



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Новосибирский государственный педагогический
университет»

УТВЕРЖДАЮ

Директор
Института естественных и
социально-экономических наук

Н. В. Кандалинцева

(подпись)

25.04.2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг в образовании и туризме

Направление подготовки:
44.04.01 Педагогическое образование

Направленность (профиль):
Образовательный туризм

Уровень высшего образования:
магистратура

Форма обучения:
заочная

СОСТАВИТЕЛИ:

Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры географии, регионоведения и туризма
Т.Ю. Ширяева

РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

на заседании кафедры географии, регионоведения и туризма (протокол №9 от 27.04.2022 г.)

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цель освоения дисциплины:

являются ознакомление обучающихся с принципами, функциональными задачами и стратегиями маркетинга в образовании и туризме, а также в обучении студентов принятию конкретных решений по применению маркетинговых технологий в сфере образования и туризма.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 44.04.01 Педагогическое образование, утвержденным приказом Минобрнауки России от 22.02.2018 г. №126.

Дисциплина относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины» учебного плана образовательной программы, изучается в 3, 4 семестрах. Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ / 108 часов, в том числе 12 часов - контактная работа с преподавателем, 87 часов - самостоятельная работа (таблица 2).

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Дисциплина направлена на формирование компетенции(-ий), представленных в таблице 1.

Таблица 1

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	
Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-7 Способен планировать и организовывать взаимодействия участников образовательных отношений	
ОПК-7.1 Осуществляет планирование взаимодействия участников образовательных отношений.	Знать: - способы планирования взаимодействия участников образовательных отношений.
ОПК-7.2 Использует конструктивные технологии при взаимодействии с участниками образовательного процесса.	Уметь: - использовать конструктивные технологии при взаимодействии с участниками образовательного процесса
ОПК-7.3 Анализирует результаты взаимодействия участников образовательных отношений.	Владеть: - анализом результатов взаимодействия участников образовательных отношений
ПК-2 Выявляет туристско-ресурсный потенциал и степень привлекательности территории для организации туристско-образовательной деятельности	
ПК-2.1 Знает требования к подходам и методам по выявлению туристско-образовательного потенциала определенной территории.	Знать: с Уметь: - осуществлять оценку туристско-образовательного потенциала территории для организации
ПК-2.2 Умеет осуществлять оценку туристско-образовательного потенциала территории для организации туристско-образовательной деятельности.	туристско-образовательной деятельности Владеть: - навыками определения оптимальных путей

ПК-2.3 Владеет навыками определения оптимальных путей использования имеющегося туристско-ресурсного потенциала и степени привлекательности территории для целей образовательного туризма.	использования имеющегося туристско-ресурсного потенциала и степени привлекательности территории для целей образовательного туризма
---	--

2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Третий семестр

Тема 1. Введение. Современный маркетинг в образовании и туризме

Общее понятие о туристском маркетинге. Цели и принципы маркетинга. Функциональные задачи маркетинга в образовании и туризме.

Тема 2. Рынок как объект маркетинговой деятельности

Понятие рынка. Структура и инфраструктура туристского рынка. Роль государства в рыночной экономике. Модели рыночной экономики. Субъекты маркетинговой деятельности на туристском рынке. Организационно- правовые формы и юридический статус субъектов туристского рынка. Характеристики категорий покупателей туристского рынка. Микро- и макросреда маркетинга. Объективные и субъективные факторы, формирующие внешнюю и внутреннюю среды. Туристский рынок России: современное состояние и перспективы развития. Роль государства в формировании и развитии туристского рынка.

Тема 3. Маркетинговые исследования туристского рынка

Порядок проведения маркетинговых исследований. Целевая направленность маркетинговых исследований. Технология проведения маркетинговых исследований. Методические основы исследования рынка. Система показателей, используемых для исследования рынка. Методы реализации маркетинговых исследований. Оценка спроса и предложения. Характеристика особенностей коммерческой деятельности. Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка. Сегментация рынка. Критерии сегментации рынка. Методы рыночной сегментации. Целевой сегмент рынка и позиционирование товара. Изучение потребителей. Методы и принципы изучения поведения потребителей. Моделирование поведения потребителей.

