туристского предприятия, этапы ее формирования. Имидж туристского предприятия. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций предприятий индустрии туризма.

Сравнительная характеристика основных средств продвижения туристского продукта. Фирменный стиль туристского предприятия, его основные элементы. Организация общественного мнения (паблик рилейшнз PR).

ТЕМА 7. Маркетинговый контроль деятельности предприятия индустрии туризма

Понятие и виды контроля. Ревизия маркетинга туристского предприятия. Сильные и слабые стороны внутреннего и внешнего аудита.

Становление теории и практики контроллинга. Структура, содержание и функции контроллинга. Понятие и виды концепций контроллинга. Базовые положения контроллинга.

5. Образовательные технологии

При изучении дисциплины используется инновационная образовательная технология на основе интеграции компетентностного и личностно-ориентированного подходов с элементами традиционного лекционно-семинарского и квази профессионального обучения с использованием интерактивных форм проведения занятий, исследовательской проектной деятельности и мультимедийных учебных материалов.

Вид учебных занятий	Форма проведения
Лекции	интерактивная форма - презентации с использованием мультимедийных средств с последующим обсуждением материалов (лекция-визуализация)
Практические занятия	традиционная форма – решение конкретных экономических задач по условным и фактическим экономическим данным, направленных на овладение инструментарием методологии маркетинга
Самостоятельная работа	сочетание традиционной формы (работа с учебной и справочной литературой, изучение материалов интернет-ресурсов, подготовка к практическим занятиям и тестированию) и

	интерактивной формы (выполнение индивидуальных и групповых исследовательских проектов)
--	--

6. Оценочные средства дисциплины (модуля)

Основными видами дисциплинарных оценочных средств при функционировании модульно-рейтинговой системы обучения являются: на стадии рубежного рейтинга, формируемого по результатам модульного компьютерного тестирования – тестовые задания; на стадии поощрительного рейтинга, формируемого по результатам написания и защиты рефератов по актуальной проблематике; на стадии промежуточного рейтинга, определяемого по результатам сдачи зачета – теоретические вопросы, контролирующие практические навыки из различных видов профессиональной деятельности обучающегося по ОПОП данного направления, формируемые при изучении дисциплины «Маркетинг в туризме».

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Маркетинг в туризме»

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Код контролируем ой компетенции	Оценочное средство	
			наименование	кол-во
1	Система маркетинга предприятия индустрии туризма, ее особенности	ОПК-2, ОПК-3, ПК-4	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	24 6 4
2	Маркетинговые исследования в туризме	ОПК-4, ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	22 4 7
3	Маркетинговая среда туристического предприятия	ОПК-5, ПК-4	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	9 4 4
4	Туристский рынок и конкуренция	ОПК-4, ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	12 5 16
5	Исследование потребителей туристских услуг	ОПК-4, ПК-2	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	7 5 4
6	Маркетинговые стратегии предприятий индустрии туризм	ОПК-2, ОПК-5, ПК-4	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	17 5 10
7	Маркетинговый контроль деятельности предприятия индустрии туризма	ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5	Тестовые задания Темы рефератов Вопросы для экзамена	9 1 5

6.2. Перечень вопросов для экзамена

1 Раскройте специфику маркетинга услуг. Опишите основные характерные особенности услуг в маркетинге. (ОПК-2, ОПК-3, ПК-4)

2 Раскройте сущность и классификацию услуг как объектов маркетинга в туризме. (ОПК-2, ОПК-3, ПК-4)

