

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УФИМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА»

Институт туризма и коммуникаций

Кафедра «Туризм и гостеприимство»

Ю.П. Шеин

ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Учебно-методический комплекс
по направлению подготовки магистров 100200.68 Туризм
Инновационные технологии в туристской индустрии

Рекомендовано учебно-методическим советом УГАЭС

Уфа – 2011

Автор-составитель: Шеин Ю.П.

УДК 338.48 (073)

ББК 65.290-2я73

Ш 39

Шеин Ю.П. Планирование маркетинга туристского предприятия: Учебно-методический комплекс / Авт.-сост.: Ю.П. Шеин. – Уфа: Уфимская государственная академия экономики и сервиса, 2011. – 49 с.

Учебно-методический комплекс «Планирование маркетинга туристского предприятия» соответствует учебному плану направления подготовки магистров 100200.68 Туризм. Инновационные технологии в туристской индустрии и адресован исследователям и практическим специалистам в сфере туристского маркетинга.

Учебно-методический комплекс содержит учебную программу курса, краткий курс лекций, тематику практических занятий, темы контрольных работ, методические указания по их выполнению, темы для самостоятельной работы студентов, вопросы для подготовки к экзамену, аттестационно-педагогические измерительные материалы, список источников и литературы.

Рецензент: канд. социол. наук, доцент кафедры «Туризм и гостеприимство» УГАЭС Величко И.А.

© Шеин Ю.П., 2011

© Уфимская государственная академия
экономики и сервиса, 2011

СОДЕРЖАНИЕ

Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе.....	4
Содержание дисциплины.....	5
Программа курса.....	6
Краткий курс лекций. Лекция 1. Система планирования и служба маркетинга туристского предприятия.....	9
Лекция 2. Стратегический и тактический маркетинг.....	14
Лекция 3. Горизонты планирования и операционный маркетинг.....	18
Лекция 4. Инновации, IT-технологии и система маркетинговой информации в планировании туристского предприятия.....	22
Лекция 5. Планирование туристского продукта и ценообразование.....	26
Лекция 6. Маркетинговая система, исполнение планов, бенчмаркинг.....	31
Тематика практических занятий.....	37
Вопросы для подготовки к зачету.....	38
Аттестационно-педагогические измерительные материалы.....	39
Темы для самостоятельной работы студентов.....	44
Методические рекомендации для преподавателей.....	44
Методические рекомендации для студентов.....	45
Список источников и литературы.....	46