

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
рекреационной географии, страноведения и туризма  
Федотов С.В.  
подпись, расшифровка подписи  
26.05.2022 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме  
*Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом*

43.02.10 Туризм

*Код и наименование специальности*

Профиль получаемого профессионального образования социально-  
экономический

Специалист по туризму

*Квалификация выпускника*

очная

*Форма обучения*

Учебный год: 2023-2024, 2024-2025

Семестр(ы): 4, 5

Рекомендована: НМС факультета географии, геоэкологии и туризма (протокол  
№8 от 04.05.2022 г.)

Составители программы: Дорохова Наталья Васильевна, д.э.н., доцент,  
Зайцева Анастасия Леонидовна, преподаватель

2022 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. стр.3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр.4-9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр.10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр.11

## 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Маркетинговые технологии в туризме

Программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 43.02.10 Туризм утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 мая 2014 г. N 474 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм», входящей в укрупненную группу специальностей 43.00.00 Сервис и туризм.

#### 1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 ТУРИЗМ, входящий в укрупненную группу специальностей 43.00.00 Сервис и туризм.

**1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** Дисциплина входит в состав профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг». Профессиональный модуль «Предоставление туроператорских услуг» является профессиональным модулем (ПМ.03) по специальности 43.02.10 «Туризм».

Для освоения модуля обучающиеся используют знания, умения, навыки, способы деятельности, сформированные в ходе изучения дисциплин «Экономика», «География туризма», «История географических открытий», «Организация туристской индустрии». Профессиональный модуль «Предоставление туроператорских услуг» состоит из междисциплинарных профессиональных курсов: «Технология и организация туроператорской деятельности», «Краеведение», «Основы региональной экологии», «География России» и является основой для изучения, «Управление функциональным подразделением организации».

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

*Цель* дисциплины сформировать современные представления о технологии формирования туров, освоить профессиональные навыки и умения в проектировании турпродукта, отвечающего потребностям туристов, изучить маркетинговые технологии в туризме и освоить их применение.

*В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:*

- осуществлять поиск и использование информации о состоянии и структуре рынка туристских услуг;
- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами

*В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:*

- историю развития и роль мирового туризма в мировой экономике;
- виды рекламного продукта

Результатом освоения программы учебной дисциплины является овладение обучающимся профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержательная часть компетенции</b>
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.
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 личного 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 личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося 192 часа, в том числе:

аудиторной учебной работы обучающегося (обязательных учебных занятий) 123 часа;

внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы обучающегося 69 часа.

## **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>192</b>
<b>Аудиторная учебная работа (обязательные учебные занятия)</b>	<b>123</b>

<b>(всего)</b>	
в том числе:	
лабораторные занятия <i>(если предусмотрено)</i>	-
практические занятия <i>(если предусмотрено)</i>	72
контрольные работы <i>(если предусмотрено)</i>	-
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено)</i>	-
<b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающегося (всего)</b>	<b>69</b>
в том числе:	
Самостоятельной внеаудиторной работы в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	69
<b>Итоговая аттестация в форме- экзамена</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Организация досуга туристов.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1.</b> Характеристика основных маркетинговых элементов и целей			
<b>Тема 1.1.</b> Организация индустрии туризма как объект маркетинговой деятельности. Сущность и основные понятия, используемые в маркетинге туризма	Содержание учебного материала Маркетинг как философия и инструмент предпринимательства в туризме. Маркетинг. Маркетинг услуг. Концепции маркетинга. Потребность. Нужда. Запрос потребителя	4	1
	Практические занятия 1. Элементы маркетинговой деятельности, ориентированные на туристский рынок	8	
	Самостоятельная работа обучающихся реферат	5	
<b>Тема 1. 2.</b> Историческое развитие маркетинга туризма в мировой рыночной экономике	Содержание учебного материала Концепции маркетинга. Рынок. Спрос. Предложение. Суммарный спрос на услуги. Факторы спроса и предложения. Рыночный механизм. Рыночное равновесие. Конкурентная борьба. Политика ценообразования на предприятиях туризма.	6	1
	Практические занятия 1. Элементы маркетинговой деятельности, ориентированные на туристский рынок. Маркетинг-микс на предприятиях туризма.	8	
	Самостоятельная работа обучающихся реферат	8	1
<b>Тема 1.3</b> Понятие маркетингового	Содержание учебного материала Среда маркетинга. Внешняя и внутренняя среда предприятий туризма. Планирование. Маркетинговое планирование. Перспективное маркетинговое	4	