Четвертый семестр

Тема 1. Коммуникационная политика маркетинга в образовании и туризме

Сущность коммуникационной политики. Две составляющие этой политики, их значение и назначение. Реклама в системе маркетинга. Цели и задачи рекламы и пропаганды продукции (услуги). Средства рекламы и пропаганды, каналы распространения рекламы и пропаганды. Виды рекламы. Паблик рилейшнз и др. виды «бесплатной» рекламы. Престижная реклама и ее возможности в условиях рынка. Позиционирование предприятий на рынке туристских услуг.

Содержание работ по дисциплине

Таблица 2

Содержание работы	Виды и формы работы, час					Всего, час	Код компетенции
	Контактная работа						
	Лекции, в т.ч. в форме практической подготовки*	Лабораторные, в т.ч. в форме практической подготовки*	Практические, в т.ч. в форме практической подготовки*	Консультации, в т.ч. в форме практической подготовки*	Самостоятельная работа, в т.ч. в форме практической подготовки*		
Третий семестр							
Тема 1. Введение. Современный маркетинг в образовании и туризме	1				20	21	ОПК-7, ПК-2
Тема 2. Рынок как объект маркетинговой деятельности	1		2(1)		23	26	ОПК-7, ПК-2

Тема 3. Маркетинговые исследования туристского рынка			2(1)		23	25	ОПК-7, ПК-2
Четвертый семестр							
Тема 1. Коммуникационная политика маркетинга в образовании и туризме			4(4)		21	25	ОПК-7, ПК-2
Подготовка к экзамену				2	9	11	ОПК-7, ПК-2
Итого по дисциплине	2		8(6)	2	96	108	

* В случае проведения контактной или самостоятельной работы в форме практической подготовки, часы на практическую подготовку указываются в скобках.

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Для успешного освоения дисциплины следует ознакомиться с содержанием разделов и тем по дисциплине (см. п. 2), следовать технологической карте при выполнении самостоятельной работы (табл. 3), использовать рекомендованные ресурсы (п. 4) и выполнять требования внутренних стандартов университета.

4 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Основная учебная литература

1. Розанова, Татьяна Павловна Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : практикум : задачи, тесты, кейсы / Т. П. Розанова, Т. В. Муртузалиева. - Москва : Дашков и К, 2012. - 132 с. : табл. - Библиогр. в тексте. - ISBN 978-5-394-01081-1
2. Маркетинг туризма : учебное пособие для вузов по направлениям подготовки "Туризм", "Гостиничное дело" : рек. УМО вузов РФ / И. Г. Гончаров [и др.]. - Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014. - 224 с. : табл., схемы - (Бакалавриат). - Библиогр. в сносках. - ISBN 978-5-4365-0132-1
3. Третьякова, Оксана Владимировна Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: разработка, продвижение и реализация услуг : учебное пособие : рек. УМО вузов РФ / О. В. Третьякова ; Тюменский гос. ун-т, Ин-т математики, естественных наук и информационных технологий. - Тюмень : ТюмГУ, 2011. - 128 с. - Библиогр.: с. 76-77. - URL: <https://icdlib.nspu.ru/views/icdlib/5721/read.php> (дата обращения: 29.04.2020) . - Словарь: с. 66-75. - ISBN 978-5-400-00546-6. - Текст : электронный

