

Документ подписан в Министерстве образования и науки Донецкой Народной Республики  
Информация о владельце:  
ФИО: Костина Лариса Николаевна  
Должность: проректор  
Дата подписания: 06.12.2024 10:45:17  
Уникальный программный ключ:  
1800f7d89cf4ea7507265ba593fe87537eb15a6c

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Факультет

Стратегического управления и международного  
бизнеса

Кафедра

Туризма

"УТВЕРЖДАЮ"  
Проректор  
Л.Н. Костина  
28.04.2022 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.14**

**"Технологии продвижения и продажи турпродукта"**

**Направление подготовки 43.03.02 Туризм**

**Профиль "Туризм и гостиничная деятельность"**

Квалификация

***БАКАЛАВР***

Форма обучения

***очная***

Общая трудоемкость

***4 ЗЕТ***

Год начала подготовки по учебному плану

***2022***

Донецк  
2022

Составитель:  
д-р экон. наук, доцент

  
Л.А. Овчаренко

Рецензент:  
канд. экон. наук, доцент

  
В.Г. Шепилова

Рабочая программа учебной дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта" разработана в соответствии с:

Государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ МОН ДНР от 10.12.2021 г. № 149-НП;

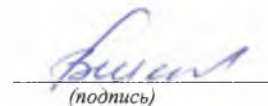
Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516).

Рабочая программа дисциплины составлена на основании учебного плана: Направление подготовки 43.03.02 Туризм Профиль "Туризм и гостиничная деятельность", утвержденного Ученым советом ГОУ ВПО "ДОНАУИГС" от 28.04.2022 протокол № 10/2.

Срок действия программы: 2022-2026.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Туризма Протокол от 13.04.2022 № 11.

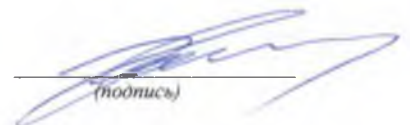
Заведующий кафедрой:  
канд. экон. наук, доцент Шепилова В.Г.

  
(подпись)

Одобрено Предметно-методической комиссией кафедры Туризма

Протокол от 13.04.2022 г. № 9

Председатель ПМК: д-р экон. наук,  
доцент Овчаренко Л.А.

  
(подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК \_\_\_\_\_ (подпись)

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2023 г. №\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Туризма

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2023 г. №\_\_

Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент, Шепилова В.Г. \_\_\_\_\_ (подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК \_\_\_\_\_ (подпись)

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2024 г. №\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Туризма

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2024 г. №\_\_

Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент, Шепилова В.Г. \_\_\_\_\_ (подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК \_\_\_\_\_ (подпись)

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2025 г. №\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Туризма

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2025 г. №\_\_

Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент, Шепилова В.Г. \_\_\_\_\_ (подпись)

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году****"УТВЕРЖДАЮ"**

Председатель ПМК \_\_\_\_\_ (подпись)

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2026 г. №\_\_

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Туризма

Протокол от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 2026 г. №\_\_

Зав. кафедрой канд.экон.наук, доцент, Шепилова В.Г. \_\_\_\_\_ (подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

<b>1.1. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
овладение обучающимися практическими навыками взаимодействия с потребителями турпродуктов на всех этапах продвижения и продажи туристских услуг.	
<b>1.2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	
формирование у обучающихся первоначальных практических навыков продвижения и продажи туристских продуктов и услуг; формирование рациональных подходов к реализации туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями турпродукта.	
<b>1.3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</b>	
Цикл (раздел) ОПОП ВО:	Б1.О
<i>1.3.1. Дисциплина "Технологии продвижения и продажи турпродукта" опирается на следующие элементы ОПОП ВО:</i>	
Организация деятельности предприятий туристской индустрии	
Русский язык и культура речи	
Сервисная практика	
Психология	
Логика	
Основы туризоведения	
Маркетинг в туризме	
<i>1.3.2. Дисциплина "Технологии продвижения и продажи турпродукта" выступает опорой для следующих элементов:</i>	
Туроперейтинг	
Организационно-управленческая практика	
<b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>	
<i>ОПК-3.1: Обеспечивает качество оказания реализуемых туристских услуг с учетом запросов потребителей и в соответствии с международными и государственными стандартами РФ</i>	
Знать:	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне теоретические аспекты предоставления туристских услуг в контексте их эффективной реализации потребителям на основе применения эффективных методик продвижения и продаж;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне теоретические аспекты предоставления туристских услуг в контексте их эффективной реализации потребителям на основе применения эффективных методик продвижения и продаж;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне теоретические аспекты предоставления туристских услуг в контексте их эффективной реализации потребителям на основе применения эффективных методик продвижения и продаж;
Уметь:	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне обеспечивать реализацию потребителям туристских услуг в контексте применения эффективных методик продвижения и продаж;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне обеспечивать реализацию потребителям туристских услуг в контексте применения эффективных методик продвижения и продаж;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне обеспечивать реализацию потребителям туристских услуг в контексте применения эффективных методик продвижения и продаж;
Владеть:	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне навыками реализации потребителям туристских услуг в контексте применения эффективных методик продвижения и продаж;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне навыками реализации потребителям туристских услуг в контексте применения эффективных методик продвижения и продаж;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне навыками реализации потребителям туристских услуг в контексте применения эффективных методик продвижения и продаж;
<b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>	
<i>ОПК-4.2: Организует продажи туристского продукта, с последующим продвижением турпродуктов и услуг в том числе с помощью онлайн технологий и интернет</i>	
Знать:	

