

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Технологии продаж товаров и услуг
Краткое содержание	Сущность и значение технологии продаж товаров и услуг. Развитие продаж и их роль в индустрии туризма. Классификация маркетинговых исследований. Принципы проведения маркетинговых исследований. Структура потребителей маркетинговых исследований. Изучение потенциальных потребителей, их сегментация и особенности. Маркетинговые стратегии. Исследование маркетинговых инструментов. Исследование рынков: классификация, емкость и доля рынка. Система показателей, используемых для проведения маркетинговых исследований. Планирование маркетинговых исследований. Этапы разработки маркетинговых исследований. Методы проведения маркетинговых исследований. Организация и проведение исследований. Исследование продукта и методов его продвижения. Аналитическая система маркетинга и предоставление результатов
Результаты освоения дисциплины	Анализирует рынок. Понимает принцип технологии продаж. Разрабатывает управленческие решения. Определяет совокупность взаимосвязанных задач. Анализирует и применяет отечественный и зарубежный опыт. Оценивает эффективность маркетинговых исследований. Применяет методики и приемы маркетинговых исследований. Подбирает инструменты проведения маркетингового исследования. Анализирует поведение потребителей. Владеет методами количественного, качественного анализа и теоретического и экспериментального исследования.
Трудоемкость, з.е.	3
Форма отчетности	Зачет
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 304 с. 2. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг : монография / М. Ю. Горнштейн. – 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. – 404 с. 3. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 406 с.
Дополнительная литература	1. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 340 с. 2. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 474 с.