

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А.БУНИНА



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта**

**43.02.10 Туризм**

Базовый уровень подготовки

Форма обучения: **очная**

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «7» мая 2014 г. № 474.

Место дисциплины в структуре ППССЗ СПО *МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта*

Учебная дисциплина «Технология продаж и продвижения турпродукта» входит в перечень дисциплин профессионального модуля ПМ.01 «Предоставление турагентских услуг».

Рабочая программа разработана на кафедре туризма и гостиничного дела

Разработчики рабочей программы: Стрельникова Марина Анатольевна, к. филол. наук, доцент

Рецензент: к.ф.н., доцент Скроботова О.В.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительной профессиональной подготовке в рамках специальности СПО 43.02.10 Туризм.

## **1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:**

Дисциплина относится к профессиональному модулю ПМ 01 «Предоставление турагентских услуг», является междисциплинарным курсом и направлена на формирование общих компетенций (ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9) и профессиональных компетенций (ПК 1.1 - ПК 1.7).

## **1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения содержания дисциплины**

Целью преподавания дисциплины является овладение основами технологии продаж, приобретение знаний и практических навыков по каждому этапу процесса продаж, изучение особенностей туруслуг и форм их продвижения.

Задачи:

- дать представление об основных этапах цикла продаж и способах продвижения турпродукта;
- изучить основные особенности каждого этапа применительно к туристской сфере;
- выработать навыки, необходимые в процессе личных продаж турагента.
- воспитание у студентов культуры обслуживания клиентов туристского предприятия;
- привитие осознания значимости приобретаемых знаний и умений для дальнейшей профессиональной деятельности.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО и ОПОП СПО по данной специальности:

### **а) общих (ОК):**

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;

ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;

ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;

ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий;

ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации;

ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

**б) профессиональных (ПК):**

ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.

ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).

ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.

**1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**  
**максимальной** учебной нагрузки обучающегося 211 часов, в том числе:  
**обязательной** аудиторной учебной нагрузки обучающегося 138 часов;  
**самостоятельной** работы обучающегося 72 часов;  
**консультации** – 1 час.

**СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<i><b>Вид учебной работы</b></i>	<i><b>Объем часов</b></i>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>211</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>139</b>
в том числе:	
лекционные занятия	68
лабораторные занятия	-
практические занятия	70
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>72</b>
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) <i>(если предусмотрено)</i>	-
<b>Консультации</b>	<b>1</b>
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета 5 семестр</i>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

### МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Раздел 1.Этапы продаж. Специфика продаж в туризме				
	Содержание учебного материала			
Тема 1.1. Тенденции развития туристской индустрии	1	Основные тенденции в развитии туристской индустрии. Тенденции развития туристского спроса	4	1
		<b>Практическое занятие.</b> Проанализировать литературу и интернет-источники с целью выявления тенденций в развитии туристской индустрии. Подготовка сообщения и презентация на тему «Современные тенденции в развитии туриндустрии»	6	2
		<b>Самостоятельная работа</b> Составить терминологический словарь	12	2
Тема 1.2. Туристский продукт	Содержание учебного материала			
		Основные понятия и определения. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж. Структурная модель туристского продукта	4	1,2
	1	<b>Практическое занятие</b> Виды турпродукта. Особенности турпродукта, представленного на туррынке Липецкой области. Презентация.	8	1,2
	2	Анализ туристического продукта на конкретном примере и выявление особенностей, влияющих на технологию продаж. Подготовка индивидуальных сообщений.	6	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		12	
	1	Подготовка презентации на тему «Виды турпродукта»		2, 3
	2	Составление таблицы «Турпродукт Липецкой области»		2, 3
Тема 1.3. Технология продаж. Этапы продаж туристского продукта	Содержание учебного материала			
		Понятие продажи. Цикл продаж. Правила установления контакта. Технологии выявления потребностей клиента. Правила и рекомендации проведения презентации. Ценовые переговоры	12	1.2
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Установление контакта: установление делового и эмоционального контакта. Невербальное общение. Благоприятные и неблагоприятные признаки для установления контакта.	6	1.2
	2	Тренинг "Уверенное поведение в продажах".	6	
	3	Тренинг " Невербальные средства общения и их знание в продажах туруслуг".	6	
		<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Дать представление о существующих при выявлении потребностей типах вопросов.	12	2.3