4.2 Дополнительная учебная литература

1. Кнышова, Елена Николаевна Маркетинг туризма : учебное пособие для сред. проф. образования : доп. М-вом образования РФ / Е. Н. Кнышова. - Москва : Форум : ИНФРА-М, 2010. - 352 с. : табл. - (Профессиональное образование). - Библиогр.: с. 316-319. - Словарь: с. 320-326. - ISBN 978-5-8199-0407-7 (ФОРУМ). - ISBN 978-5-16-003771-4 (ИНФРА-М)
2. Сарафанова, Елена Витальевна Маркетинг в туризме : учебное пособие для сред. проф. образования по специальности "Туризм" : доп. М-вом образования и науки РФ / Е. В. Сарафанова, А. В. Яцук. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2011. - 240 с. - Библиогр.: с. 235-236. - ISBN 978-5-98281-124-0 (Альфа-М). - ISBN 978-5-16-003141-5 (Инфра-М)
3. Москвина, И. А. Менеджмент и маркетинг туристских дестинаций : сборник кейсов / И. А. Москвина. - Москва : Российская международная академия туризма : Университетская книга, 2017. - 88 с. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/88889.html> (дата обращения: 09.07.2022) . - Доступна эл. версия. ЭБС "IPRBooks". - ISBN 978-5-98699-217-4. - Текст : электронный

4.3 Ресурсы открытого доступа

1. Персональные сайты преподавателей университета [Электронный ресурс]. URL: <http://prepod.nspu.ru/>
2. Маркетинг в туризме. URL: [VegaTyp - vegatour.org?kategoriya-knig/marketing-v-turizme](http://vega.tour-vegatour.org/?kategoriya-knig/marketing-v-turizme)

4.4 Технологическая карта самостоятельной работы студента

Таблица 3

Темы дисциплины	Перечень учебно-методического обеспечения (номер источника из п.п. 4.1-4.3)
Задания для самостоятельной работы	
Третий семестр	
Тема 1. Введение. Современный маркетинг в образовании и туризме	Основная учебная литература: 1, 2, 3 Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Составление опорного конспекта по теме	
Тема 2. Рынок как объект маркетинговой деятельности	Основная учебная литература: 1, 2, 3 Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Подготовка систематизированной таблицы «Субъекты маркетинговой деятельности на туристском рынке»	

Тема 3. Маркетинговые исследования туристского рынка	Основная учебная литература: 1, 2, 3 Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Составление модели маркетинга образовательной организации	
Четвертый семестр	
Тема 1. Коммуникационная политика маркетинга в образовании и туризме	Основная учебная литература: 1, 2, 3 Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3 Ресурсы открытого доступа: 1, 2
Решение ситуационных кейс-задач	
Подготовка к экзамену	Основная учебная литература: 1, 2, 3 Дополнительная учебная литература: 1, 2, 3 Ресурсы открытого доступа: 1, 2

5 РЕСУРСЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1 Информационные технологии

Образовательный процесс осуществляется с применением локальных и распределенных информационных технологий (таблицы 4, 5).

Локальные информационные технологии

Таблица 4

Группа программных средств	Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства	Аудитория	Реквизиты подтверждающего документа
Браузеры (веб-обозреватели)	Firefox	25а, 28а	https://addons.mozilla.org/ru/firefox/addon/statusbar-clock/eula/
Операционные системы	Windows 7 Professional	28а	Лицензионное соглашение №48394535 от 09.04.2011 Контракт №125 от 03.05.2011
	Mint	25а, 28а	https://www.ubuntu.com/legal
Офисные приложения	Office Standard	28а	Лицензионное соглашение № от 10.11.2018 Договор №10-18 от 15.10.2018
	Libre Office	25а, 28а	https://wiki.documentfoundation.org/TDF/Policies/Trademark_Policy
	МойОфис Образование	25а, 28а	Лицензионное соглашение №б/н от 01.08.2019 Договор №б/н от 01.08.2019

Распределенные информационные технологии

Таблица 5

Группа	Наименование
Библиотеки и образовательные ресурсы (в том числе персональные сайты преподавателей НГПУ)	Электронная библиотека НГПУ http://lib.nspu.ru

5.2 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 6

Номер и наименование (при наличии) помещения для осуществления образовательной деятельности	Перечень основного оборудования	Адрес места осуществления образовательной деятельности (местоположение согласно лицензии)
Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа		

