



EU-TEMPUS IV Projekt «TETVET» 516630-TEMPUS-1-2011-1-DE-TEMPUS-JPHES  
«Teacher Education and Training in Tourism in Belarus»

ЕС-ТЕМПУС IV проект «TETBET» 516630-TEMPUS-1-2011-1-DE-TEMPUS-JPHES  
«Подготовка и повышение квалификации преподавателей дисциплин по туризму в Республике Беларусь»

## Kursbeschreibung Описание курса

### 1. Titel des Kurses / 1. Название курса

Tourism marketing / Маркетинг в туризме

### 2. Struktur des Kurses / 2. Структура курса

Tourism marketing (lectures)

Seminar on marketing in tourism (eg training / workshop - "round table")

Маркетинг в туризме (лекции)

Семинар по маркетингу в туризме (практические занятия / семинар – «круглый стол»)

### 3. Kurze Beschreibung des Kurses / 3. Краткое описание курса

The lectures are an introduction to tourism marketing, and establish a connection with the programs of economics, management, finance, logistics, tourism enterprises and organizations in the hospitality industry. The lecture material covers the following topics: the nature, the concept of marketing in tourism, power marketing functions of the tourism industry, marketing research, the formation of the marketing tourist enterprise. Topics on the marketing mix will be presented on the content, allowing us to obtain the knowledge and skills for effective technology formation of the product, price, communication, marketing strategies turpredpriyaty, allowing them to enter the global tourism market with a competitive travel products. Theoretical content will be updated considering different situations on travel agencies.

Лекции являются введением в маркетинг в туризме, а также устанавливают связь с программами экономики, менеджмента, финансов, логистики туристических предприятий и организаций индустрии гостеприимства. Лекционный материал охватывает следующие темы: сущность, концепции маркетинга в туризме, блоки функций маркетинга в туристической индустрии, маркетинговые исследования, формирование Комплекса маркетинга туристического предприятия. Темы по Комплексу маркетинга будут представлены по содержанию, позволяющему получить знания и умения по эффективным технологиям формирования продуктовой, ценовой, коммуникационной, сбытовой стратегий турпредприятий, позволяющих им выйти на мировой туристический рынок с конкурентоспособным турпродуктом. Теоретическое содержание будет дополнено рассмотрением различных ситуаций на турпредприятиях.

### 4. Anforderungen an den Dozenten / 4. Требования к преподавателю

Knowledge in the field of management, marketing, economics, experience in teaching

Специальные знания в области менеджмента, маркетинга, экономики; опыт преподавания

### 5. Trainer / 5. Преподаватель

Kurs-Koordinator / Руководитель курса:  
Liudmila Sakun

### 6. Bildungseinrichtungen/Lehrstühle / 6. Учреждения образования/кафедры

Belarussian State University of Physical Culture / Institute of Tourism / Department of Continuing Education in Tourism  
Белорусский государственный университет физической культуры / Институт туризма / Кафедра непрерывного образования в туризме



7. Zielgruppe/ 7. Целевая группа	8. Kursdauer (in Wochen) / 8. Продолжительность изучения курса (в неделях)	9. Unterrichtssprache(n) / 9. Язык(и) преподавания
<p>Novice teachers discipline "Marketing in Tourism", newcomers from other disciplines; colleagues have that wish to improve their knowledge or discuss aspects of dedicated methodology and didactics subject "Marketing in Tourism"</p> <p>Начинающие преподаватели дисциплины «Маркетинг в туризме»; новички из других дисциплин; коллеги, которые хотели бы пополнить свои знания или обсудить аспекты, посвященные методике и дидактике предмета «Маркетинг в туризме»</p>	<p>2 weeks - 40 hours / week</p> <p>2 недели по 40 ч. / в неделю</p>	<p>Russian / Русский</p>

10. Kurscredits (ECTS) / 10. Зачетные единицы (1 Ед. = 30 часов)	11. Arbeitsumfang (Std. gesamt) / 11. Общее количество часов	12. Kontaktstunden / 12. Аудиторная работа	13. Selbststudium / 13. Самостоятельная работа
2-3	80	62	18