- 3 Охарактеризуйте уровни маркетинга в индустрии туризма. Проанализируйте условия применения и эффективного развития маркетинга в индустрии туризма. (ОПК-2, ОПК-3, ПК-4)
- 4 Опишите составные элементы системы маркетинга туристского предприятия: цели, задачи, принципы и функции маркетинга. (ОПК-2, ОПК-3, ПК-4)
- 5 Охарактеризуйте этапы процесса маркетингового исследования. Раскройте формы организации маркетингового исследования. (ОПК-4, ПК-2)
- 6 Охарактеризуйте маркетинговую информацию, раскройте подходы к ее классификации. Проанализируйте принципы формирования и использования маркетинговой информации. (ОПК-4, ПК-2)
- 7 Охарактеризуйте методы сбора первичной информации, дайте их сравнительную характеристику. (ОПК-4, ПК-2)
- 8 Охарактеризуйте внешнюю маркетинговую информацию туристского предприятия, раскройте методы сбора. (ОПК-4, ПК-2)
- 9 Опишите подходы к организации процесса маркетинговых исследований в индустрии туризма и гостеприимства. (ОПК-4, ПК-2)
- 10 Проанализируйте основные направления маркетинговых исследований туристского предприятия. (ОПК-4, ПК-2)
- 11 Опишите подходы к организации маркетингового исследования туристского рынка. (ОПК-4, ПК-2)
- 12 Раскройте понятие среды маркетинга туристского предприятия, охарактеризуйте ее элементы. (ОПК-5, ПК-4)
- 13 Охарактеризуйте структуру внешней среды туристского предприятия. Проанализируйте факторы внешней среды. (ОПК-5, ПК-4)
- 14 Проанализируйте структуру внутренней среды туристского предприятия. (ОПК-5, ПК-4)
- 15 Охарактеризуйте методы оценки влияния факторов внешней среды (СТЕР-анализ, SWOT-анализ). Раскройте алгоритм применения данных методов. (ОПК-5, ПК-4)
- 16 Раскройте понятие конъюнктуры рынка, опишите этапы ее исследования. Охарактеризуйте назначение конъюнктурного прогноза, его виды, а также методы конъюнктурного прогноза. (ОПК-4, ПК-2)
- 17 Проанализируйте понятие конкуренции, дайте характеристику ее основных видов. (ОПК-4, ПК-2)
- 18 Опишите факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы в индустрии туризма. Раскройте содержание модели пяти сил конкуренции М. Портера. (ОПК-4, ПК-2)
- 19 Охарактеризуйте конкурентное преимущество туристического предприятия - стратегия его достижения. Опишите возможные реакции конкурентов на рынке (ОПК-4, ПК-2)
- 20 Опишите понятие сегментации туристского рынка, перечислите основные признаки сегментации. Раскройте разновидности и этапы сегментирования туристского рынка. (ОПК-4, ПК-2)
- 21 Охарактеризуйте понятие и критерии выбора целевого рынка туристских услуг. Опишите методы поиска оптимального количества целевых сегментов туристского рынка. (ОПК-4, ПК-2)
- 22 Раскройте подходы к маркетинговым исследованиям конкурентов. Опишите конкурентную среду, элементы анализа конкурентов. (ОПК-4, ПК-2)
- 23 Раскройте модель поведения потребителя туристского продукта. Проанализируйте факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг. (ОПК-4, ПК-2)

24 Проанализируйте этапы процесса принятия решения о приобретении туристского продукта. Раскройте методы оценки степени удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей. (ОПК-4, ПК-2)

25 Опишите сущность стратегического маркетингового планирования деятельности туристского предприятия. (ОПК-4, ПК-2)

26 Раскройте, что понимают под текущим планированием маркетинговой деятельности туристского предприятия. Охарактеризуйте методы разработки бюджета маркетинга предприятия. (ОПК-4, ПК-2)

27 Раскройте типы целевых туристских рынков. Опишите факторы, влияющие на выбор стратегии охвата туристского рынка. (ОПК-4, ПК-2)

28 Укажите, что понимают под позиционированием туристского продукта, проанализируйте основные подходы к позиционированию. (ОПК-4, ПК-2)

29 Туристский продукт в маркетинговой деятельности. Классификация туристских продуктов. (ОПК-4, ПК-2)

30 Раскройте концепцию жизненного цикла туристского продукта. Укажите, что понимают под продуктовым портфелем туристского предприятия. Опишите этапы разработки и внедрения на туристский рынок продуктов-новинок. (ОПК-4, ПК-2)

31 Опишите подходы к оценке конкурентоспособности туристского продукта. (ОПК-4, ПК-2)

32 Проанализируйте понятие, значение и схему коммуникаций на предприятиях сферы индустрии туризма и гостеприимства. Опишите подходы к исследованию рекламы. (ОПК-4, ПК-2)

33 Охарактеризуйте процесс воздействия коммуникаций на потребителей в зависимости от их степени готовности к покупке. (ОПК-4, ПК-2)

34 Опишите методологические основы маркетинговых исследований потребителей туристских услуг. (ОПК-4, ПК-2)

35 Проанализируйте факторы, влияющие на потребителей туристских услуг. Опишите мотивы поведения потребителей. (ОПК-4, ПК-2)

36 Опишите структуру комплекса маркетинговых коммуникаций предприятий индустрии туризма. Охарактеризуйте комплекс маркетинга: понятие, подходы. Охарактеризуйте 4P, 7P, 9P в маркетинге туристской индустрии. (ОПК-2, ОПК-5, ПК-4)

37 Раскройте понятие «имидж туристского предприятия». Организация общественного мнения (паблик рилейшнз PR). (ОПК-2, ОПК-5, ПК-4)

38 Рассмотрите сравнительную характеристику основных средств продвижения туристского продукта. (ОПК-2, ОПК-5, ПК-4)