<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне теоретические аспекты организации продаж и продвижения туристского продукта в контексте применения эффективных методик, в том числе с помощью онлайн-технологий и сети интернет;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне теоретические аспекты организации продаж и продвижения туристского продукта в контексте применения эффективных методик, в том числе с помощью онлайн-технологий и сети интернет;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне теоретические аспекты организации продаж и продвижения туристского продукта в контексте применения эффективных методик, в том числе с помощью онлайн-технологий и сети интернет;
<b>Уметь:</b>	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне организовывать продажи и продвижение туристского продукта в контексте применения эффективных методик, в том числе с помощью онлайн-технологий и сети интернет;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне организовывать продажи и продвижение туристского продукта в контексте применения эффективных методик, в том числе с помощью онлайн-технологий и сети интернет;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне организовывать продажи и продвижение туристского продукта в контексте применения эффективных методик, в том числе с помощью онлайн-технологий и сети интернет;
<b>Владеть:</b>	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне навыками организации продаж и продвижения туристского продукта в контексте применения эффективных методик, в том числе с помощью онлайн-технологий и сети интернет;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне навыками организации продаж и продвижения туристского продукта в контексте применения эффективных методик, в том числе с помощью онлайн-технологий и сети интернет;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне навыками организации продаж и продвижения туристского продукта в контексте применения эффективных методик, в том числе с помощью онлайн-технологий и сети интернет;
<b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>	
<i>ПК-9.2: Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг, разрабатывает предложения по изменению состава туристского продукта с учетом индивидуальных и специальных требований туриста или осуществляет поиск туристских продуктов, наиболее отвечающих требованиям туристов по срокам, цене и уровню качества обслуживания</i>	
<b>Знать:</b>	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне теоретические аспекты эффективной организации работы с потребителями турпродуктов;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне теоретические аспекты эффективной организации работы с потребителями турпродуктов;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне теоретические аспекты эффективной организации работы с потребителями турпродуктов;
<b>Уметь:</b>	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне эффективно организовывать работу с потребителями турпродуктов;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне эффективно организовывать работу с потребителями турпродуктов;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне эффективно организовывать работу с потребителями турпродуктов;
<b>Владеть:</b>	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне навыками эффективной организации работы с потребителями турпродуктов;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне навыками эффективной организации работы с потребителями турпродуктов;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне навыками эффективной организации работы с потребителями турпродуктов;
<b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>	
<i>ПК-9.3: Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта, в том числе с применением тизар-технологий</i>	
<b>Знать:</b>	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне теоретические аспекты проведения мероприятий по продвижению туристского продукта;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне теоретические аспекты проведения мероприятий по продвижению

