

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«Минский государственный лингвистический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе учреждения
образования «Минский государственный
лингвистический университет»


_____ Е.П.Бетенья

« 31 » _____ *маю* _____ 20 23 г.

Регистрационный № УД-434/с2/ср7уч

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для направления специальности

1-23 01 02-02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных
коммуникаций (международный туризм)»

2023 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования I степени, утвержденного и введенного в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 30.08.2013 № 88 и учебного плана для направления специальности 1-23 01 02-02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм)».

СОСТАВИТЕЛИ:

Т.М. Сергеева, старший преподаватель кафедры истории и социальных наук учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет»;

Н.В. Савина, доцент кафедры истории и социальных наук учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат филологических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой истории и социальных наук учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет» (протокол № 10 от 05.05.2023).

Научно-методическим советом учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет» (протокол № 9 от 31.05.2023).

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Менеджмент и маркетинг в туризме» является составной частью подготовки специалистов по межкультурной коммуникации.

Цель изучения учебной дисциплины – формирование у будущих специалистов компетенций по менеджменту и маркетингу, связанных с процессами управления предприятиями индустрии туризма и продвижения туристического продукта на рынок туристических услуг, отвечающих современным требованиям развития культурных индустрий.

Основными задачами изучения учебной дисциплины являются:

- 1) систематизация знаний о механизмах и инструментах реализации менеджмента и маркетинга в туризме;
- 2) формирование навыков применения стратегий менеджмента и маркетинга в туризме, а также обоснованного и эффективного выбора стратегии в интересах предприятия;
- 3) совершенствование навыков и развитие умений систематического расширения знаний в области менеджмента и маркетинга в туризме, творческого и креативного использования полученных знаний, накопленного практического опыта в условиях изменяющейся рыночной среды;
- 4) развитие умений адаптировать полученные теоретические знания в деятельности предприятий туристической индустрии.

В системе подготовки специалистов с высшим образованием в соответствии с учебным планом направления специальности 1-23 01 02-02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм)» учебная дисциплина «Менеджмент и маркетинг в туризме» является дисциплиной компонента учреждения высшего образования цикла дисциплин специализаций.

В общей системе профессиональной подготовки специалистов по межкультурным коммуникациям содержание учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в туризме» базируется на знании учебных дисциплин «Теория и история туризма», «Культурология», «Экскурсоведение».

Знание учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в туризме» необходимо для изучения учебных дисциплин «Туроперейтинг и организация туризма», «Методика экскурсионно-туристической деятельности гида-переводчика».

В результате изучения учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в туризме» студенты должны

знать:

- сущность, механизм, функции и инструменты реализации концепции менеджмента и маркетинга в туризме;
- методы, направления менеджмента и маркетинговых исследований в туризме;
- порядок выбора целевого рынка и этапы формирования маркетинговой стратегии туристского предприятия;
- механизм формирования и реализации комплекса менеджмента и маркетинга туристского предприятия;
- организацию менеджмента и маркетинговой деятельности туристического предприятия;

уметь:

- использовать методологические и методические приемы проведения маркетинговых исследований;
- проводить выбор целевого рынка и обосновывать маркетинговую стратегию туристского предприятия;
- разрабатывать и осуществлять реализацию продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик туристского предприятия;
- творчески использовать концепции менеджмента и маркетинга в деятельности туристического предприятия;

владеть:

- технологиями управления туристическим предприятием;
- навыками разработки стратегий менеджмента и маркетинга;
- умением анализировать практические ситуации по менеджменту и маркетингу;
- умением применять технологии маркетинга в продвижении и реализации туров.

В соответствии с образовательным стандартом по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)» для направления специальности 1-23 01 02-02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм)» изучение учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в туризме» направлено на формирование следующих компетенций:

академических:

- АК-5.* Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).
АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

социально-личностных:

- СЛК-8.* Уметь реализовывать сценарии поведения в типичных ситуациях.
СЛК-9. Уметь принимать решения с учетом сложившейся конъюнктуры.
СЛК-13. Быть способным к критическому мышлению.