		Составить таблицу возможных открытых и закрытых вопросов.		
Тема 1.4 Управление возражениями клиента	<b>Содержание учебного материала</b>			
	1	1. Понятие, сущность и причины возражения 2. Виды возражений 3. Этапы преодоления возражений (разбор конкретных ситуаций)	6	1, 2, 3
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Формирование банка возражений, часто встречаемых в туристской индустрии	6	1, 2, 3
	2	1. Виды возражений 2. Этапы преодоления возражений (разбор конкретных ситуаций)	6	
	3	Анализ алгоритма работы с возражениями, разработка способов и методов		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		12	
	1	Подготовка презентации		2, 3
<b>Раздел 2. Продвижение турпродукта</b>				
Тема 1.5 Основные каналы продвижения турпродукта	<b>Содержание учебного материала</b>			
	1	Способы доведения информации до потребителя. Виды информационных ресурсов.	2	2, 3
	2	Средства и формы рекламы турпродукта на рынке. Методы и нормативно-правовая основа рекламы турпродукта.	2	2, 3
	3	Виды рекламного продукта, технология его разработки и проведения рекламных кампаний	6	
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Нерекламные методы продвижения турпродукта: прямая рассылка информации, работа с постоянной клиентской базой, прямой маркетинг, организация культурных мероприятий (разбор конкретных ситуаций)	6	2, 3
	2	Специфика выставочной деятельности турфирмы. Особенности презентации туров на выставках, ярмарках, форумах.	6	
	2	<b>Самостоятельная работа</b> Систематическая проработка конспектов занятий, материала учебной литературы (по вопросам к разделам, главам учебников и учебных пособий, рекомендуемым преподавателем), основной терминологии (в т. ч. латинской) по отдельным темам. Подготовка к практическим занятиям и коллоквиумам	12	2, 3
Тема 1.6 Стимулирование продаж турпродукта	<b>Содержание учебного материала</b>			
	1	Анализ требований российского законодательства к правилам реализации туристского продукта и информации, предоставляемой потребителю 2. Средства стимулирования потребителей: предоставление скидок, дополнительного бесплатного обслуживания, раздача сувенирной продукции, бонусные программы для постоянных клиентов	4	1, 2, 3
	<b>Практические занятия</b>			
	1	1. Анализ системы мер по созданию положительного имиджа турфирмы на рынке 2. Разработка и анализ системы продвижения турпродукта 3. Анализ предотвращения типичных ошибок менеджеров при продаже туров	12	2, 3
	<b>Самостоятельная работа</b>			
	1	Систематическая проработка конспектов занятий, материала учебной литературы (по вопросам к разделам, главам учебников и учебных пособий, рекомендуемым преподавателем), основной терминологии (в т. ч. латинской) по отдельным темам. Подготовка к практическим занятиям и коллоквиумам	12	2, 3



<b>Примерная тематика курсовых работ</b> Разработка программы продвижения турпродукта туроператора. Разработка макета рекламного обращения. Разработка макета каталога туроператора (на примере российского туроператора). Разработка плана участия туроператора в международной туристской выставке. Разработка рекламно-информационного материала турагентства. Разработка рекламного буклета (на примере любого российского направления). Разработка памятки туристу (на примере любого российского направления). Разработка памятки туристу (на примере любого вида туризма). Разработка памятки туристу «Туристские формальности» (на примере любого туристского направления). Обслуживание клиента при продаже турпродукта. Организация продажи турпродукта в турагентстве. Создание благоприятной психологической обстановки в туристском агентстве при обслуживании клиента. Инновационные технологии обслуживания клиентов (на примере агентского бизнеса). Работа с претензиями туристов. Рекомендации менеджеру туристского агентства для работы по ... (любое туристское направление). Рекомендации менеджеру туристского агентства для работы по ... (любой вид туризма).			
Всего		<b>211</b>	

