

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 31.05.2024 14:13:26  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Высшая школа управления**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **МАРКЕТИНГ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

#### **43.03.02 ТУРИЗМ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

#### **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинг организаций профессиональной сферы» входит в программу бакалавриата «Международный туризм» по направлению 43.03.02 «Туризм» и изучается в 5 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра прикладной экономики. Дисциплина состоит из 10 разделов и 10 тем и направлена на изучение принципов исследования рынка услуг, особенностей продаж услуг организаций, и как грамотно продвигать конкретные услуги; терминологии, нормативных и правовых документов, регламентирующие работу гостиниц и туристских предприятий; особенностей и видов туристского и гостиничного продукта; профессиональных стандартов обслуживания на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства.

Целью освоения дисциплины является ознакомить слушателей с современными концепциями маркетинга в сфере туризма, рассмотрение различных форм формирования и стимулирования спроса в индустрии туризма.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинг организаций профессиональной сферы» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта; УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемыми результатами их решения; УК-2.3 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; УК-2.4 Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.2 Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели; УК-3.6 Участвует в командной работе по выполнению поручений;
ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования международного туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых туристских маршрутов; ОПК-4.2 Формирует международные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
ПК-7	Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ПК-7.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта на международном туристском рынке; ПК-7.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных международных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг организаций профессиональной сферы» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинг организаций профессиональной сферы».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Психология и конфликтология в организациях профессиональной сферы; Организация экскурсионной деятельности; Учебная практика;	Разработка и продвижение туристского продукта; Кросс-культурный менеджмент;
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Учебная практика; Правовые основы деятельности и документооборот в профессиональной сфере; Информационно-коммуникативные технологии в профессиональной сфере; Менеджмент организаций профессиональной сферы; Организация обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья; Туристские формальности;	Производственная практика; Разработка и продвижение туристского продукта; Налоговые системы зарубежных стран;
ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта		Преддипломная практика; Предпринимательство в профессиональной сфере; Рынок международного туризма; Разработка и продвижение туристского продукта; Международный туристский бизнес;
ПК-7	Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий		Рынок международного туризма; Разработка и продвижение туристского продукта; Преддипломная практика;

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг организаций профессиональной сферы» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			5
Контактная работа, ак.ч.	68		68
Лекции (ЛК)	34		34
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	49		49
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27		27
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг организаций профессиональной сферы» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			5
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	74		74
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36		36
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинг организаций профессиональной сферы» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)	
			5	6
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	16		16	0
Лекции (ЛК)	8		8	0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0	0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	8		8	0
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	119		92	27
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		0	9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>108</b>	<b>36</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Основные понятия маркетинга в индустрии туризма.	1.1	Предмет, содержание дисциплины.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Сегментация, определение целевого рынка и позиционирование товара	2.1	Структура рынка и спрос.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Планирование маркетинга.	3.1	Роль маркетинга в стратегическом планировании.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Система маркетинговых исследований.	4.1	Маркетинговая информационная система.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Управление качеством.	5.1	Определение понятия качества в ресторанном и гостиничном бизнесе.	ЛК, СЗ
Раздел 6	Внутренний маркетинг на предприятиях туристской индустрии.	6.1	Главные организационные уровни компании. Маркетинговый подход к управлению кадрами.	ЛК, СЗ
Раздел 7	Разработка нового продукта и торговой марки.	7.1	Генерирование идей. Разработка концепции нового товара и ее проверка.	ЛК, СЗ
Раздел 8	Продвижение товара.	8.1	Способы продвижения товара.	ЛК, СЗ
Раздел 9	Ценовые стратегии. Управление спросом и предложением.	9.1	Определение понятия цены. Факторы, влияющие на принятие решений о цене.	ЛК, СЗ
Раздел 10	Мировой и отечественный опыт применения маркетинга.	10.1	Состояние индустрии туризма в нашей стране.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

	специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Корнеева, И. В. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0.

2. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513639>

### Дополнительная литература:

1. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юнити, 2015. — 1071 с.: табл., граф., ил, схемы — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713>

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В.Т. Гришина, Л.А. Дробышева, Т.Л. Дашкова и др.; под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 446 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786>

3. Романов, А.А. Маркетинг: учебное пособие / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 440 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01311-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496077>

4. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме: учебное пособие / В.П. Рукомойникова; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8158-1864-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>

5. Синяева, И.М. Маркетинг услуг: учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев; Финансовый университет при Правительстве РФ ; под ред. Л.П. Дашкова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 252 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02723-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142>

### Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Троицкий мост»

## 2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинг организаций профессиональной сферы».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинг организаций профессиональной сферы» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.



**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Ванюрихин Филипп

Геннадьевич

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Ванюрихин Филипп

Геннадьевич

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Колотова Елизавета

Владимировна

*Фамилия И.О.*