**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «ТАМБОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»**

Елена Витальевна Воротникова
C=RU, OU=директор, O= АНПОО ТКСКТ, CN= Елена Витальевна Воротникова, E=tkskt@yandex.ru
Я подтверждаю этот документ

Утверждена приказом № 253-о
от «29»_августа___2025г.

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## МДК 02.04. Технология продаж и продвижения турпродукта по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство

**Тамбов, 2025**

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе примерной программы по дисциплине МДК 02.04. Технология продаж и продвижения турпродукта для профессиональных образовательных организаций, 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 № 1100, зарегистрированного Министерством юстиции 24.01.2023 № 72111

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Тамбовский колледж социокультурных технологий»

Разработчик: Манаенкова Алена Гавриловна, преподаватель АНПОО «Тамбовский колледж социокультурных технологий».

**Содержание**


| | | |
|---|---|---|
| 1. | Общая характеристика рабочей программы учебной дисциплины МДК 02.04. Технология продаж и продвижения турпродукта | 4 |
| 2. | Структура и содержание учебной дисциплины | 5 |
| 3. | Условия реализации программы учебной дисциплины | 24 |
| 4. | Контроль и оценка результатов освоения общеобразовательной дисциплины | 28 |

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МДК 02.04. Технология продаж и продвижения турпродукта

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины МДК 02.04. Технология продаж и продвижения турпродукта является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с примерной рабочей программмой по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство. При реализации рабочей программы учебной дисциплины могут быть использованы различные образовательные технологии, в том числе элементы дистанционных образовательных технологий, электронного обучения.

**1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:** программа входит в професссиональный учебный цикл и относится к общепрофессиональным учебным дисциплинам.

**1.3. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются следующие умения и знания.

**Общие компетенции**

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

**Профессиональные компетенции**

ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов.

| Код ПК, ОК | Умения | Знания |
|---|---|---|
| ОК 1 – ОК 09.<br>ПК 2.1. | определять и анализировать потребности заказчика;<br>выбирать оптимальный туристский продукт;<br>осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);<br>составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;<br>взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;<br>осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;<br>принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;<br>обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;<br>разрабатывать и формировать | |

| | | |
|---|---|---|
| | рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах; | |
| в результате освоения вариативной части учебной дисциплины обучающийся должен: | | |
| | выявление и анализ потребностей заказчиков и подбор оптимального туристского продукта<br>проведение сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта<br>взаимодействие с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники | оформление и расчета стоимости турпакета (или его элементов) в соответсвии с заявкой потребителя<br>оказание визовой поддержки потребителю<br>оформление документации строгой отчетности |

## 2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| **Вид учебной работы** | ***Объем часов*** |
|---|---|
| **Максимальная учебная нагрузка (всего)** | *44* |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)** | *44* |
| в том числе: | |
| Лекционные занятия | *24* |
| практические занятия | *18* |
| контрольные работы *(не предусмотрено)* | - |
| курсовая работа (проект) (*не предусмотрено)* | - |
| **Самостоятельная работа обучающегося** | *2* |
| Итоговая аттестация в форме *экзамена* | |

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины МДК 02.04. Технология продаж и продвижения турпродукта

