АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «ТАМБОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

Утверждена приказом № 194-о
от «31» августа 2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Тамбов, 2026

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. ПК 2.1.	определять и анализировать потребности заказчика; выбирать оптимальный туристский продукт; осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных); составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров; взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения; осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники; принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами; обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки; 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 проведение сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта 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 оказание визовой поддержки потребителю 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 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; - взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники; - оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя; - оказания визовой поддержки потребителю; - оформления документации строгой отчетности;	Умение подбирать тур в соответствии с заданной ситуацией. Навыки заполнения договора о реализации турпродукта. Умение представить памятку туристу на поездку по указанному направлению. Навыки оформления коммерческого предложения на поездку в соответствии с заявкой клиента. Навыки расчёта итоговой стоимости турпродукта и прибыли агентства в соответствии с базовой комиссией туроператора.	Текущий контроль в форме: -активность на занятиях (экспертное суждение; дополнения к ответам сокурсников и тп); тестирование; защита докладов; устный опрос; Промежуточный контроль в форме зачета. 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