*Внутри каждого раздела указываются соответствующие темы. По каждой теме описывается содержание учебного материала (в дидактических единицах), наименования необходимых лабораторных работ и практических занятий (отдельно по каждому виду), контрольных работ, а также примерная тематика самостоятельной работы. Если предусмотрены курсовые работы (проекты) по дисциплине, описывается примерная тематика. Объем часов определяется по каждой позиции столбца 3 (отмечено звездочкой \*). Уровень освоения проставляется напротив дидактических единиц в столбце 4 (отмечено двумя звездочками \*\*).*

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета турагентской и туроператорской деятельности, учебной (тренинговой) фирмы по предоставлению туристских услуг (турфирма)  
Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: посадочные места по количеству обучающихся, рабочее место преподавателя.  
Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиапроектор и электронная панель или электронная доска.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику (по профилю специальности). Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику (по профилю специальности).

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- наглядные пособия: демонстрационные плакаты, раздаточный материал (Госты);
- слайд-проекторы, интерактивные доски.

#### **3.4. Информационное обеспечение обучения**

##### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

###### **Основные источники:**

1. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 242 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15811-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509812> (дата обращения: 01.06.2022).
2. Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12617-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496401> (дата обращения: 01.06.2022).

###### **Дополнительные источники:**

1. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 165 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02282-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491654> (дата обращения: 11.06.2022). Бессарабов Б.Ф., Бондарев Э.И., Столяр Т.А. Птицеводство и технология производства яиц и мяса птиц: учебник. — 2-е изд., доп. — СПб.: Лань, 2005. — 352 с.

2. Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 251 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684412> (дата обращения: 11.06.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04575-2. – Текст : электронный.
3. Хайретдинова, О. А. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие / О. А. Хайретдинова ; Уфимский государственный университет экономики и сервиса (УГУЭС). – Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015. – 107 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445129> (дата обращения: 01.06.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-88469-747-8. – Текст : электронный.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

[www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) - Федеральное агентство по туризму (Ростуризм)

[www.gks.ru](http://www.gks.ru) - Федеральная служба федеральной статистики

<http://www.turpoisk.ru/> - Туристическая поисковая система

<http://ruspo.ru/> - Туристическая система

[www.atorus.ru](http://www.atorus.ru) - Официальный сайт Ассоциации туроператоров России

<https://www.rostourunion.ru/> - Официальный сайт Российского союза туриндустрии

[www.ratanews.ru](http://www.ratanews.ru) - Ежедневная электронная газета для профессионалов турбизнеса

#### **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<b>Результаты обучения по учебной дисциплине</b>	<b>Формируемые компетенции</b>	<b>Оценочные средства по дисциплине</b>
<p>иметь практический опыт:</p> <p>выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;</p> <p>проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;</p> <p>взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;</p> <p>оформления документации строгой отчетности;</p> <p>уметь:</p>	<p><b>ОК 1 – ОК 9</b> <b>ПК1.1 – 1.7</b></p>	<p>Задания для контрольной работы</p> <p>Вопросы к практическим занятиям.</p> <p>Вопросы для зачета</p>

<p>определять и анализировать потребности заказчика;</p> <p>выбирать оптимальный туристский продукт;</p> <p>осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);</p> <p>составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;</p> <p>взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;</p> <p>осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;</p> <p>принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;</p> <p>обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;</p> <p>разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;</p> <p>представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;</p> <p>оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;</p> <p>оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;</p> <p>составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);</p> <p>приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;</p> <p>принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;</p>		
--	--	--

<p>доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;</p> <p>знать:</p> <p>структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;</p> <p>требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;</p> <p>различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;</p> <p>методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;</p> <p>технологии использования базы данных;</p> <p>статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;</p> <p>особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;</p> <p>основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;</p> <p>виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;</p> <p>характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;</p> <p>правила оформления деловой документации;</p> <p>правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности.</p>		
--	--	--

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ  
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ**

Дополнения и изменения в рабочей программе на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ уч. год.

Дополнения и изменения рассмотрены на заседании кафедры \_\_\_\_\_ протокол №  
\_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Зав. кафедрой: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_