

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:

Декан естественно-географического  
факультета



С.В. Жеглов

« 31 » августа 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Технология продаж туристских услуг

Уровень основной профессиональной образовательной программы

бакалавриат

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Направленность (профиль)

Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Форма обучения

Очная

Сроки освоения ОПОП

Нормативный, 4 года

Факультет

Естественно-географический

Кафедра

Экономической и социальной географии и туризма

Рязань, 2020

## ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Технология продаж туристских услуг» является формирование профессиональных компетенций, освоение теоретических и практических знаний, умений и навыков работы в условиях рыночной экономики; основ дисциплины для принятия квалифицированных решений для организации комплексного туристского обслуживания в основных сегментах туристской индустрии.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Дисциплина «Технология продаж туристских услуг» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины: *Менеджмент в туризме, Маркетинг в туризме.*

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: *Экономика и предпринимательство в сфере туризма, Туристско-рекреационное проектирование.*

## 2.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1	ПК-2 Способен к планированию, реализации и оценке эффективности мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта с использованием современных технологий	ПК-2.1 Осуществляет планирование и проведение мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта	Концепции по организации процесса продвижения и реализации туристского продукта	Организовывать мероприятия, направленные на формирование, продвижение и реализацию туристского продукта	Навыками организации процесса продвижения туристского продукта, навыками применения разных подходов к реализации туристского продукта
		ПК-2.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, отбор наиболее эффективных каналов, планирует и реализует мероприятия по корректировке рекламных кампаний	Показатели, направленные на оценку эффективности проводимых мероприятий, каналы сбыта туристского продукта	Разрабатывать и продвигать мероприятия по продвижению туристского продукта, разрабатывать рекламные компании, анализировать каналы сбыта туристского продукта	Навыками оценивания эффективности мероприятий, направленных на реализацию разработанного туристского продукта и туристских услуг; создания каналов сбыта туристского продукта
		ПК-2.3 Решает задачи по формированию, продвижению и реализации туристского продукта с применением информационно-коммуникационных технологий	Подходы к разработке туристского продукта, коммуникационные технологии, способствующие продвижению и реализации туристского продукта	Анализирует процессы, влияющие на технологию продаж, покупательское поведение, торговые взаимоотношения между участниками	Навыками формирования турпродукта, разработки компании по продвижению и реализации турпродукта и туристских услуг с применением информационно-

				СБЫТОВЫХ каналов	КОММУНИКАЦИОННЫХ технологий
--	--	--	--	------------------	-----------------------------

## ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

### 1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		№ 7	
		часов	
1	2	3	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	50	50	
В том числе:			
Лекции (Л)	16	16	
Практические занятия (ПЗ), Семинары (С)	34	34	
Лабораторные работы (ЛР)			
Иные виды занятий			
2. Самостоятельная работа студента (всего)	58	58	
3. Курсовая работа (при наличии)	КП		
	КР		
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	36	36
	экзамен (Э)		
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	<u>144</u>	<u>144</u>
	зач. ед.	4	4

Дисциплина частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий на платформах ZOOM, Skype, Moodle, Microsoft Teams.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Содержание разделов дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
1	2	3	4
7	1	Специфика туристского продукта.	Основные понятия и определения. Особенности туристского продукта и их влияние на технологию продаж. Структурная модель туристского продукта.
7	2	Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства	Основные концепции маркетинга. Социально-этическая концепция маркетинга. Концепция маркетинга взаимоотношений. Клиентоориентированный подход в индустрии туризма и гостеприимства. Формы продаж туристского продукта
7	3	Основные формы продаж продуктов индустрии туризма и гостеприимства	Туристские мотивации, их влияние на технологию продаж. Психологические процессы, влияющие на технологию продаж. Технология контакта с клиентом. Покупательское поведение. Стимулирование клиента на продажу. Каналы распределения туристского продукта. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. Прямой маркетинг.
7	4	Работа менеджера по продажам с клиентами	Технология управления контактом с клиентом. Приемы воздействия на клиента. Исследование потребностей клиента. Презентация продукта туристского предприятия. Управление возражениями клиента. Стимулирование клиента на покупку. Договорные отношения в индустрии туризма и гостеприимства. Работа с жалобами и претензиями.

## 2.2 Лабораторные и курсовые работы не предусмотрены учебным планом

### 3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 58 часов. Видами СРС являются: подготовка к практической работе (работа с первоисточниками, учебниками, базами данных), подготовка к защите электронного реферата-презентации, подготовка к устному индивидуальному собеседованию по материалам практической работы.

### 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (см. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине. Рейтинговая система в университете не используется

### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1	Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/450891">https://urait.ru/bcode/450891</a> (дата обращения: 03.04.2020).
2	Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/453850">https://urait.ru/bcode/453850</a> (дата обращения: 05.04.2020).