14. Ziele des Kurses / 14. Цели курса			
<p>Be able to develop and discuss approaches to solving scientific and practical problems of marketing in tourism; be able to methodically and didactically correctly prepare and teach topics of marketing in tourism</p> <p>Уметь разрабатывать и обсуждать подходы к решению научных и практических задач маркетинга в туризме; уметь методически и дидактически правильно подготавливать и преподавать темы маркетинга в туризме и гостеприимстве.</p>			
	14.1 Lernziele / Learning outcomes des Moduls (siehe Verbenliste) / 14.1 Учебные цели (см. список глаголов, используемых для формулировки учебных целей)	14.2 Lehr/Lernmethoden / 14.2 Методы и формы организации учебного процесса	14.3 Prüfungsmethoden / 14.3 Формы контроля и оценки
<p>A. Fachliches Wissen A. Специальные знания</p>	<p>Identify and determine the significance of the content and issues of marketing research in tourism</p> <p>Распознавать и определять значимость содержания и вопросов исследований маркетинга в туристической деятельности</p> <p>Identify and explain the application of the marketing mix in tourism</p> <p>Выявлять и разъяснять сферы применения Комплекса маркетинга в туризме</p> <p>Explain the basic marketing theories, models, concepts, give examples</p>	<p>Lectures, assignments for projects, group discussions, work in small groups, trainings</p> <p>Лекции, Задания для проектов, Групповые обсуждения, Работа в малых группах Тренинги</p>	<p>If necessary, reference work, protection projects (test) of each workshop participant</p> <p>При необходимости контрольная работа, защита проектов (экзамен) каждого участника семинара</p>



	<p>Разъяснять основные маркетинговые теории, модели, концепции, приводить примеры</p> <p>Explain the basic techniques of marketing analysis, planning, promotion and marketing of tourism products and their application in particular cases</p> <p>Разъяснять основные методы маркетингового анализа, планирования, продвижения и сбыта туристической продукции и применения их в конкретных случаях</p>		
<p><b>B. Methodisch-didaktische Fähigkeiten</b> <b>B. Методико-дидактические компетенции</b></p>	<p>Analyze and evaluate approaches to solving problems in marketing travel agencies</p> <p>Анализировать и оценивать подходы к решению задач в маркетинговой деятельности турпредприятий</p> <p>Prepare methodical and didactic materials on topics of marketing in tourism</p> <p>Подготавливать методико-дидактические материалы, посвященные темам маркетинга в туризме</p> <p>Know and apply different learning methods in the task of marketing in tourism</p> <p>Знать и применять различные методы обучения в решении задач маркетинга в туризме</p> <p>Differentially inform theories and models of marketing in tourism relevant target groups</p> <p>Дифференцированно доносить теории и модели маркетинга в туризме соответствующим целевым группам</p> <p>Differentially communicate methods of marketing analysis, planning, promotion of tourist products relevant target groups</p> <p>Дифференцированно доносить методы маркетингового анализа, планирования, продвижения турпродукта соответствующим целевым группам</p>	<p>Working in small groups, Simulates a small part of the lecture, a short presentation</p> <p>Работа в малых группах, имитация небольших частей занятий и концепций, короткие презентации</p>	<p>Reflection (self-evaluation, analysis) Self-holding classes and discussion with colleagues (mutual evaluation, discussion)</p> <p>Рефлексия (самооценка, анализ), Самостоятельное проведение занятия и обсуждение с коллегами (взаимная оценка, обсуждение)</p>
<p><b>C. Überfachliche</b></p>	<p>Develop and offer options for approa-</p>	<p>Case studies, small group</p>	<p>Present solutions for</p>



<p><b>Fähigkeiten, (soft) skills</b>  <b>С. Междисциплинарные компетенции, социальные компетенции</b></p>	<p>challenges to address challenges of marketing in tourism  <b>Разрабатывать и предлагать варианты подходов к решению задач маркетинга в туризме</b></p> <p>Develop their own approaches to solving scientific and practical problems of marketing in tourism  <b>Разрабатывать собственные подходы к решению научных и практических задач маркетинга в туризме</b></p> <p>Select and evaluate ways to meet the challenges of marketing in tourism  <b>Выбирать и оценивать способы решения проблем и задач маркетинга в туризме</b></p> <p>Select and evaluate ways to meet the challenges of marketing in tourism  <b>Применять специальные правила обсуждения в рамках смоделированных ситуаций в маркетинговой деятельности турпредприятий</b></p>	<p>work, role play, the round table, A panel discussion  <b>Кейсы, работа в малых группах, ролевая игра, круглый стол, групповое обсуждение</b></p>	<p>cases  <b>Презентация решений для кейсов (Case study)</b></p>
---	---	---	--

