

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А.БУНИНА

«УТВЕРЖДАЮ»

И. о. директора института СПО
Моргачева Н. В.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОПЦ.10 Маркетинговые технологии в туризме
43.02.16 Туризм и гостеприимство**

Форма обучения: очная

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.12.2022 г. №1100.

Место дисциплины в структуре ППССЗ СПО ОПЦ.10 Маркетинговые технологии в туризме.

Учебная дисциплина «Маркетинговые технологии в туризме» (ОПЦ.10) входит в перечень профессиональных дисциплин общепрофессионального цикла.

Рабочая программа разработана на кафедре туризма и гостиничного дела.

Разработчик(и) рабочей программы:

Карасева Г.Ю., преподаватель кафедры туризма и гостиничного дела

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

ОПЦ.10 Маркетинговые технологии в туризме

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОПЦ.10 «Маркетинговые технологии в туризме» представлена в профессиональном цикле общепрофессиональных дисциплин.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО и ОПОП СПО по данному направлению подготовки (специальности):

Код ПК, ОК	уметь	знать
ОК 01.	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
ПК 1.1	Владеть технологией делопроизводства (ведение документации, хранение и извлечение информации); Владеть	Законодательство Российской Федерации в сфере туризма и гостеприимства; Основы

	<p>техникой переговоров, устного общения, включая телефонные переговоры; Владеть культурой межличностного общения</p>	<p>трудового законодательства Российской Федерации; Основы организации, планирования и контроля деятельности сотрудников; Теория межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии; Оказывать первую помощь; Цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги; Ассортимент и характеристики предлагаемых туристских услуг; Программное обеспечение деятельности туристских организаций; Этику делового общения; Основы делопроизводства</p>
--	---	--

1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 51 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 44 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 1 час;
- консультация 2 часа;
- промежуточная аттестация 4 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	<i>51</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	
в том числе:	
лекционные занятия	22
лабораторные занятия	-
практические занятия	22
в том числе практическая подготовка	-
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено)</i>	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	<i>1</i>
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) <i>(если предусмотрено)</i>	-
<i>Рефераты, домашняя работа</i>	-
<i>Консультации</i>	2
<i>Промежуточная аттестация в форме: экзамен</i>	4

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОПЦ.10 «Маркетинговые технологии в туризме»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Уровень усвоения
1	2	3	4
Раздел 1. Понятие и сущность маркетинга			
Тема 1.1. Основные понятия маркетинга. Предмет, цели и задачи дисциплины	Содержание учебного материала		1,2,3
	1. Цели, функции, принципы и виды маркетинга. 2. Управление маркетингом, его цели и задачи. 3. Содержание и функции практического маркетинга.	2	
	Тематика практических занятий		
	Типичные ошибки системы маркетинга	2	
Тема 1.2. Туристический рынок как условие и экономическая основа маркетинга	Содержание учебного материала		2,3
	1. Конъюнктура рынка. 2. Целевой, дифференцированный и недифференцированный маркетинг. 3. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов рынка и позиционирование турпродуктов на рынке. 4. Маркетинговая среда.	2	
	Тематика практических занятий		
	Туристический маркетинг	2	
Тема 1.3. Продуктовая политика в маркетинге туризма.	Содержание учебного материала		
	1. Продуктовая, инновационная, ассортиментная политика. 2. Жизненный цикл турпродукта.	2	
	Тематика практических занятий		
	Туристская услуга и туристский продукт	2	

Раздел 2. Сущность и специфика маркетинга в туризме			
Тема 2.1. Ценообразование в сфере туризма.	Содержание учебного материала		
	1. Цены: понятие, виды, назначение, функции. 2. Процесс ценообразования. Факторы ценообразования. 3. Методы ценообразования. Стратегия и тактика ценообразования.	2	
	Тематика практических занятий		
	Ценообразование в сфере туризма	4	
Тема 2.2. Маркетинговые каналы распространения туруслуг	Содержание учебного материала		
	1. Обычные, вертикальные, горизонтальные маркетинговые системы. 2. Функции каналов сбыта, факторов формирования сбытовой сети. 3. Основные каналы распространения современной рекламы.	2	
	Тематика практических занятий		
	Интернет-реклама в туристическом бизнесе	2	
Тема 2.3. Маркетинговые коммуникации в туризме	Содержание учебного материала		
	1. Сущность, значение, и специфика маркетинговых коммуникаций в туризме. 2. Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. 3. Брендинг на рынке туристических услуг. 4. Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме.	4	
	Тематика практических занятий		
	Исследование спроса на турпродукт.	2	
Тема 2.4. Управление маркетинговой	Содержание учебного материала		
	1. Стратегическое планирование и маркетинговая программа. 2. Маркетинговая информационная система предприятия и методы сбора	4	

деятельностью туристского предприятия	информации. 3.Организация и содержание маркетинговых исследований. 4.Организационная структура маркетинговых служб предприятия и основные требования к ее построению. 5.Контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности		
	Тематика практических занятий		
	Реклама как важный инструмент маркетинга туристской деятельности	2	
Тема 2.5. Анализ маркетинговой деятельности туристского предприятия	Содержание учебного материала		
	1.Анализ конкурентной среды. 2.Анализ конкурентоспособности турпродукта. 3.Изучение поведения потребителей.	2	
	Тематика практических занятий		
	Прием и выявление потребностей туристов	2	
Тема 2.6. Продвижение дестинаций	Содержание учебного материала		
	1.Место маркетинга дестинаций в туристском маркетинге. 2. Специфика комплекса продвижения дестинации.	2	
	Тематика практических занятий		
	Использование возможностей Интернета для продвижения туристских дестинаций	4	
Консультация		2	
Самостоятельная работа		1	
Промежуточная аттестация		4	
Всего:		51	

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

Для реализации программы учебной дисциплины Маркетинговые технологии в туризме должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Оборудование учебного кабинета «Маркетинговые технологии в туризме»:

- посадочные места по количеству обучающихся,
- рабочее место преподавателя,

Технические средства обучения:

- интерактивная доска (учебная доска),
- технические средствами обучения:
- персональные компьютеры,
- мультимедийное оборудование.

3.4. Перечень источников, необходимых для освоения дисциплины. Методические материалы.

Основные источники:

1. Васильев, Г.А. Рекламный маркетинг: Учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 276 с.
2. Гончарова И.В., Маркетинг туризма: учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. — 224 с.
3. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 316 с.: 60х90 1/16.

Дополнительные источники:

1. Можаяева Н.Г.Рыбачек Г.В. , Организация туристской индустрии и география туризма: Учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 336 с.: 60х90 1/16.
2. Зайцева Н.А. , Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд., доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.: 60х90 1/16.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:		
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Производить координацию работы сотрудников службы предприятия туризма и гостеприимства Использовать технику переговоров, устного общения, включая телефонные переговоры	Опрос, тесты, письменные работы, практические задания, творческое задание
Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства		

**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: _____/_____