

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.11.2022 17:49:25
Уникальный программный ключ:
e68634da050325a9234284dd96b4f0f8b288e139

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»
Тобольский педагогический институт им. Д.И.Менделеева (филиал)
Тюменского государственного университета

УТВЕРЖДЕНО
Заместителем директора филиала
Шитиковым П.М.
РАЗРАБОТЧИК
Першина Н.В.

МДК.03.02. МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ
рабочая программа дисциплины для обучающихся по программе подготовки
специалистов среднего звена
43.02.10 Туризм
(базовая подготовка)
форма обучения очная

Першина Н.В. Маркетинговые технологии в туризме. Рабочая программа дисциплины для обучающихся по программе подготовки специалистов среднего звена 43.02.10 Туризм. Форма обучения – очная. Тобольск, 2022.

Рабочая программа дисциплины разработана на основе ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 мая 2014 года, №474.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте ТюмГУ: Управление деятельностью функционального подразделения. [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://tobolsk.utmn.ru/sveden/education/#>

© Тобольский педагогический институт им. Д.И.Менделеева (филиал) Тюменского государственного университета, 2022

© Першина Наталья Валентиновна, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины	3
2. Структура и содержание дисциплины	4
3. Условия реализации дисциплины	7
4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины	8

1. Паспорт рабочей программы дисциплины

1.1. Область применения программы.

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм. Программа учебной дисциплины может быть использована в профессиональной подготовке студентов по квалификации – специалист по туризму.

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.

Дисциплина «Маркетинговые технологии в туризме» входит в профессиональный учебный цикл в составе профессионального модуля ПМ 03 Предоставление туроператорских услуг, МДК.03.02.

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

Целью курса является изучение студентами основных понятий, процессов, технологий и методов маркетинга в туризме, формирование у них навыков маркетинговой деятельности.

В ходе изучения курса предполагается решить следующие задачи:

- дать знания об основных понятиях, связанных с маркетинговой деятельностью в туризме, технологиях и процессах ее характеризующих;
- рассмотреть генезис, проблемы и перспективы маркетинга;
- сформировать навыки разработки товарной, ценовой, сбытовой политики в организациях сферы туризма;
- овладеть основами маркетинговых исследований туристского рынка и уметь применять их в своей профессиональной деятельности;
- дать знания об управлении и организации маркетинговой деятельности на предприятиях сферы туризма;
- сформировать представления о сущности и особенностях международной маркетинговой деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- планирование программ турпоездок;
- основные правила и методику составления программ туров;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов.

уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
- проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;

- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

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), 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.

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

Семестры 3;

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 86 часов, в том числе: обязательной аудиторной нагрузки обучающегося 60 часов, самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	<i>86</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	<i>60</i>
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	<i>40</i>
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	<i>18</i>
Форма промежуточной аттестации по дисциплине – зачет	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Раздел 1.	Введение в маркетинг			
Тема 1.1. Сущность и особенности маркетинга в сфере туризма	1	Сущность и особенности маркетинга в сфере туризма.	4	2
	Практическое занятие. Сущность, функции, цели и регулирование маркетинга.		2	2
	Практическое занятие. Особенности маркетинга в сфере туризма.		2	3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка сообщения «Развитие маркетинга в сфере туризма в России».		4	3
Тема 1.2. Процесс управления маркетингом.	1	Процесс управления маркетингом.	2	3
	Практическое занятие. Процесс управления маркетингом.		4	3
	Самостоятельная работа обучающихся Составление словаря терминов по теме.		2	3
Тема 1.3. Маркетинговые исследования.	1	Маркетинговые исследования.	2	3
	Практическое занятие. Процесс маркетингового исследования.		4	3
	Самостоятельная работа обучающихся Творческое задание «Разработка анкеты маркетингового исследования в сфере туризма».		4	3
Раздел 2.	Система маркетинга в туризме			
Тема 2.1. Рынок туристских услуг, его изучение и сегментация.	1	Рынок туристских услуг, его изучение и сегментация.	2	3
	Практическое занятие. Рынок туристских услуг и направления его изучение.		2	3
	Практическое занятие. Сегментация туристского рынка.		2	3
	Самостоятельная работа обучающихся Конспект «Анализ конкурентов».		2	3
Тема 2.2. Товарная политика.	1	Товарная политика.	2	3
	Практическое занятие. Разработка товара (услуги) и его конкурентоспособность.		4	3
	Самостоятельная работа обучающихся Сообщение «Конкурентоспособность и качество товаров и услуг».		2	3
Тема 2.3.	1	Ценообразование в маркетинге.	2	3