планирования. Стратегическое и перспективное маркетинговое планирование	планирование. Стратегическое маркетинговое планирование. Методы разработки маркетинговых стратегий.		
	Практические занятия 1. Структура целей предприятия, его миссия	8	
	Самостоятельная работа обучающихся презентация	8	
<b>Тема 1.4</b> Характеристика услуги как специфического товара. Товарная политика	Содержание учебного материала Туристская услуга. Характеристики и отличительные особенности туристских услуг. Туристский продукт как товар. Турпакет. Товарная политика предприятий туризма. Рынок. Спрос. Предложение. Суммарный спрос на услуги. Факторы спроса и предложения. Рыночный механизм.	6	1
	Практические занятия 1. Сбытовая политика и организация реализации туристского продукта.	8	
	Самостоятельная работа обучающихся презентация	8	
<b>Тема 1.5</b> Покупательское поведение. Сегментация рынка и позиционирование услуг	Содержание учебного материала Потребитель. Потребительское поведение. Факторы, воздействующие на потребителя. Референтная группа. Сегмент рынка. Сегментация рынка. Критерии сегментации. Целевой сегмент. Позиционирование. Атрибуты позиционирования.	4	1
	Практические занятия 1. Сбытовая политика и организация реализации туристского продукта. Политика распределения товаров на предприятиях туризма.	8	
	Самостоятельная работа обучающихся	8	
<b>Тема 1.6</b> Понятие и отличительные особенности маркетинговых коммуникаций. Реклама и виды рекламы. Оценка и измерение эффективности рекламы.	Содержание учебного материала Коммуникации. Маркетинговые коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Реклама. Виды рекламы. Регулирование рекламной деятельности. Измерение эффективности рекламы.	6	1
	Практические занятия 1. Анализ элементов комплекса маркетинговых коммуникаций	8	
	Самостоятельная работа обучающихся	8	

<b>Тема 1.7</b> Имидж туристской компании и организационная культура	Содержание учебного материала Имидж. Управляемый имидж. Факторы, воздействующие на имидж. Поддержание имиджа. Организационная культура.	4	1
	Практические занятия 1. Анализ элементов комплекса маркетинговых коммуникаций	8	
	Самостоятельная работа обучающихся	8	
<b>Раздел 2.</b> Методы маркетинговых исследований и прогнозов			2
<b>Тема 2.1.</b> Понятие и отличительные особенности маркетингового исследования	Содержание учебного материала Маркетинговые информационные системы и система маркетинговых исследований в туризме. Маркетинговые исследования. Особенности маркетинговых исследований. Цели маркетинговых исследований. Служба маркетинга на предприятиях туризма. Международный маркетинг. Специфика международного маркетинга в России.	9	
	Практические занятия 1. Разработка плана маркетингового исследования	8	
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка плана маркетингового исследования и анкеты.	8	
Тема 2.2 Методы маркетинговых исследований	Содержание учебного материала Опрос. Анкетирование. Метод фокус-группы.	8	3
	Практические занятия 1. Методы и порядок определения выборки для маркетингового исследования.	8	
	Самостоятельная работа обучающихся Проведение маркетингового исследования и обработка результатов.	8	
<b>Всего:</b>		192	

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. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета гуманитарных и социальных дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

Мультимедийный проектор BENQ - 1 шт.; Компьютер Asus - 1 шт.; Экран - 1 шт.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

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

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Дурович, А. П. Маркетинг туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск : РИПО, 2020. – 246 с. – ISBN 978-985-503-989-2. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/154197">https://e.lanbook.com/book/154197</a>
2	Лесников, А. М. Менеджмент и маркетинг туризма : учебно-методическое пособие / А. М. Лесников. – Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. – 565 с. – ISBN 978-5-94048-061-7. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/63884">https://e.lanbook.com/book/63884</a>

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. Учебник для студ. вузов / Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж.. - М.: ЮНИТИ, 2005. - 1063 с.
4	Моисеева, Н.К. Маркетинг в турбизнесе / Н.К. Моисеева. - М.: Финансы и статистика., 2009. - 494 с.
5	Янкевич, В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт / В.С. Янкевич. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 415 с.
6	Дурович, А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие/ А.П. Дурович. - Минск: Новое знание, 2005. - 495 с.
7	Шнайдерман, А. Л. Партизанский маркетинг в туризме / А. Л. Шнайдерман. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 224 с. — ISBN 978-5-91657-419-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/62301">https://e.lanbook.com/book/62301</a>
8	Муртузалиев, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебное пособие / Т. В. Муртузалиев, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. — Москва : Дашков и К, 2017. — 166 с. — ISBN 978-5-394-02710-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/94021">https://e.lanbook.com/book/94021</a>

в) Информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Ресурс
-------	--------