39 Проанализируйте факторы, влияющие на формирование структуры маркетинговых коммуникаций. (ОПК-2, ОПК-5, ПК-4)

40 Опишите понятие «фирменный стиль туристского предприятия», охарактеризуйте его основные элементы. (ОПК-2, ОПК-5, ПК-4)

41 Охарактеризуйте концепцию, функции и задачи стратегического маркетинга. Опишите стратегию маркетинга и критерии ее выбора. Раскройте виды стратегий маркетинговой деятельности. (ОПК-2, ОПК-5, ПК-4)

42 Охарактеризуйте ценовую стратегию маркетинга туристского предприятия (ОПК-2, ОПК-5, ПК-4)

43 Охарактеризуйте продуктовую стратегию маркетинга туристского предприятия (ОПК-2, ОПК-5, ПК-4)

44 Охарактеризуйте сбытовую стратегию маркетинга туристского предприятия (ОПК-2, ОПК-5, ПК-4)

45 Охарактеризуйте коммуникационную стратегию маркетинга туристского предприятия (ОПК-2, ОПК-5, ПК-4)

46 Раскройте понятие и виды контроля. Опишите контроль ежегодных планов: анализ сбыта, анализ доли рынка, анализ маркетинговых расходов и объема продаж, финансовый анализ, маркетинговый оценочный анализ. (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5)

47 Охарактеризуйте контроль над эффективностью деятельности службы маркетинга: эффективность торгового персонала, эффективность рекламы, эффективность стимулирования сбыта, эффективность распределения. (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5)

48 Охарактеризуйте организационные структуры отдела маркетинга. Опишите принципы построения маркетинговой структуры. (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5)

49 Раскройте становление теории и практики контроллинга. Опишите структуру, содержание и функции контроллинга. (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5)

50 Опишите понятие и виды концепций контроллинга. Раскройте содержание базовых положений контроллинга. (ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5)

6.3. Шкала оценочных средств

При функционировании модульно-рейтинговой системы обучения знания, умения и навыки, приобретаемые обучающимися в процессе изучения дисциплины (модуля), оцениваются в рейтинговых баллах. Учебная дисциплина имеет итоговый рейтинг -100 баллов, который складывается из рубежного (40 баллов), промежуточного – (50 баллов) и поощрительного рейтинга (10 баллов). Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине (модулю) определяется на основании перевода итогового рейтинга в 5-ти балльную шкалу с учетом соответствующих критериев оценивания.

Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания	Оценочные средства (кол-во баллов)
Продвинутый (75 -100 баллов) «отлично»	Полнота знаний практического контролируемого материала, демонстрация умений и навыков выполнения типовых заданий / упражнений от 75 до 100%. Полное знание основных функций управления туристской деятельностью, требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, основ проведения исследований туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта, показателей экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности, видов затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, способов продвижения туристского продукта с использованием современных технологий. Умение в полной мере осуществлять основные функции управления туристской деятельностью, обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта, принимать экономически	тестовые задания (30-40 баллов); реферат (7-10 баллов); вопросы к экзамену (28-50 баллов)

	обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности, рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения, продвигать туристский продукт с использованием современных технологий Грамотное владение основными функциями управления туристской деятельностью, приемами обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, способами исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта, приемами оценки экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности, оценкой затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, способами продвижения туристских продуктов с использованием современных технологий	
Базовый (50 -74 балла) – «хорошо»	Полнота знаний теоретического контролируемого материала от 50 до 74%. Знание основных функций управления туристской деятельностью, требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, основ проведения исследований туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта, показателей экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности, видов затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, способов продвижения туристского продукта с использованием современных технологий. Умение осуществлять основные функции управления туристской деятельностью, обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта, принимать экономически	тестовые задания (20-29 баллов); реферат (5-6 баллов); вопросы к экзамену (25-39 балл)

	обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности, рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения, продвигать туристский продукт с использованием современных технологий Владение основными функциями управления туристской деятельностью, приемами обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, способами исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта, приемами оценки экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности, оценкой затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, способами продвижения туристских продуктов с использованием современных технологий	
Пороговый (35 - 49 баллов) — «удовлетворительно»	Полнота знаний теоретического контролируемого материала от 35 до 49% Поверхностное знание основных функций управления туристской деятельностью, требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, основ проведения исследований туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта, показателей экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности, видов затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, способов продвижения туристского продукта с использованием современных технологий. Слабое умение осуществлять основные функции управления туристской деятельностью, обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение	тестовые задания (14-19 баллов); реферат (3-4 балла); вопросы к экзамену (18-26 баллов)