#### 5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1	Технологии продаж турпродукта : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / Т. В. Виноградова. — 2-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2014 — 240 с. — (Сер. Бакалавриат).
2	Лежнин, В.В. Локальные системы сферы туризма: управление и инновации / В.В. Лежнин, А.Н. Полухина ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. — 182 с. : табл., граф., схем., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=570636">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=570636</a> (дата обращения:

	01.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-2106-4. – Текст : электронный.
3	Развитие предпринимательства и бизнеса в современных условиях: методология и организация: Монография / Под общей редакцией ректора Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, д.э.н., профессора М.А. Эскиндарова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 466 с.
4	Тютин, А. Проактивные продажи. Технологии и стандарты розничных продаж / А. Тютин. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2015. — 256 с. — ISBN 978-5-00057-582-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/91721">https://e.lanbook.com/book/91721</a> (дата обращения: 05.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5	Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/448248">https://urait.ru/bcode/448248</a> (дата обращения: 05.04.2020).
6	Ермакова, Е.Е. Коммуникативные технологии в туризме : учебное пособие : [16+] / Е.Е. Ермакова ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2016. – 404 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=572268">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=572268</a> (дата обращения: 01.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-400-01170-2. – Текст : электронный.
7	Родигин, Л.А. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве: лекции / Л.А. Родигин, Е.Л. Родигин. – Москва : Советский спорт, 2014. – 208 с. : табл., схем., ил. – (Профессиональное туристское образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=438479">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=438479</a> (дата обращения: 01.04.2020). – Библиогр.: с. 182-183. – ISBN 5-9718-0743-8. – Текст : электронный.
8	Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/447001">https://urait.ru/bcode/447001</a> (дата обращения: 05.04.2020).
9	Пенкина, Н. В. Туристско-рекреационный комплекс: теоретико-методологические подходы к анализу : 2020-03-05 / Н. В. Пенкина. — Нижневартовск : НВГУ, 2017. — 173 с. — ISBN 978-5-00047-411-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/136229">https://e.lanbook.com/book/136229</a> (дата обращения: 01.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
10	Полухина, А.Н. Оценка эффективности стратегических программ развития туризма (на примере Приволжского федерального округа) : монография / А.Н. Полухина, В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2015. – 276 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=459504">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=459504</a> (дата обращения: 01.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-1574-2. – Текст : электронный.
11	Абабков, Юрий Николаевич. Маркетинг в туризме [Текст] : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова. - Москва : ИНФРА-М, 2012. - 214 с.
12	Маркетинг туризма [Текст] : учебное пособие / И. В. Гончарова [и др.]. - Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014.

### 5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы



1. Сайт «Университетская библиотека Online» - URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения 18.11.2020)
  2. Сайт электронной библиотеки диссертаций Российской государственной библиотеки. URL: <https://www.rsl.ru/> (дата обращения 18.11.2020)
  3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – URL: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 18.11.2020)
  4. Сайт научной библиотеки РГУ им. С.А. Есенина . – URL: <http://library.rsu.edu.ru/> (дата обращения 18.11.2020)
  5. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://www.biblio-online.ru/> (дата обращения 18.11.2020)
  6. Академия Google – поисковая система, разработанная специально для студентов, ученых и исследователей, предназначена для поиска информации в онлайн-официальных академических журналах и материалах, прошедших экспертную оценку <https://scholar.google.ru/> (дата обращения 18.11.2020)
  7. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань». – URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 18.11.2020)
  8. Российское образование – федеральный портал, где представлены нормативные документы, государственные образовательные стандарты, публикации - <http://www.edu.ru/> (дата обращения 18.11.2020)
- 5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины
1. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
  2. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
  3. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
  4. Маркетинг в России и за рубежом <http://dis.ru>
  5. [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru) (Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ)
  6. <http://www.biodiversity.ru/publications/books/tourism/p5.html> (Регулируемый туризм и отдых в национальных парках)
  7. [www.rata.spb.ru](http://www.rata.spb.ru) (Российский союз туристической индустрии)
  8. Записки маркетолога  
[https://www.marketch.ru/useful\\_to\\_marketers/studentam-marketologam/index.php](https://www.marketch.ru/useful_to_marketers/studentam-marketologam/index.php)
  9. <https://proturizm.club/> Протуризм. Портал для путешественников.
  10. <https://www.tourprom.ru/> Турпром Новости туристического рынка, компаний, отелей и круизов. Предложения от туроператоров и турагентств. Аналитика, пресс-релизы, рейтинги и др.

