

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Международный банковский институт имени Анатолия Собчака»**

**АННОТАЦИЯ  
к рабочей программе дисциплины  
Маркетинг**

Рабочая программа учебной дисциплины «Маркетинг» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм разработана в соответствии с:

1. требованиями порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 N 301
2. требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №516 от 8 .06. 2017
3. учебным планом, одобренным Ученым советом АНО ВО «Международный банковский институт имени Анатолия Собчака» от «26» марта 2019 г. Протокол № 3

Целями освоения дисциплины «Маркетинг» являются формирование у обучающихся теоретических знаний, основ, его значение в гостеприимстве, а так же практика маркетингового механизма воздействия на конкурентные позиции гостиничных предприятий на рынке.

Маркетинг рассматривается как комплексная концепция, направленная на изучение рыночной среды в гостеприимстве и запросов потребителей с целью их удовлетворения. Применение на практике полученных знаний и умений в соответствии с требованиями к избранному виду деятельности, согласно разрабатываемым на основе маркетинговых программ стратегическим направлениям развития гостеприимства.

Дисциплина «Маркетинг» изучается на протяжении двух семестров в объеме 288 часов (8 зачетных единицы). Форма промежуточной аттестации, предусмотренная учебным планом – зачет, экзамен.

В рамках дисциплины изучаются: Тема 1. Понятие маркетинга, его теории, истории и принципы Тема 2. Потребности и потребители в маркетинге Тема 3. Рынок как объект маркетинга Тема 4. Конкуренция и конкуренты маркетинга Тема 5. Ценовая политика маркетинга Тема 6. Продвижение и коммуникация в маркетинге Тема 7. Продвижение: техника рекламы тема 8. Стратегическое маркетинговое планирование