	туристского продукта, принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности, рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения, продвигать туристский продукт с использованием современных технологий Владение затруднениями основными функциями управления туристской деятельностью, приемами обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, способами исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта, приемами оценки экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности, оценкой затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, способами продвижения туристских продуктов с использованием современных технологий	
Низкий (допороговый) (компетенция не сформирована) (менее 35 баллов) – «неудовлетворительно»	Полнота знаний теоретического контролируемого материала до 34% Незнание основных функций управления туристской деятельностью, требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, основ проведения исследований туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта, показателей экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности, видов затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, способов продвижения туристского продукта с использованием современных технологий. Неумение осуществлять основные функции управления туристской деятельностью, обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, осуществлять исследование туристского рынка,	тестовые задания (0-13 баллов); реферат (0-2 балла); вопросы к экзамену (0-20 баллов)

	организовывать продажи и продвижение туристского продукта, принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности, рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения, продвигать туристский продукт с использованием современных технологий Невладение основными функциями управления туристской деятельностью, приемами обеспечения требуемого качества процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, способами исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта, приемами оценки экономической эффективности организаций избранной сферы профессиональной деятельности, оценкой затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, способами продвижения туристских продуктов с использованием современных технологий	
--	---	--

Все комплекты оценочных средств (контрольно-измерительных материалов), необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (модуля) подробно представлены в документе «Фонд оценочных средств дисциплины (модуля)».

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Учебная литература

Азжеурова М.В. УМК дисциплины «Маркетинг в направлении подготовки 43.03.02 Туризм и Технология направленность (профиль) организация экскурсионных услуг (агротуризм). – Мичуринский ГАУ, 2026.

Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для вузов / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07413-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513379>.

Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513515> (дата обращения: 17.07.2023).

Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513515> (дата обращения: 17.07.2023).

Кириянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кириянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490727>.

Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07713-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514812>.

7.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития Российской Федерации (<https://www.russiatourism.ru/>)
2. Ассоциация содействия развитию агротуризма «АгротуризмАссоциация» (<http://www.agritourism.ru/ru/filial/>)
3. Всемирная туристская организация (UNWTO) (www.unwto.org)
4. Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) (www.wttc.org)
5. Российский союз туриндустрии (<http://www.rostourunion.ru/>)
6. Официальный сайт Международной туристической выставки «Интурмаркет» (<https://www.itmexpo.ru/>)
7. Национальный туристический портал (<https://russia.travel/>)
8. Федеральный портал «Российское образование» (<http://www.edu.ru/>)
9. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (<http://window.edu.ru/>).
10. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://school-collection.edu.ru/catalog/>)
11. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>).
12. Университетская информационная система Россия (УИС Россия) (<https://uisrussia.msu.ru/>)
13. www.ratanews.ru — ежедневная электронная газета «RATANews», выпускаемая Российским союзом туриндустрии
14. <http://www.tagazeta.ru/> Электронная газета "Турагент"
15. <http://www.ttg-russia.ru/> Туристская деловая газета
16. <http://tourbus.ru/> Журнал "Туристический бизнес"
17. <http://www.tourinfo.ru/> "Турифо" - Деловой журнал туристического рынка России
18. <http://www.rustur.ru/> Журнал "Отдых в России"
19. <http://service-rusjournal.ru/> Научный журнал «Сервис в России и зарубежом»

7.3. Методические указания по освоению дисциплины

1. Азжеурова М.В. УМК дисциплины «Маркетинг в направлении подготовки 43.03.02 Туризм и Технология направленность (профиль) организация экскурсионных услуг (агротуризм). — Мичуринский ГАУ, 2026.

7.4. Информационные и цифровые технологии (программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы)

Учебная дисциплина (модуль) предусматривает освоение информационных и цифровых технологий. Реализация цифровых технологий в образовательном пространстве является одной из важнейших целей образования, дающей возможность развивать конкурентоспособные качества обучающихся как будущих высококвалифицированных специалистов.

Цифровые технологии предусматривают развитие навыков эффективного решения задач профессионального, социального, личностного характера с использованием различных видов коммуникационных технологий. Освоение цифровых технологий в рамках данной дисциплины (модуля) ориентировано на способность безопасно и надлежащим образом получать доступ, управлять, интегрировать, обмениваться, оценивать и создавать информацию с помощью цифровых устройств и сетевых технологий. Формирование цифровой компетентности предполагает работу с данными, владение инструментами для коммуникации.

7.4.1 Электронно-библиотечные системы и базы данных

1. ООО «ЭБС ЛАНЬ» (<https://e.lanbook.com/>) (договор на оказание услуг от 01.09.2025 № б/н (Сетевая электронная библиотека).