	туристского продукта;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне теоретические аспекты проведения мероприятий по продвижению туристского продукта;
Уметь:	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне провести мероприятия по продвижению туристского продукта;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне провести мероприятия по продвижению туристского продукта;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне провести мероприятия по продвижению туристского продукта;
Владеть:	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта;
<b>1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:</b>	
<i>ПК-10.3: Применяет инновационные методы выявления потребностей потребителей, новые формы и приемы обслуживания с учетом особенностей формирования клиентурных отношений и клиентоориентированной работы в процессе предоставления услуг</i>	
Знать:	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне инновационные методы выявления потребностей потребителей туруслуг, новые формы и приемы обслуживания с учетом особенностей клиентоориентированных технологий обслуживания, в том числе продажам и продвижения турпродуктов;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне инновационные методы выявления потребностей потребителей туруслуг, новые формы и приемы обслуживания с учетом особенностей клиентоориентированных технологий обслуживания, в том числе продажам и продвижения турпродуктов;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне инновационные методы выявления потребностей потребителей туруслуг, новые формы и приемы обслуживания с учетом особенностей клиентоориентированных технологий обслуживания, в том числе продажам и продвижения турпродуктов;
Уметь:	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне применять инновационные методы выявления потребностей потребителей туруслуг, новые формы и приемы обслуживания с учетом особенностей клиентоориентированных технологий обслуживания, в том числе продажам и продвижения турпродуктов;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне применять инновационные методы выявления потребностей потребителей туруслуг, новые формы и приемы обслуживания с учетом особенностей клиентоориентированных технологий обслуживания, в том числе продажам и продвижения турпродуктов;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне применять инновационные методы выявления потребностей потребителей туруслуг, новые формы и приемы обслуживания с учетом особенностей клиентоориентированных технологий обслуживания, в том числе продажам и продвижения турпродуктов;
Владеть:	
<b>Уровень 1</b>	на базовом уровне инновационными методами выявления потребностей потребителей туруслуг, новые формы и приемы обслуживания с учетом особенностей клиентоориентированных технологий обслуживания, в том числе продажам и продвижения турпродуктов;
<b>Уровень 2</b>	на среднем уровне инновационными методами выявления потребностей потребителей туруслуг, новые формы и приемы обслуживания с учетом особенностей клиентоориентированных технологий обслуживания, в том числе продажам и продвижения турпродуктов;
<b>Уровень 3</b>	на высоком уровне инновационными методами выявления потребностей потребителей туруслуг, новые формы и приемы обслуживания с учетом особенностей клиентоориентированных технологий обслуживания, в том числе продажам и продвижения турпродуктов.
<i>В результате освоения дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта"</i>	
<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
	основы продвижения и продажи туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями;
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>

	организовывать продвижение и продажу туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями;
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
	навыками продвижения и продажи туристских услуг на основе эффективного взаимодействия с потребителями;
<b>1.5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>	
Текущий контроль успеваемости позволяет оценить уровень сформированности элементов компетенций (знаний, умений и приобретенных навыков), компетенций с последующим объединением оценок и проводится в форме: устного опроса на лекционных и семинарских/практических занятиях (фронтальный, индивидуальный, комплексный), письменной проверки (тестовые задания, контроль знаний по разделу, ситуационных заданий и т.п.), оценки активности работы обучающегося на занятии, включая задания для самостоятельной работы.	
<i>Промежуточная аттестация</i>	
Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с действующим "Порядок организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС". По дисциплине "Технологии продвижения и продажи турпродукта" видом промежуточной аттестации является Курсовая работа	

## РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>2.1. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Общая трудоёмкость дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта" составляет 4 зачётные единицы, 144 часов.						
Количество часов, выделяемых на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося, определяется учебным планом.						
<b>2.2. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ</b>						
Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
<b>Раздел 1. Организация туристского обслуживания</b>						
Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Лек/	5	2	ПК-10.3	Л1.2Л2.2Л3.2 Л3.4 Э2	0	
Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Сем зан/	5	6	ПК-10.3	Л1.2Л2.2Л3.2 Л3.4 Э2	0	
Тема 1.1. Клиенты турфирмы и их обслуживание /Ср/	5	3	ПК-10.3	Л1.2Л2.2Л3.2 Л3.4 Э2	0	
Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и туристов /Лек/	5	2	ОПК-3.1	Л1.1Л2.2Л3.2 Л3.4 Э2	0	
Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и туристов /Сем зан/	5	6	ОПК-3.1	Л1.1Л2.2Л3.2 Л3.4 Э2	0	

