

Утверждено  
**Генеральный директор**  
 ООО «Столичный центр образовательных технологий»  
 \_\_\_\_\_  
**Д. Курильчик**



**Курс повышения квалификации «Туризм: Организация маркетинга»**

Учебная программа курса

<b>Цель</b>	<p>Формирование у обучающихся комплекса основных понятий, составляющих основу маркетинга туристских услуг и предприятий сферы туризма и гостеприимства и системы практических навыков, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в туризме. В результате изучения курса обучающиеся должны обладать систематизированными базовыми теоретическими знаниями об особенностях туристского комплекса как объекта маркетинговой деятельности, специфике рынка туристских услуг, организации маркетинговых исследований в туристской сфере, методике стратегического планирования, выбора и разработке маркетинговых стратегий, путях стимулирования сбыта туристского продукта и системе маркетинговых коммуникаций в туризме, и уметь практически применить знания, полученные в ходе освоения курса, в дальнейшем изучении узкопрофильных дисциплин.</p>
<b>Задачи</b>	<p>сущности индустрии туризма и гостеприимства, ее основных категорий и организационной структуры как объекта маркетинговой деятельности; концепции маркетинга в туризме, принципов и уровней организации маркетинговой деятельности; понятия рынка туристских услуг, его инфраструктуры, методов и принципов его классификации, сегментации и дифференциации, а также основных тенденций и - закономерностей развития; видов, задач и этапности маркетинговых исследований; сущности маркетингового планирования в туризме; видов и особенностей маркетинговых стратегий; особенностей инновационной деятельности в маркетинге и классификации предприятий по видам инновационных стратегий; системы маркетинговых коммуникаций в туризме и гостеприимстве; особенностей и способов стимулирования сбыта туристского продукта; рекламы и PR в системе маркетинговых коммуникаций; понятия личная продажа и ее специфики при реализации туристского продукта.</p>
<b>Категории обучающихся</b>	<p>Специалисты системы индустрии туризма и гостеприимства, туристского сервиса, имеющие высшее образование.</p>
<b>Оценка качества</b>	<p>Промежуточная аттестация в форме тестов, отчетов в форме презентаций и разработка плана учебного исследования; итоговое тестирование.</p>
<b>Форма обучения</b>	<p>Заочная с использованием дистанционных образовательных технологий. Информация о форме обучения в удостоверение не вносится.</p>

<p><b>Прогнозируемые результаты</b></p>	<p>По результатам прохождения данного дистанционного курса у слушателей должны получить дальнейшее развитие следующие компетенции: Владение культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и экономическому анализу информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; Осознание социально-экономической значимости профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности. Слушатели, освоившие программу, должны знать: Основные положения статистического и содержательного определения индустрии туризма и гостеприимства; основные положения концепции маркетинга в туризме, основные закономерности развития рынка туристских услуг; методы маркетинговых исследований в туризме, основы стратегического планирования деятельности туристского предприятия, виды и особенности выбора и разработки маркетинговых стратегий предприятия сферы туризма, понятие системы маркетинговых коммуникаций, методы стимулирования сбыта туристского продукта, особенности рекламы и PR как способов донести до потенциального потребителя информацию о турпродукте, основы теорий мотивации в оценке мотивов и потребностей потребителя, а также этапы и пути реализации процесса личной продажи как важного инструмента маркетинга в туризме; уметь: Осуществлять деятельность по выбору методов маркетинговых исследований, разрабатывать новые и анализировать существующие стратегические планы развития предприятия туризма, выбирать и разрабатывать необходимые маркетинговые стратегии, планировать деятельность предприятия по стимулированию сбыта туристского продукта и туристских услуг, анализировать и выбирать каналы сбыта, осуществлять деятельность по взаимодействию с потребителями туристских услуг, анализировать их мотивы и потребности, и осуществлять процесс личной продажи в соответствии с их особенностями; владеть: Навыками управления процессами формирования и продвижения туристского продукта, разработки и реализации маркетинговых стратегий, а также навыками осуществления маркетинговых исследований; умениями решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий в сфере туристского маркетинга; навыками планирования собственной деятельности как потенциального работника туристского предприятия и деятельности турфирмы.</p>
<p><b>Выдаваемый документ</b></p>	<p>По окончании курса учитель получает печатное удостоверение о повышении квалификации установленного образца. Удостоверение высылается учителю Почтой России (доставка бесплатна).</p>