2. База данных электронных информационных ресурсов ФГБНУ ЦНСХБ (договор по обеспечению доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа (ТУД ФГБНУ ЦНСХБ) от 01.12.2025 № 04-УТ/2025).

3. ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» (<https://urait.ru/>) (договор на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» от 01.09.2025 № 7326).

4. Электронно-библиотечная система «Вернадский» (<https://vernadsky-lib.ru>) (договор на безвозмездное использование произведений от 26.03.2020 № 14/20/25).

5. База данных НЭБ «Национальная электронная библиотека» (<https://rusneb.ru/>) (договор о подключении к НЭБ и предоставлении доступа к объектам НЭБ от 02.09.2024 № 101/НЭБ/4712-п).

6. Договор о сотрудничестве по оказанию библиотечно-информационных и социокультурных услуг пользователям университета из числа инвалидов по зрению, слабовидящих, инвалидов других категорий с ограниченным доступом к информации, лиц, имеющих трудности с чтением плоскочечатного текста ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина» Филиал «Специальная библиотека для слепых им. Н.А. Островского» (<https://www.tambovlib.ru>) (договор о сотрудничестве от 10.10.2024 № 0001).

7.4.2. Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система КонсультантПлюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем КонсультантПлюс от 24.02.2026 № 12760 /13900/ЭС).

2. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 11.02.2026 № 194-01/2026).

7.4.3. Современные профессиональные базы данных

1. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 06.11.2025 № 505/2025)
2. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>
3. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>
4. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>
5. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития Российской Федерации - <https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/>
6. Российский союз туриндустрии - <https://rst.ru/>
7. Национальный туристический портал - <https://путешествуем.рф/>
8. Туристская деловая газета - <http://www.ttg-russia.ru/>
9. Журнал «Туристический бизнес» <http://tourbus.ru/>
10. Журнал «Отдых в России» - <http://www.rustur.ru/>
11. Научный журнал «Сервис в России и за рубежом» - <http://service-rusjournal.ru/>
12. База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» - <https://rosmetod.ru/>
13. База данных Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU – российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования - <https://elibrary.ru/>
14. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru/>
15. Открытые данные Федеральной службы государственной статистики - <https://rosstat.gov.ru/opendata>
16. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <https://web.archive.org/web/20160330173433/http://school-collection.edu.ru/>
17. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <https://web.archive.org/web/20191122092928/http://window.edu.ru/>
18. Государственная научная педагогическая библиотека им. К.Д. Ушинского РАО (ГПНБ им. К.Д. Ушинского РАО) - <https://gnpbu.ru/>
19. Университетская информационная система Россия (УИС Россия) - <https://web.archive.org/web/20220704124418/https://uisrussia.msu.ru/>

7.4.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

№	Наименование	Разработчик ПО (правообладатель)	Доступность (лицензионное, свободно распространяемое)	Ссылка на Единый реестр российских программ для ЭВМ и БД (при наличии)	Реквизиты подтверждающего документа (при наличии)
1	Microsoft Windows, Office Professional	Microsoft Corporation	Лицензионное	-	Лицензия от 04.06.2015 № 65291651 срок действия: бессрочно
2	Антивирусное	АО	Лицензионное	https://reestr.digit	Сублицензионное

	программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	«Лаборатория Касперского» (Россия)	е	al.gov.ru/reestr/366574/?sphrase_id=415165	ый договор с ООО «Софттекс» от 17.12.2025 № б/н, срок действия: с 18.12.2025 по 17.12.2026
3	МойОфисСтандартный - Офисный пакет для работы с документами и почтой (myoffice.ru)	ООО «Новые облачные технологии» (Россия)	Лицензионно е	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/301631/?sphrase_id=2698444	Контракт с ООО «Рубикон» от 24.04.2019 № 0364100000819000012 срок действия: бессрочно
4	Офисный пакет «Р7-Офис» (десктопная версия)	АО «Р7»	Лицензионно е	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/306668/?sphrase_id=4435041	Контракт с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № 0364100000823000007 срок действия: бессрочно
5	Операционная система «Альт Образование»	ООО "Базальт свободное программное обеспечение"	Лицензионно е	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303262/?sphrase_id=4435015	Контракт с ООО «Софттекс» от 24.10.2023 № 0364100000823000007 срок действия: бессрочно
6	Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат ВУЗ» (https://docs.antiplagiat.ru)	АО «Антиплагиат» (Россия)	Лицензионно е	https://reestr.digital.gov.ru/reestr/303350/?sphrase_id=2698186	Лицензионный договор с АО «Антиплагиат» от 16.05.2025 № 10567, срок действия: с 16.06.2025 по 15.06.2026
7	Acrobat Reader - просмотр документов PDF, DjVU	Adobe Systems	Свободно распространяемое	-	-
8	Foxit Reader - просмотр документов PDF,	Foxit Corporation	Свободно распространяемое	-	-