Ценообразование в маркетинге.	Практическое занятие. Установление цен на товары и услуги.		2	3
Тема 2.4. Товародвижение и сбыт в маркетинге.	1	Товародвижение и сбыт в маркетинге.	2	3
	Практическое занятие. Товародвижение и сбыт в маркетинге.		4	3
Тема 2.5. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг.	1	Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг.	2	2
	Практическое занятие Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг.		4	2
Раздел 3.	Планирование, организация и контроль маркетинговой деятельности предприятия сферы туризма.			
Тема 3.1 Планирование и организация маркетинга предприятия.	1	Планирование и организация маркетинга предприятия.	2	3
	Практическое занятие. Планирование и организация маркетинга предприятия.		4	3
Тема 3.2. Контроль и контроллинг в системе маркетинга.	Практическое занятие. Контроль и контроллинг в системе маркетинга.		2	3
Раздел 4.	Международный маркетинг и его специфика.			
Тема 4.1. Международный маркетинг и его особенности.	Практическое занятие. Международный маркетинг и его особенности.		2	3
	Самостоятельная работа обучающихся. Сообщение «Специфика международного маркетинга в России».		3	3
Тема 4.2. Международный маркетинг в сфере туризма	Практическое занятие. Международный маркетинг в сфере туризма		2	3
	Итоговое тестирование		1	1,2,3
	Консультации		8	
	Итого		86	

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 дисциплины

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация дисциплины требует наличия кабинета гуманитарных и социально-экономических дисциплин на 24 посадочных мест оснащенного следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, доска аудиторная, мультимедийное аудиовизуальное оборудование, персональный компьютер.

На ПК установлено следующее программное обеспечение: Офисное ПО: операционная система MS Windows, офисный пакет MS Office, платформа MS Teams, офисный пакет LibreOffice, антивирусное ПО Dr. Web. Обеспечено проводное подключение ПК к локальной сети и сети Интернет.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий: основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов.

Основная литература:

1. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; под ред. Е.И. Богданова.— Москва: ИНФРА-М, 2019. — 214 с. — (Среднее профессиональное образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=337773> (дата обращения: 11.04.2020). – Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

Дополнительная литература:

1. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю. Н. Егоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 292 с. — (Среднее профессиональное образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=362976> (дата обращения: 11.04.2020). – Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

2. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг: учебное пособие / А. В. Лукина. — 2-е изд., доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. — 239 с. — (Среднее профессиональное образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=339414> (дата обращения: 11.04.2020). – Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

Интернет-ресурсы:

1. Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. Знаниум - <https://znanium.com/>
3. IPR BOOKS - <http://www.iprbookshop.ru/>
4. eLIBRARY.RU - <https://www.elibrary.ru/>
5. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) - <https://icdlib.nspu.ru/> (только в филиале)
6. Национальная электронная библиотека (НЭБ) - <https://rusneb.ru/> (полное использование только в филиале)
7. Ивис - <https://dlib.eastview.com/>
8. Библиотека ТюмГУ - <https://library.utmn.ru/>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: Платформа для электронного обучения MicrosoftTeams.