Ауд. №338 «Компьютерный класс. Кабинет регионоведения и туризма»(Здание (Учебный корпус №1))	Комплект учебной мебели	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилуйская, дом 28
Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа (практические занятия, лабораторные занятия)/ Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций/ Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации		
Ауд. №338 «Компьютерный класс. Кабинет регионоведения и туризма»(Здание (Учебный корпус №1))	Комплект учебной мебели	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилуйская, дом 28
Ауд. №325 «Кабинет экономического и социальной географии»(Здание (Учебный корпус №1))	Комплект учебной мебели	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилуйская, дом 28
Помещение для самостоятельной работы обучающихся		
Ауд. №25а «Помещение для самостоятельной работы»(Здание (Учебный корпус №1))	Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - бшт. Печатное и сканирующее оборудование: Принтеры - 1шт. Проекционное оборудование: Мультимедиа проектор - 1шт., Экраны рулонные (настенные, на штативе) - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилуйская, дом 28
Ауд. №28а «Помещение для самостоятельной работы»(Здание (Учебный корпус №1))	Комплект учебной мебели Компьютерное оборудование: Компьютер в комплекте (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - бшт., Моноблок (с выходом в сеть "Интернет" и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета) - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилуйская, дом 28
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования		
Ауд. №5 «Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования»(Здание (Учебный корпус №1))	Здания/Сооружения: Сооружения - 1шт. Учебное оборудование и наглядные пособия: Милливольтметры - 1шт., Генераторы - 1шт., Измерители - 1шт. Печатное и сканирующее оборудование: МФУ - 1шт.	630126, г. Новосибирск, Октябрьский район, ул. Вилуйская, дом 28

Ауд. №1056 «Для профилактического обслуживания оборудования»(Здание (Школа(Учебный корпус №2)))		630132, г. Новосибирск, Железнодорожный район, ул. Советская, дом 79
---	--	--

6 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

6.1 Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости

Таблица 7

№ п/п	Наименование темы	Код компетенции	Формы проверки
Третий семестр			
1	Тема 1. Введение. Современный маркетинг в образовании и туризме	ОПК-7, ПК-2	1. устный опрос
2	Тема 2. Рынок как объект маркетинговой деятельности	ОПК-7, ПК-2	1. устный опрос 2. практические задания
3	Тема 3. Маркетинговые исследования туристского рынка	ОПК-7, ПК-2	1. собеседование 2. практические задания
Четвертый семестр			
4	Тема 1. Коммуникационная политика маркетинга в образовании и туризме	ОПК-7, ПК-2	1. практические задания

6.2 Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Таблица 8

Оценочные материалы для промежуточной аттестации	
Четвертый семестр (Экзамен)	
Код компетенции: ОПК-7	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблемы и перспективы использования инструментов маркетинга в образовании и туризме. 2. Цели принципы маркетинга в образовании и туризме. 3. Стратегия и тактика туристского маркетинга. 4. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом. 5. Маркетинговые исследования туристского рынка. 6. Маркетинговые исследования образовательного рынка. 7. Этапы маркетингового исследования. 8. Сегментация потребителей туристских услуг. 9. Сегментация потребителей образовательных услуг. 10. Стратегии охвата рынка туристских услуг. 11. Товарная стратегия в туризме. 12. Жизненный цикл услуги в образовании и туризме. 13. Сервисное обслуживание в туризме. 14. Сбытовая политика. 15. Ценообразование на туристские услуги. 16. Цели и методы ценообразования. 17. Коммуникация в маркетинге образования и туризма. 18. Роль и значение рекламы в туристском маркетинге. 19. Личные продажи в туристской индустрии. 20. Формирование положительного имиджа туристского предприятия. 	
Код компетенции: ПК-2	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблемы и перспективы использования инструментов маркетинга в образовании и туризме. 2. Цели принципы маркетинга в образовании и туризме. 3. Стратегия и тактика туристского маркетинга. 4. Управление маркетингом. Концепции управления маркетингом. 5. Маркетинговые исследования туристского рынка. 	