	DjVU				
--	------	--	--	--	--

7.4.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. CDTOWiki: база знаний по цифровой трансформации <https://cdto.wiki/>

7.4.6. Цифровые инструменты, применяемые в образовательном процессе

1. LMS-платформа Moodle
2. Виртуальная доска Миро: miro.com
3. Виртуальная доска SBoard <https://sboard.online>
4. Облачные сервисы: Яндекс.Диск, Облако Mail.ru
5. Сервисы опросов: Яндекс.Формы, MyQuiz
6. Сервисы видеосвязи: Яндекс.Телемост, Webinar.ru
7. Сервис совместной работы над проектами для небольших групп Trello <http://www.trello.com>

7.4.7. Цифровые технологии, применяемые при изучении дисциплины (модуля)

№	Цифровые технологии	Виды учебной работы, выполняемые с применением цифровой технологии	Формируемые компетенции
1.	Облачные технологии	Аудиторная и самостоятельная работа	ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-2, ПК-4
2.	Технологии беспроводной связи	Аудиторная и самостоятельная работа	ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-2, ПК-4

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные занятия с обучающимися проводятся в помещениях университета согласно расписанию.

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория № 42 в учебном корпусе № 10 (для проведения учебных занятий)	Специализированная мебель: столы аудиторные со скамьей – 24 шт., столы аудиторные без скамьи – 3 шт., скамьи стола аудиторные – 3 шт., стол рабочий - 2 шт.,	1. Microsoft Windows Professional 7 (лицензия от 27.11.2009 № 46191701,

лекционного типа) 393760, Тамбовская область, г. Мичуринск, ул. Советская, дом № 274	стулья – 1 шт., доска классная 3 ств. – 1 шт. Оборудование: Интерактивная доска 100" IQ Board PS S100, компьютер P-4 2.66/512mb/120gb/3.5/9250 128mb/LCD FalconEYE 700sl/kb/mouse, проектор 2000BenQ PB6210, телевизор LG 21 Q 65, DVD+видеомагнитофон LG 377, компьютер P4-2.66 512mb/120 gb/3.5/dvd-r/9200 128mb/LCD17"FalconEYE700SL/kb/mouse , компьютер P-3-450, компьютер АМД К7, компьютер OLDI, Комп.Dual Core E5300 , принтер Canon LBR 2900, принтер лазерный Canon LBP-3010B, фотокамера Nikon, копировальный аппарат Canon FC-108, видеокамера "Панасоник", стенды под стеклом – 9 шт., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий. Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета Программное обеспечение: MicrosoftOffice 2003, MicrosoftWindowsXP (лицензия от 09.12.2004 № 18495261, бессрочно); MicrosoftWindowsProfessional 7 (лицензия от 27.11.2009 № 46191701, бессрочно); MicrosoftWindowsXP, MicrosoftOffice 2003 (лицензия от 10.07.2009 № 45685146, бессрочно); Программное обеспечение «KasperskyEndpointSecurity для бизнеса Стандартный» для защиты от вредоносных компонентов, лицензия № 17E0180528054408743891 срок использования с 01.11.2018 до 22.11.2020; AcrobatReader – свободно распространяемое программное обеспечение (просмотр документов PDF, DjVU); FoxitReader – свободно распространяемое программное обеспечение (просмотр документов PDF, DjVU); Программное обеспечение «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионный договор от 19.03.2019 №1043, срок действия с 19.03.2019 по 18.03.2020; лицензионный договор от 13.04.2020 № 2221, срок действия 1 год); База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 02.07.2019 № 405, срок действия с 17.07.2019 по 16.07.2020; договор от 20.07.2020 № 1312, срок действия с 20.07.2020 по 20.07.2021); Справочно-правовая система КонсультантПлюс (договор от 26.02.2019 № 9662/13900/ЭС, срок действия с 01.01.2019	бессрочно). 2. Microsoft Office 2003 (лицензия от 10.07.2009 № 45685146, бессрочно). 3. Система Консультант Плюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем Консультант Плюс от 11.03.2024 № 11921 /13900/ЭС) 4. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 15.01.2024 № 194-01/2024)
--	--	---