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.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	<ul style="list-style-type: none"> - умение осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; - умение проводить анализ деятельности других туркомпаний; - умение работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; - умение обрабатывать информацию и анализировать результаты; - умение работать с информационными и справочными материалами; - знать способы обработки статистических данных; - знать основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; 	Опрос, тесты, письменные работы, практические задания, творческое задание, промежуточная аттестация в виде зачета.
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	<ul style="list-style-type: none"> - умение работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; - умение составлять турпакеты с использованием иностранного языка; - умение составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; - знать планирование программ турпоездок; - знать основные правила и методику составления программ туров; 	
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	<ul style="list-style-type: none"> - умение рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - умение рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; - уметь использовать каталоги и ценовые приложения; - знание методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - знание методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; 	
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского	<ul style="list-style-type: none"> - уметь налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; - умение консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; - умение предоставлять информацию турагентам 	

продукта.	<p>по рекламным турам;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; - знать виды рекламного продукта; - знать правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; - знать методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; - знать основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; - знать методику организации рекламных туров; - знать правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; - знать технику проведения рекламной кампании; - знать методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов. 	
-----------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> - умения осуществлять различные формы активной профессиональной деятельности; - применение знаний на практике; - знание сущности и социальной значимости своей будущей профессии. 	Опрос, тесты, письменные работы, практические задания, творческое задание,
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> - умение представить конечный результат деятельности в полном объеме; - умение проводить рефлексию (оценивать и анализировать процесс и результат); - знание сути профессиональных задач. 	промежуточная аттестация в виде зачета.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> - применение навыков принятия решений в соответствии с ситуацией; - понимание меры своей ответственности за принятое решение; - умение предлагать способы и варианты решения проблемы, оценивать ожидаемый результат; - знания процесса и методов принятия решений. 	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для	<ul style="list-style-type: none"> - умения извлекать и анализировать информацию из различных источников; - владение способами поиска и анализа информации; 	

<p>эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - умение самостоятельно работать с информацией; - понимать замысел текста; - умение пользоваться словарями, справочной литературой; - умение отделять главную информацию от второстепенной; - применение найденной информации для выполнения профессиональных задач; - знания способов поиска и анализа информации. 	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - владение компьютерными навыками; - умение пользоваться электронной почтой, ресурсами локальных и глобальных информационных сетей ; - применение различных компьютерных программ; - применение нужной компьютерной программы для решения конкретной задачи; - знать современные информационно-коммуникационные технологии и возможности их использования в профессиональной деятельности. 	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - использование конструктивных способов общения с коллегами, руководством, клиентами; - умение грамотно ставить и задавать вопросы; - способность координировать свои действия с другими участниками общения; - способность контролировать свое поведение, свои эмоции, настроение; - умение воздействовать на партнера общения и др. - способность работать в команде; - понимание общих целей; - знание форм и методов работы в коллективе. 	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - умение определять цели деятельности - умение реализовывать поставленные цели в деятельности; - умение представить конечный результат деятельности в полном объеме - умение анализировать и корректировать результаты собственной работы, отвечать за их качество; - знание методики постановки целей и мотивации подчиненных. 	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация стремления к самопознанию, самооценке, саморегуляции и саморазвитию; - организация самостоятельных занятий при обучении 	

<p>заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<ul style="list-style-type: none"> - умение определять свои потребности в изучении дисциплины и выбирать соответствующие способы его изучения; - владение методикой самостоятельной работы над совершенствованием умений; - умение осуществлять самооценку, самоконтроль через наблюдение за собственной деятельностью; - умение осознанно ставить цели овладения различными аспектами профессиональной деятельности, определять соответствующий конечный продукт; - умение реализовывать поставленные цели в деятельности; - умение представить конечный результат деятельности в полном объеме; - понимание роли повышения квалификации для саморазвития и самореализации в профессиональной и личной сфере; - знание технологий самообразования. 	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - способность учиться; - умение адаптироваться в новых ситуациях; - понимание сути инноваций и знание их видов; - умение внедрять инновационные методы работы; - знание новых технологий профессиональной деятельности. 	