

Аннотация дисциплины «Маркетинг в туристической индустрии»

Цель дисциплины: дать понимание основ создания и функционирования системы маркетинга в индустрии туризма, подготовить студентов к практическому использованию маркетинговых средств в продвижении и продажах туристских услуг; раскрыть методы и приёмы ведения продаж туристских услуг на внутренних и международных рынках, способы организации и проведения рекламы, мероприятий Public Relations и Publicity в индустрии туризма.

Место дисциплины в структуре ООП: Дисциплина по выбору (профильный блок) модуля дисциплин, углубляющих освоение профиля вариативной части ООП по направлению подготовки 38.03.02-Менеджмент, профиль «Маркетинг».

Краткое содержание:

Тенденции развития современной индустрии туризма. Маркетинг и продажи: общее и различия. Маркетинг-микс в индустрии туризма. Управление маркетингом и продажами. Значение процесса продажи в индустрии туризма. Карьера продавца услуг индустрии туризма. Проблемы грамотной организации продаж в индустрии туризма. Отдел маркетинга и продаж в структурной схеме предприятия индустрии туризма. Дизайн офиса. Должностные обязанности работников отдела. Принципы найма на работу в отдел маркетинга и продаж на предприятиях индустрии туризма. Обучение сотрудников. Управление работниками. Оценка деятельности работников. Стимулирование персонала. Дополнительный персонал по продаже услуг туризма. Налаживание системы коммуникации отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии туризма. Оценка деятельности отдела маркетинга и продаж. Компьютеризация работы отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии туризма. Определение внутреннего маркетинга и внутренних продаж на предприятиях индустрии туризма. Роль руководства и персонала предприятия в осуществлении внутренних продаж. Внутренний мерчандайзинг. Специальные услуги и продвижение на предприятиях индустрии туризма. Организация рекламной деятельности в индустрии туризма. Public Relations: планирование мероприятий Public Relations; отбор персонала для службы Public Relations; организация Public Relations в индустрии туризма; оценка эффективности мероприятий Public Relations. Publicity: планирование мероприятий по поддержанию имиджа в средствах массовой информации; разработка материалов по продвижению туристических услуг. Отношения с прессой: учет профессиональных интересов работников прессы; личное интервьюирование; участие в пресс-конференциях; реакция на публикацию ошибочной информации. Маркетинг специфических сегментов рынка туристских услуг.