	по 31.12.2019, договор от 25.02.2020 № 10152/13900/ЭС, срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020); Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор от 01.07.2019 № 194-02/2019, срок действия с 01.07.2019 по 31.12.2019, договор от 06.02.2020 № 194-01/2020, срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020).	
Учебная аудитория № 34 в учебном корпусе № 10 (компьютерный класс) (для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) 393760, Тамбовская область, г. Мичуринск, ул. Советская, дом № 274	Специализированная мебель: столы – 15 шт., стулья – 21 шт., доска классная. Оборудование: Компьютер P4-2.66 512 mb/120 gb/3.5/dvd-r/9200 128mb/LCD17”FalconEYE 700SL/kb/mouse – 2 шт., компьютер P-4 2.66/512mb/120gb/3.5/9250 128mb/LCDFalconEYE 700sl/kb/mouse - 4 шт., компьютер OLDI 150KDE2160 /2048 /250 /NF630I /LAN/DVD+RW /AudioFDD – 8 шт., компьютер DualCoreE5200 – 1 шт., коммутатор, компьютер E2200/1024/250/DVD-RW/CR – 9 шт., макеты, учебно-наглядные пособия по дисциплине «Маркетинг в туризме», тренажеры. Компьютерная техника подключена к сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета. Программное обеспечение: Microsoft Windows XP, Microsoft Office 2003 (лицензия от 10.07.2009 № 45685146, бессрочно); Программное обеспечение «KasperskyEndpointSecurity для бизнеса Стандартный» для защиты от вредоносных компонентов, лицензия № 17E0180528054408743891 срок использования с 01.11.2018 до 22.11.2020; AcrobatReader – свободно распространяемое программное обеспечение (просмотр документов PDF, DjVU); FoxitReader – свободно распространяемое программное обеспечение (просмотр документов PDF, DjVU); Программное обеспечение «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионный договор от 19.03.2019 №1043, срок действия с 19.03.2019 по 18.03.2020; лицензионный договор от 13.04.2020 № 2221, срок действия 1 год); Программный комплекс «АСТ-Тест Plus» (договор от 25.09.2019 № Л-103/19, срок действия с 01.10.2019 по 30.09.2022); База данных нормативно-правовых актов и информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от	1. Microsoft Windows Professional 7 (лицензия от 27.11.2009 № 46191701, бессрочно). 2. Microsoft Office 2003 (лицензия от 10.07.2009 № 45685146, бессрочно). 3. Система Консультант Плюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем Консультант Плюс от 11.03.2024 № 11921 /13900/ЭС) 4. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 15.01.2024 № 194-01/2024)

	02.07.2019 № 405, срок действия с 17.07.2019 по 16.07.2020; договор от 20.07.2020 № 1312, срок действия с 20.07.2020 по 20.07.2021); Справочно-правовая система КонсультантПлюс (договор от 26.02.2019 № 9662/13900/ЭС, срок действия с 01.01.2019 по 31.12.2019, договор от 25.02.2020 № 10152/13900/ЭС, срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020); Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор от 01.07.2019 № 194-02/2019, срок действия с 01.07.2019 по 31.12.2019, договор от 06.02.2020 № 194-01/2020, срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020).	
Помещение № 210 в учебном корпусе № 1 (для самостоятельной работы обучающихся) 393760, Тамбовская обл., г. Мичуринск, ул. Интернациональная, дом № 101	Специализированная мебель: шкаф канцелярский – 1 шт., доска классная+маркер, столы – 10 шт., стулья – 20 шт. Оборудование: Ноутбук Hewlett Packard Pavilion 15-e006sr (D9X28EA), МФУ Canon i-Sensys MF 4410, Системный комплект: Процессор Intel Original LGA 1155 Celeron G 1610 OEM (2.6/2 Mb), монитор 20" Asus As MS202D, материнская плата Asus, вентилятор, память, жесткий диск, корпус, клавиатура, мышь, Принтер HP-1100, Принтер HP Laser Jet 1200, Принтер Canon, Компьютер Celeron E 3300 – 2 шт., Компьютер Dual Core, Компьютер OLDI 310 КД, Копировальный аппарат Kyocera Mita TASKalfa 180. Компьютерная техника подключена в сети «Интернет» и обеспечена доступом к ЭИОС университета. Программное обеспечение: Microsoft Windows 7 (лицензия от 31.12.2013 № 49413124, бессрочно); Microsoft Office 2010 (лицензия от 04.06.2015 № 65291658, бессрочно); Автоматизированная система ProjectExpert 7, автоматизированная система AuditExpert 4 (договор от 18.12.2012 № 0354/1П-06, срок действия 31.03.2021); StatisticaBase 6 (договор от 12.01.2012 № 6/12/A, бессрочно); StatisticaUltimate (контракт от 25.04.2016 № 0364100000816000014, бессрочно); Набор офисных приложений «Мой офис» (контракт от 24.04.2019 № 0364100000819000012, срок действия 1 год); Программное обеспечение 1С: Университет Проф, 1С: Предприятие 8.3z (контракт от 22.04.2019 №	1. Microsoft Windows Professional 7 (лицензия от 27.11.2009 № 46191701, бессрочно). 2. Microsoft Office 2003 (лицензия от 10.07.2009 № 45685146, бессрочно). 3. Система Консультант Плюс (договор поставки, адаптации и сопровождения экземпляров систем Консультант Плюс от 11.03.2024 № 11921 /13900/ЭС) 4. Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор на услуги по сопровождению от 15.01.2024 № 194-01/2024)