Тема 1.2. Права и обязанности турфирм и туристов /Ср/	5	3	ОПК-3.1	Л1.1Л2.2Л3 .2 Л3.4 Э2	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме /Лек/	5	2	ОПК-4.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 Л3.4 Э3	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме /Сем зан/	5	6	ОПК-4.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 Л3.4 Э3	0	
Тема 1.2. Обслуживание клиентов в телефонном режиме /Ср/	5	3	ОПК-4.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 Л3.4 Э3	0	
Тема 1.3. Обслуживание клиентов в офисе /Лек/	5	2	ОПК-4.2 ПК-9.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 Л3.4 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Обслуживание клиентов в офисе /Сем зан/	5	6	ОПК-4.2 ПК-9.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 Л3.4 Э1 Э2	0	
Тема 1.3. Обслуживание клиентов в офисе /Ср/	5	3	ОПК-4.2 ПК-9.2	Л1.1Л2.2Л3 .2 Л3.4 Э1 Э2	0	
Тема 1.4. Использование скриптов при продажах турпродукта /Лек/	5	2	ОПК-4.2 ПК-9.2 ПК-10.3	Л1.1Л2.2Л3 .2 Л3.4 Э3 Э5	0	
Тема 1.4. Использование скриптов при продажах турпродукта /Сем зан/	5	6	ОПК-4.2 ПК-9.2 ПК-10.3	Л1.1Л2.2Л3 .2 Л3.4 Э3 Э5	0	
Тема 1.4. Использование скриптов при продажах турпродукта /Ср/	5	3	ОПК-4.2 ПК-9.2 ПК-10.3	Л1.1Л2.2Л3 .2 Л3.4 Э3 Э5	0	
/Конс/	5	2			0	
<b>Раздел 2. Технологии продаж туристских услуг</b>						



Тема 2.1. Формирование сбытовой сети /Лек/	5	2	ОПК-4.2 ПК-9.2 ПК-9.3	Л1.2Л2.4Л3 .1 Л3.4 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Формирование сбытовой сети /Сем зан/	5	6	ОПК-4.2 ПК-9.2 ПК-9.3	Л1.2Л2.4Л3 .1 Л3.4 Э1 Э2	0	
Тема 2.1. Формирование сбытовой сети /Ср/	5	4	ОПК-4.2 ПК-9.2 ПК-9.3	Л1.2Л2.4Л3 .1 Л3.4 Э1 Э2	0	
Тема 2.2. Рекламные методы продвижения турпродукта /Лек/	5	2	ПК-9.3	Л1.2Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.4 Э2	0	
Тема 2.2. Рекламные методы продвижения турпродукта /Сем зан/	5	6	ПК-9.3	Л1.2Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.4 Э2	0	
Тема 2.2. Рекламные методы продвижения турпродукта /Ср/	5	4	ПК-9.3	Л1.2Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.4 Э2	0	
Тема 2.3. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Лек/	5	2	ПК-9.3	Л1.2Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.3 Э2	0	
Тема 2.3. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Сем зан/	5	6	ПК-9.3	Л1.2Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.3 Э2	0	
Тема 2.3. Нерекламные методы продвижения турпродукта /Ср/	5	4	ПК-9.3	Л1.2Л2.1 Л2.5 Л2.6 Л2.7Л3.1 Л3.3 Э2	0	
Тема 2.4. Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Лек/	5	2	ОПК-4.2 ПК-9.2	Л1.2Л2.3Л3 .1 Л3.4 Э1 Э4	0	
Тема 2.4. Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Сем зан/	5	6	ОПК-4.2 ПК-9.2	Л1.2Л2.3Л3 .1 Л3.4 Э1 Э4	0	
Тема 2.4. Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта /Ср/	5	4	ОПК-4.2 ПК-9.2	Л1.2Л2.3Л3 .1 Л3.4	0	

				Э1 Э4		
Тема 2.5. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Лек/	5	2	ОПК-4.2 ПК-9.2	Л1.2Л2.8Л3 .1 Л3.4 Э4	0	
Тема 2.5. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Сем зан/	5	6	ОПК-4.2 ПК-9.2	Л1.2Л2.8Л3 .1 Л3.4 Э4	0	
Тема 2.5. Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж. /Ср/	5	4	ОПК-4.2 ПК-9.2	Л1.2Л2.8Л3 .1 Л3.4 Э4	0	

### РАЗДЕЛ 3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта" используются следующие образовательные технологии: лекции (Л), семинарские занятия (ПР), самостоятельная работа студентов (СР) по выполнению различных видов заданий.

В процессе освоения дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта" используются следующие интерактивные образовательные технологии: проблемная лекция (ПЛ). Лекционный материал представлен в виде слайд-презентации в формате «Power Point». Для наглядности используются материалы различных научных и технических экспериментов, справочных материалов, научных статей т.д. В ходе лекции предусмотрена обратная связь со студентами, активизирующие вопросы, просмотр и обсуждение видеofilьмов. При проведении лекций используется проблемно-ориентированный междисциплинарный подход, предполагающий творческие вопросы и создание дискуссионных ситуаций.

При изложении теоретического материала используются такие методы, как: монологический, показательный, диалогический, эвристический, исследовательский, проблемное изложение, а также следующие принципы дидактики высшей школы, такие как: последовательность и систематичность обучения, доступность обучения, принцип научности, принципы взаимосвязи теории и практики, наглядности и др. В конце каждой лекции предусмотрено время для ответов на проблемные вопросы.