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) *(если предусмотрены)* | | Объем часов | Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы. |
|---|---|---|---|---|
| **1** | **2 курс** | | | |
| **Раздел 1. Туризм: экономические аспекты и тенденции развития туризма и туристического продукта** | | | | |
| **Тема 1.1. Влияние туризма на экономику стран. Статистика в туризме. Законодательные нормативные акты.** | **Содержание учебного материала** | | **10** | ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 . ПК 2.1. |
| | 1 | Влияние туризма на экономику стран. /Факторы, тормозящие развитие туризма. Международные организации по регулированию туризма. | 2 | |
| | 2 | Доля туризма в ВВП стран мира. /Доля туризма в ВВП стран мира Статистика выезда и въезда туристов в РФ. | 2 | |
| | 3 | Анализ требований российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, правилам реализации турпродукта. | 2 | |
| | Практические занятия: | | **4** | |
| | 5 | Практическое занятие № 1 Анализ агентских договоров в части фингарантий ведущих ТО | 2 | |
| | 6 | Практическое занятие № 2 Обзор нормативно - законодательной базы и типовых договоров в сфере туризма | 2 | |
| **Тема 1.2. Формирование турпродукта** | Содержание учебного материала | | **14** | ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 2.1. |
| | 1 | Законодательные основы взаимодействия ТА и ТО./ Бизнес – модели развития ТО. Расчет стоимости турпродукта- прерогатива ТО, закрепленная в законе «Об основах туристской деятельности в РФ» Этапы работы ТО компании при формировании тура. | 2 | |
| | 2 | Маркетинговые исследования ТО. /Оценка конъюнктуры рынка ТО. Изучение и анализ запросов потребителей туруслуг. Изучение рекреационных возможностей регионов. | 2 | |
| | 3 | Методики расчета стоимости турпродукта ТО. /Калькуляция себестоимости. Издержки. | 2 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 4 | Этапы реализации турпродукта./ Негативные последствия снижения цены. Альтернатива неуменьшения цены. Риски ТО при демпинге. Мнения экспертов - директоров ведущих ТО. | 2 | |
| | Практические занятия: | | **6** | |
| | 5 | Практическое занятие № 3 Изучение рекреационных возможностей заданного региона для создания турпродукта | 2 | |
| | 6 | Практическое занятие № 4 Расчет турпакета выбранного направления | 2 | |
| | 7 | Практическое занятие № 5 Изучение поставщиков туруслуг при бронировании «напрямую» и через meet-компанию | 2 | |
| **Раздел 2. Продажи в туризме** | | | | |
| **Тема 2.1. Формирование и продажа турпродукта** | **Содержание учебного материала** | | **10** | ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 2.1. |
| | 1 | Законодательные основы взаимодействия ТА и ТО./ Бизнес – модели развития ТО. Расчет стоимости турпродукта- прерогатива ТО, закрепленная в законе «Об основах туристской деятельности в РФ» Этапы работы ТО компании при формировании тура. | 2 | |
| | 2 | Методики расчета стоимости турпродукта ТО. /Калькуляция себестоимости. Издержки. | 2 | |
| | 3 | Принципы работы маркетинговой службы в турфирме./ Методы и нормативно- правовая основа рекламы турпродукта. Виды рекламы и продвижения ТО турпродукта на туристическом рынке. Реклама- инструмент продвижения товара к потребителю. | 2 | |
| | Практические занятия: | | **4** | |
| | 5 | Практическое занятие № 6 Изучение сайта ТО в части раздела «агентствам» Изучение работы различных поисковых системах | 2 | |
| | 6 | Практическое занятие № 7 Создание и проведение виртуального тура | 2 | |
| **Тема 2.2. Технология продаж турпродукта** | **Содержание учебного материала** | | **8** | ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 2.1. |
| | 1 | Специфика продаж в турбизнесе. /Продажа услуги. Методы изучения запросов потребителя. Структура рекреационных потребностей. | 2 | |
| | 2 | Этапы процесса продажи турпродукта. Алгоритм процесса продажи турпродукта. Методы и приемы | 2 | |
| | Практические занятия: | | **4** | |
| | 5 | Практическое занятие № 8 Разработка дизайна рекламного буклета | 2 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 6 | Практическое занятие № 9. Выявление потребности в отдыхе друзей и знакомых<br>Бронирование готового турпакета в системе онлайн. Продажа турпродуктов клиенту | 2 | |
| | Самостоятельные работы: | | **2** | |
| | 7 | Реферат (тема на выбор студента) | 2 | |

## 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП 01. СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

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

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета гуманитарных дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

- информационные стенды,
- учебные столы, мягкие стулья,
- учебная доска,
- комплект учебно-методической документации,
- наглядные пособия

Технические средства обучения:

компьютер, принтер, сканер, модем (спутниковая система), проектор, экран, интерактивная доска, программное обеспечение общего и профессионального назначения.