	0364100000819000015, срок действия с 22.04.2019 по 31.12.2019); Программное обеспечение (Учебный комплект КОМПАС 3D, Учебный комплект «Расчетно-информационная система», Электронный справочник конструктора, Office Standart 2013) (контракт от 17.06.2014 № 0364100000814000013, бессрочно); ABBYY FineReader (контракт от 15.06.2015 № 0364100000815000021, бессрочно); PTC Mathcad, Matlab, ABBYY Lingvox6 (от 25.04.2016 № 0364100000816000014, бессрочно); ГИС MapInfo Professional (договор от 18.12.2015 № 123/2015-У, бессрочно); Программное обеспечение «KasperskyEndpointSecurity для бизнеса Стандартный» для защиты от вредоносных компонентов, лицензия № 17E0180528054408743891 срок использования с 01.11.2018 до 22.11.2020; AcrobatReader – свободно распространяемое программное обеспечение (просмотр документов PDF, DjVU); FoxitReader – свободно распространяемое программное обеспечение (просмотр документов PDF, DjVU); Программное обеспечение «Антиплагиат.ВУЗ» (лицензионный договор от 19.03.2019 №1043, срок действия с 19.03.2019 по 18.03.2020; лицензионный договор от 13.04.2020 № 2221, срок действия 1 год); Программный комплекс «АСТ-Тест Plus» (договор от 25.09.2019 № Л-103/19, срок действия с 01.10.2019 по 30.09.2022); База данных нормативно-правовых актов информационно-образовательной программы «Росметод» (договор от 02.07.2019 № 405, срок действия с 17.07.2019 по 16.07.2020; договор от 20.07.2020 № 1312, срок действия с 20.07.2020 по 20.07.2021); Базы данных по сельскому хозяйству, биологии, экономике, охране окружающей среды, домоводству (включая ремесла и промыслы, народную медицину, кулинарные рецепты) «АГРОС» - www.cnsnb.ru/cataloga.shtm (Договор от 25.03.2020 № 12-УТ/2020 на предоставление доступа к электронным информационным ресурсам ФГБНУ ЦНСХБ через терминал удаленного доступа); Справочно-правовая система КонсультантПлюс (договор от 26.02.2019 № 9662/13900/ЭС, срок действия с 01.01.2019 по 31.12.2019, договор от	
--	---	--

	25.02.2020 № 10152/13900/ЭС, срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020); Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (договор от 01.07.2019 № 194-02/2019, срок действия с 01.07.2019 по 31.12.2019, договор от 06.02.2020 № 194-01/2020, срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020).	
--	---	--

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Маркетинг в туризме» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. № 516

Автор: кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и коммерции Азжеурова М.В.

Рецензент: кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета Попова В.Б.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции
протокол № 07 от «10» апреля 2023 года.

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института
экономики и управления
протокол № 08 от «18» апреля 20232 года.

Программа утверждена решением учебно-методического совета университета
протокол № 08 от «20» апреля 2023 года.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции
протокол № 09 от «06» мая 2024 года.

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии Социально-педагогического института
протокол № 09 от «13» мая 2024 года.

Программа утверждена решением учебно-методического совета университета
протокол № 09 от «23» мая 2024 года.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции
протокол № 11 от «08» апреля 2025 года.

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института
экономики и управления
протокол № 08 от «15» апреля 2025 года.

Программа утверждена решением учебно-методического совета университета
протокол № 08 от «23» апреля 2025 года.

Программа рассмотрена на заседании кафедры экономики и коммерции
протокол № 08 от «03» апреля 2026 года.

Программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института
экономики и управления
протокол № 08 от «13» апреля 2026 года.

Программа утверждена решением учебно-методического совета университета
протокол № 07 от «22» *апреля 2026 года*.

Оригинал документа хранится на кафедре биологии, химии, безопасности
жизнедеятельности и методик их преподавания