#### 5.5. Периодические издания

1. «Маркетинг розничной торговли» – специализированное издание, отражающее различные аспекты использования маркетинга розничными торговыми предприятиями. Журнал освещает современные методы формирования конкурентных преимуществ на рынке ритейла, а также предоставляет возможность познакомиться с новейшими теориями маркетинга розничной торговли и прогрессивным зарубежным и отечественным практическим опытом. Основная цель журнала – способствовать обмену практическим опытом использования маркетинга специалистами предприятий розничной торговли, освещать результаты актуальных научных разработок в этой сфере. <http://www.grebennikoff.ru/product/5>

2. Маркетинг и маркетинговые исследования. (ВАК)

3. «Реклама. Теория и практика» - это специализированное информационно-аналитическое издание, посвященное актуальным проблемам развития рекламного бизнеса, современным рекламным технологиям и их взаимодействию с нерекламными методами продвижения товаров и услуг. На страницах журнала освещается широкий круг вопросов, касающихся тенденций развития коммерческих коммуникаций в России и за рубежом, особенностей эффективного взаимодействия рекламодателей и посредников, современных технологий разработки и планирования рекламных и коммуникационных кампаний (бюджетирование, брифование, стратегическое планирование, медиапланирование, разработка и воплощение креативных решений, взаимодействие ATL- и BTL-технологий, управление рекламной кампанией и оценка эффективности принятых решений и другие). Журнал призван знакомить читателей с новыми методами, новым опытом и новыми эффективными решениями в сфере рекламы и, шире, коммерческих коммуникаций. <http://www.grebennikoff.ru/product/8>

4. Цель журнала "Практический маркетинг" заключается в предоставлении читателям информации, способной помочь в принятии эффективных стратегических и тактических решений в области маркетинга. Содержание журнала - научные практически ориентированные статьи по различным вопросам маркетинга, методические разработки, учебные материалы, обзор и анализ рынков, примеры маркетинговых исследований: их цели, возможности, результаты. <http://www.bci-marketing.ru>

5. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» — это научно-практическое издание, выходящее в свет с 1997 года. Особенностью издания является уникальное сочетание теоретических материалов по маркетингу, научных подходов, новых авторских концепций и практических статей. <http://www.mavriz.ru>

Источник: [https://www.rea.ru/ru/org/faculties/makfak/Pages/science\\_magazines.aspx](https://www.rea.ru/ru/org/faculties/makfak/Pages/science_magazines.aspx)  
© ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

6. "Современные проблемы сервиса и туризма" <https://www.spst-journal.org/>  
Журнал является одним из авторитетных и популярных периодических научно-практических изданий в России, посвященных проблемам сервиса и туризма.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, ноутбук, компьютерный класс, помещения для проведения лабораторных занятий.

## 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Реферат	<i>Реферат:</i> Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

## 8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА:

Перечень информационных технологий (лицензионное программное обеспечение,  
информационно-справочные системы)

### Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

### Стандартный набор ПО (для кафедральных ноутбуков):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО

Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются: вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.); набор веб-сервисов MS office365 (бесплатное ПО для учебных заведений <https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office>); система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»**

Утверждаю:

Декан естественно-географического  
факультета



С.В. Жеглов

«31» августа 2020 г.

**Аннотация рабочей программы дисциплины**  
*«Технология продаж туристских услуг»*

Направление подготовки  
43.03.02 Туризм

Направленность (профиль)  
Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Квалификация  
бакалавр

Форма обучения  
очная

Рязань 2020

### 1. Цель освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Технология продаж туристских услуг» является формирование профессиональных компетенций, освоение теоретических и практических знаний, умений и навыков работы в условиях рыночной экономики; основ дисциплины для принятия квалифицированных решений для организации комплексного туристского обслуживания в основных сегментах туристской индустрии.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе ( 7 семестр).

**3. Трудоемкость дисциплины:** - 4 зачетных единиц, 144 академических часов.

### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
	Знать	Уметь	Владеть (навыками)
3	4	5	6
ПК-2.1	Концепции по организации процесса продвижения и реализации туристского продукта	Организовывать мероприятия, направленные на формирование, продвижение и реализацию туристского продукта	Навыками организации процесса продвижения туристского продукта, навыками применения разных подходов к реализации туристского продукта
ПК-2.2	Показатели, направленные на оценку эффективности проводимых мероприятий, каналы сбыта туристского продукта	Разрабатывать и продвигать мероприятия по продвижению туристского продукта, разрабатывать рекламные компании, анализировать каналы сбыта туристского продукта	Навыками оценивания эффективности мероприятий, направленных на реализацию разработанного туристского продукта и туристских услуг; создания каналов сбыта туристского продукта
ПК-2.3	Подходы к разработке туристского продукта, коммуникационные технологии, способствующие продвижению и реализации туристского продукта	Анализирует процессы, влияющие на технологию продаж, покупательское поведение, торговые взаимоотношения между участниками	Навыками формирования турпродукта, разработки компании по продвижению и реализации турпродукта и туристских услуг с применением информационно-коммуникационных технологий

		СБЫТОВЫХ каналов	
--	--	------------------	--

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения**

Экзамен 7 семестр

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.