9	Официальный сайт Федерального агентства по туризму. - URL: <a href="https://www.russiatourism.ru/">https://www.russiatourism.ru/</a>
10	Всемирная туристская организация (UNWTO) - URL: <a href="http://www.unwto.org">www.unwto.org</a>
11	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. - ( <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http://www.lib.vsu.ru/</a> )
12	Новости отелей <a href="http://www.hotelnews.ru">www.hotelnews.ru</a>
13	Живая энциклопедия путешественника «Тонкости туризма» <a href="https://tonkosti.ru/">https://tonkosti.ru/</a>

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

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

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

**Критерии оценки результата итогового контроля по итогам освоения дисциплины:**

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки и теоретическими основами дисциплины, умеет связывать теорию с практикой, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности, демонстрируя способность анализировать представленные данные.	Повышенный уровень	Отлично
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует одному из перечисленных показателей, но обучающийся дает правильные ответы на дополнительные вопросы. Содержатся отдельные пробелы во владении понятийным аппаратом, при иллюстрировании ответа примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности обучающийся испытывает некоторые затруднения.	Базовый уровень	Хорошо

<p>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым двум из перечисленных показателей, обучающийся дает неполные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся демонстрирует частичные знания по теоретическим основам дисциплины, при иллюстрировании ответа примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности испытывает существенные затруднения.</p>	<p>Пороговый уровень</p>	<p>Удовлетворительно</p>
<p>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки при изложении теоретических основ дисциплины, не справляется с заданием иллюстрирования ответа примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности.</p>	<p>–</p>	<p>Неудовлетворительно</p>

<p><b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b></p>	<p><b>Основные показатели оценки результата</b></p>
<p><b>Уметь:</b> осуществлять поиск и использование информации о состоянии и структуре рынка туристских услуг;</p> <p>осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами</p> <p><b>Знать:</b> историю развития и роль мирового туризма в мировой экономике; виды рекламного продукта</p>	<p><i>Осуществление поиска и использование информации о состоянии и структуре рынка туристских услуг.</i></p> <p><i>Осуществление маркетинговых исследований, использование их результатов при создании туристского продукта и для ведения переговоров с турагентствами</i></p> <p><i>Знание истории и роли мирового туризма в мировой экономике.</i></p> <p><i>Знание видов рекламного продукта.</i></p>

<p><b>Результаты обучения (освоенные ОК и ПК)</b></p>	<p><b>Основные показатели оценки результата</b></p>
<p>ПК 3.1 - Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта</p>	<p><i>- владение методами исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта</i></p>
<p>ПК 3.2 - Формировать туристский продукт</p>	<p><i>- демонстрация знаний о способах и принципах формирования туристского продукта</i></p>

ПК 3.3 - Рассчитывать стоимость туристского продукта	- демонстрация знаний о методах расчета стоимости туристского продукта
ПК 3.4 - Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	- понимание цели и задач взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
ОК 1 - Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация понимания сущности и социальной значимости своей будущей профессии; - демонстрация устойчивого интереса к будущей профессии применение знаний на практике
ОК 2 - Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- понимание сути профессиональных задач; - умение представить конечный результат деятельности в полном объеме; - умение проводить рефлексию (оценивать и анализировать процесс и результат).
ОК 3 - Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- 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.
ОК 4 - Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- способность извлекать и анализировать информацию из различных источников; - владение способами поиска и анализа информации; - 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.
ОК 5 - Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- 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.
ОК 6 - Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- 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.
ОК 7 - Брать на себя ответственность за	- умение определять цели деятельности

<p>работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение реализовывать поставленные цели в деятельности;</li> <li>- умение представить конечный результат деятельности в полном объеме;</li> <li>- умение анализировать и корректировать результаты собственной работы, отвечать за их качество.</li> </ul>
<p>ОК 8 - Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация стремления к самопознанию, самооценке, саморегуляции и саморазвитию;</li> <li>- организация самостоятельных занятий при обучении;</li> <li>- умение определять свои потребности в изучении дисциплины и выбирать соответствующие способы его изучения;</li> <li>- владение методикой самостоятельной работы над совершенствованием умений;</li> <li>- умение осуществлять самооценку, самоконтроль через наблюдение за собственной деятельностью;</li> <li>- умение осознанно ставить цели овладения различными аспектами профессиональной деятельности, определять соответствующий конечный продукт;</li> <li>- умение реализовывать поставленные цели в деятельности;</li> <li>- умение представить конечный результат деятельности в полном объеме;</li> <li>- понимание роли повышения квалификации для саморазвития и самореализации в профессиональной и личной сфере.</li> </ul>
<p>ОК 9 - Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- способность учиться;</li> <li>- умение адаптироваться в новых ситуациях;</li> <li>- понимание сути инноваций и знание их видов;</li> <li>- умение внедрять инновационные методы работы.</li> </ul>