6. Маркетинговые исследования образовательного рынка.
7. Этапы маркетингового исследования.
8. Сегментация потребителей туристских услуг.
9. Сегментация потребителей образовательных услуг.
10. Стратегии охвата рынка туристских услуг.
11. Товарная стратегия в туризме.
12. Жизненный цикл услуги в образовании и туризме.
13. Сервисное обслуживание в туризме.
14. Сбытовая политика.
15. Ценообразование на туристские услуги.
16. Цели и методы ценообразования.
17. Коммуникация в маркетинге образования и туризма.
18. Роль и значение рекламы в туристском маркетинге.
19. Личные продажи в туристской индустрии.
20. Формирование положительного имиджа туристского предприятия.

Критерии выставления отметок

Отметка «отлично» / «зачтено» (высокий уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил системные знания по всем разделам программы дисциплины / модуля / практики, продемонстрировал способность к их самостоятельному пополнению, в том числе в рамках учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности; при выполнении заданий, предусмотренных программой, успешно продемонстрировал осваиваемые в рамках дисциплины / модуля / практики профессиональные умения; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы полностью и качественно, на творческом уровне, выразил личностную значимость деятельности; при устном ответе высказал самостоятельное суждение на основе исследования теоретических источников, логично и аргументированно изложил материал, связал теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров, свободно ответил на дополнительные вопросы; при выполнении письменного задания представил содержательный, структурированный, глубокий анализ сути и путей решения проблемы (задачи, задания); при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 85 – 100 % заданий.

Отметка «хорошо» / «зачтено» (средний уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил знание основного материала по всем разделам программы дисциплины / модуля / практики в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, продемонстрировал способность к их самостоятельному пополнению; при выполнении заданий, предусмотренных программой, смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения, но допустил не принципиальные ошибки в их выполнении, которые смог исправить при незначительной помощи преподавателя; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, при этом задания выполнены полностью и качественно; при устном ответе объяснил учебный материал, интерпретировал содержание, экстраполировал выводы; при выполнении письменного задания представил репродуктивную позицию элементы анализа в описании сути и путей решения проблемы (задачи, задания), изложил логическую последовательность вопросов темы; при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 75 – 84 % заданий.

Отметка «удовлетворительно» / «зачтено» (пороговый уровень сформированности компетенций (-ии)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил знание основного материала по всем разделам программы дисциплины /модуля / практики в объёме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, но знания имеют пробелы и плохо структурированы; при выполнении заданий, предусмотренных программой, в целом смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения, но допустил ошибки в их выполнении, которые смог исправить при незначительной помощи преподавателя; представил результаты выполнения всех заданий для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, при этом задания выполнены формально, кратко, рефлексия неполная или носит формальный характер, представлено поверхностное описание; при устном ответе продемонстрировал знание базовых положений и ключевых понятий, верно воспроизвел учебное содержание без использования дополнительного материала; при выполнении письменного задания представил репродуктивную позицию в описании сути и путей решения проблемы (задачи, задания); при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 60 – 74 % заданий.

Отметка «неудовлетворительно» / «не зачтено» (компетенция(-ии) не сформирована(-ы)) выставляется обучающемуся, который в процессе изучения дисциплины и по результатам промежуточной аттестации, обнаружил отсутствие знаний либо фрагментарные знания по основным разделам программы дисциплины / модуля / практики; при выполнении заданий, предусмотренных программой, не смог продемонстрировать осваиваемые профессиональные умения (допустил принципиальные ошибки в их выполнении, которые не смог исправить при указании на них преподавателем), либо не выполнил задания; не выполнил предусмотренные учебным планом практические, лабораторные задания; не полностью выполнил задания для самостоятельной работы, указанных в программе дисциплины / модуля / практики, либо задания выполнены неверно, очевиден плагиат; при устном ответе допустил фактические ошибки в использовании научной терминологии и изложении учебного содержания, сделал ложные выводы; при выполнении тестовых заданий дал правильные ответы на 0 – 59 % заданий.