15. Themen / Inhalte/ 15. Темы / Содержание	16. Kontaktstunden 16. Аудиторная работа	17. Zeit und Aufgaben für Selbststudium 17. Количество часов и задания для самостоятельной работы
The basic concepts of marketing in tourism <b>Основные понятия маркетинга в туризме</b>	4	
Marketing concept in tourism <b>Концепции маркетинга в туризме</b>	4	2
Universal block of marketing functions <b>Универсальный блок функций маркетинга</b>	6	2
The use of Internet-technologies in the tourism marketing <b>Использование Internet-технологий в туристическом маркетинге</b>	8	2
Marketing research in tourism <b>Маркетинговые исследования в туризме</b>	8	2
Marketing product strategy of the enterprise. Price in the marketing mix <b>Маркетинговая продуктовая стратегия предприятия. Цена в комплексе маркетинга</b>	6	2
Marketing sales strategy tourist enterprise <b>Маркетинговая сбытовая стратегия туристического предприятия</b>	6	2
Marketing communications strategy tourist enterprise <b>Маркетинговая коммуникационная стратегия тури-</b>	6	2



<b>стического предприятия</b>		
<b>Exhibition activity in marketing tourist enterprise</b> <b>Выставочная деятельность в маркетинге туристического предприятия</b>	6	2
<b>The effectiveness of marketing in tourism</b> <b>Эффективность маркетинга в туризме</b>	6	2
<b>Control / Контроль</b>	4	
<b>Total / Всего</b>	62	18

**18. Prüfungsmodalitäten / 18. Формы контроля и оценки знаний**

<b>18.1 Prüfungsformat</b> <b>18.1 Форма контроля</b>	<b>18.2 Gewicht in % /</b> <b>18.2 Процентное соотношение</b>	<b>18.3 Beurteilungskriterien / 18.3 Критерии оценки</b>
Defence of the project or the final reference work <b>Защита проекта или заключительная контрольная работа</b>	50	The project relates to the development of the course "Marketing in Tourism" for the target group of students. Final control work related to lecture content. <b>Проект относится к разработке программы курса «Маркетинг в туризме» для целевой группы обучающихся. Заключительная контрольная работа относится к содержанию лекции.</b>
The presentation, including self-evaluation, analysis, conduct independent studies and discussion with colleagues (mutual assessment, discussion) <b>Презентация включая самооценку, анализ, самостоятельное проведение занятия и обсуждение с коллегами (взаимная оценка, обсуждение)</b>	50	Presentation refers to the content of the exercises and includes the development of case study as part of small groups and presentation solutions in the group. <b>Презентация относится к содержанию упражнения и содержит разработку кейса в рамках малых групп и презентация решения в группе.</b>
Summe / Сумма:	100	

**19. Prüfungsvoraussetzungen / 19. Условия допуска к контролю и оценке знаний (экзамену)**

**Regelmäßige Teilname an der Vorlesung und Übung / Регулярное посещение лекции/семинара и работа в рамках семинара**

**20. Art der Zertifizierung / 20. Тип документа подтверждающий успешное посещение курса (сертификат?)**

**Nachweis der Weiterbildung**  
**Документ подтверждающий прохождение повышения квалификации (вкл. описание отдельных составляющих курса)**

**Certificate of professional development of the Ministry of Education**  
**Свидетельство о повышении квалификации Министерства образования Республики Беларусь**



## 21. Organisatorische Hinweise / 21. Организационные указания

### 21.1 Veranstaltungsort / 21.1 Место проведения:

BSUPC Institute of tourism/ БГУФК Институт туризма

### 21.2 Empfohlene Teilnehmerzahl / 21.2 Рекомендуемое количество участников:

10-25

## 22. Literatur und Lernmaterialien / 22. Литература и учебные материалы

Autor/ Автор; Ersch. Jahr / Год издания; Titel / Название; Ort / Verlag oder Internetlink / Место издания/ издательство или интернет-ссылка

### 22.1 Verpflichtende Literatur / 22.1 Основная литература

Гуляев, В.Г. Организация туристской деятельности: учебное пособие/ В.Г. Гуляев.- М.: Нолидж, 1996

Гуськов, С.И. Спортивный маркетинг/ С.И. Гуськов. - К.: Олимпийская литература, 1995

Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: учебное пособие/ А.П. Дурович, А.С. Копанев. - Минск: "Экономпресс", 1998

Квартальнов, В.А. Туризм / В.А. Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2004.

Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. - М., 1980

### 22.1 Zusätzliche Literatur / 22.2 Дополнительная литература

Голубков, Е.П. «Маркетинг: стратегии, планы, структуры» / Е.П. Голубков. – Москва, 1995

Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм: учебник / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ.; под ред. Р.Б. Ноздревой.- М.: ЮНИТИ, 1998

Кретов, И.И. «Маркетинг на предприятии» / И.И. Кретов. – Москва, 1994