### 3.2. Основные печатные издания

1.ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 9 февраля 2007 г.

2 Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» 28.12.2009

3 Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 5 декабря 1995 г. (с изменениями и дополнениями).

4 Федеральный закон «О рекламе», от 13.03.06. №38 с изменениями 2006 и 2007г.

5 Федеральный закон «О защите персональных данных» от 27.07.2006 N 152-ФЗ (последняя редакция)

6 Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)

7 Федеральный закон от 22 мая 2003 г. N 54-ФЗ"О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт"(информация об изменениях ) С изменениями и дополнениями от:3 июня, 17 июля 2009 г., 27 июля 2010 г., 27 июня 2011 г., 25 июня 2012 г.

8.Правила предоставления гостиничных услуг от 25 апреля 1997г. № 490

9.ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц».

10.ГОСТ Р 1185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»

11.Международные гостиничные правила, одобрены Советом Международной гостиничной ассоциации 2 ноября 1981 г. Катманду, Непал

12.Международная гостиничная конвенция касательно заключения контрактов владельцами гостиниц и турагентами от 15 июня 1979 г.

13.Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии. Министерство труда и социального развития 7 мая 1999г. №
14.Приказ Минтруда и соц. Защиты России от 07.05. 2015 г. N 282н «Об утверждении профессионального стандарта «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц»;
15.Абаев, А.Л., Алексунин, В.А. Международный маркетинг. учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.Л. Алексунин В.А. Абаев. - Люберцы: Юрайт, 2016 - 362 с
16.Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10544-5.
17.Джанджугазова Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019 — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3.
18.Долженко, Г. П. История туризма и гостеприимства: учебник для среднего профессионального образования / Г. П. Долженко, Ю. С. Путрик, А. И. Черевкова. — 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2019 — 226 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10974-0.
19.Золотовский, В. А. Правовое регулирование туристской деятельности : учебник для среднего профессионального образования / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 — 247 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9854-2
20.Карпова С.В. Рекламное дело: учебник для бакалавров / 2-е изд., перераб. и доп./ С.В. Карпова.-М.: Юрайт, 2013.- 431 с.
21 Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017 — 218 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04421-8.
22.Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 — 366 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10542-1.
23.Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 — 120 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10550-6.

### 3.3 Интернет-ресурсы.

1.www.rostourunion.ru - сайт Российского союза туриндустрии

2.www.tourdom.ru –профессиональный туристический портал

3.www.tourinfo.ru – официальный сайт газеты «Туринфо»

4.www reestr.russiatourism.ru - официальный сайт Федерального агентства по туризму

Министерства культуры Российской Федерации

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ

| Результаты обучения | Критерии оценки | Методы оценки |
|---|---|---|
| - выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;<br>- взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;<br>- оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;<br>- оказания визовой поддержки потребителю;<br>- оформления документации строгой отчетности; | Умение подбирать тур в соответствии с заданной ситуацией.<br>Навыки заполнения договора о реализации турпродукта.<br>Умение представить памятку туристу на поездку по указанному направлению.<br>Навыки оформления коммерческого предложения на поездку в соответствии с заявкой клиента.<br>Навыки расчёта итоговой стоимости турпродукта и прибыли агентства в соответствии с базовой комиссией туроператора. | Текущий контроль в форме:<br>-активность на занятиях (экспертное суждение; дополнения к ответам сокурсников и тп); тестирование; защита докладов; устный опрос;<br>Промежуточный контроль в форме зачета.<br>Устный опрос/экзамен. |

Елена Витальевна Воротникова
C=RU, OU=директор, O= АНПОО ТКСКТ, CN=Елена Витальевна Воротникова, E= tkskt@yandex.ru
Я подтверждаю этот документ