Самостоятельная работа предназначена для внеаудиторной работы студентов, связанной с конспектированием источников, учебного материала, изучением дополнительной литературы по дисциплине, подготовкой к текущему и семестровому контролю, а также выполнением индивидуального задания в форме реферата, эссе, презентации, эмпирического исследования.

### РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 4.1. Рекомендуемая литература

##### 1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Короткий, С. В.	Деловые коммуникации  : учебное пособие (90 с.)	Саратов : Вузовское образование, 2019
Л1.2	Шевченко, Д. А. Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева	Продвижение товаров и услуг: Практическое руководство: учебное пособие (372 с.)	Москва : Дашков и К, 2021

##### 2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	А. С. Гусак, В. Г. Шепилова	Связь с общественностью в туризме : учебное пособие предназначено для студентов образовательного уровня «бакалавр», направления подготовки 43.03.02 «Туризм» очной формы обучения (175 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2018

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л2.2	Сабурова, М. М.	Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика): учебное пособие (166 с.)	Ульяновск : УлГТУ, 2013
Л2.3	Дурович, А. П.	Маркетинг туризма: учебное пособие (248 с.)	Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020
Л2.4	Лисевич, А. В., Лунтова, Е. В., Джалая, М. А.	Маркетинговые технологии в туризме: учебное пособие для СПО (68 с.)	Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019
Л2.5	Бабанчикова, О. А.	Реклама и связи с общественностью в туристском бизнесе: учебное пособие (58 с.)	Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018
Л2.6	Чилингир, Е. Ю.	Реклама и связи с общественностью: введение в профессию: учебное пособие (240 с.)	Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020
Л2.7	Шарков, Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие (324 с.)	Москва : Дашков и К, 2018
Л2.8	Лысикова, О. В.	Операционный менеджмент туризма : учебное пособие (96 с.)	Москва : ФЛИНТА, 2019

### 3. Методические разработки

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Р. П. Лизогуб, О. О. Савченкова	Управление рынком сбыта: методические рекомендации по организации самостоятельной работы для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профили : «Маркетинг», «Менеджмент производственной сферы) очной / заочной форм обучения (47 с.)	ГОУ ВПО "ДОНАУИГС", 2019
Л3.2	Захарова, И. В.	Деловые коммуникации: практикум (141 с.)	Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019
Л3.3	Бердников, И.П., Стрижова, А.Ф.	PR-коммуникации : практическое пособие (208 с.)	Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021
Л3.4	Овчаренко Л.А.	Методические рекомендации по выполнению курсовой работы по дисциплине «Организация туристского обслуживания и технологии продаж»: для студентов 3 курса образовательного уровня «бакалавр» направления подготовки 43.03.02 «Туризм» (профиль «Туризм и гостиничная деятельность») очной формы обучения (19 с.)	Донецк: ДОНАУИГС, 2022

#### 4.2. Перечень ресурсов

##### информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Сильнейшие технологии продаж в туризме	<a href="https://yandex.ru/video/preview/?filmId=8208139896541693940&amp;from=tabbar&amp;ext=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5">https://yandex.ru/video/preview/?filmId=8208139896541693940&amp;from=tabbar&amp;ext=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5</a>
Э2	Технологии продаж (Анекс Тур)	<a href="https://yandex.ru/video/preview/?filmId=1878862361233894782&amp;from=tabbar&amp;t">https://yandex.ru/video/preview/?filmId=1878862361233894782&amp;from=tabbar&amp;t</a>

		ext=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5
Э3	Как продавать туры по телефону	<a href="https://yandex.ru/video/preview/?filmId=4988217917140996003&amp;from=tabbar&amp;ext=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5">https://yandex.ru/video/preview/?filmId=4988217917140996003&amp;from=tabbar&amp;ext=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5</a>
Э4	Воронка продаж в туризме	<a href="https://yandex.ru/video/preview/?filmId=7001947007172116759&amp;from=tabbar&amp;ext=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5">https://yandex.ru/video/preview/?filmId=7001947007172116759&amp;from=tabbar&amp;ext=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5</a>
Э5	Как из 10 звонков сделать 10 продаж	<a href="https://yandex.ru/video/preview/?filmId=5781109878411142279&amp;from=tabbar&amp;reqid=1667983339543690-3958466908799255034-vla1-4461-vla-17-balancer-8080-BAL-9404&amp;suggest_reqid=636966402166384149729655321983599&amp;text=%D1%81%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%BF%D1%82%D1%8B+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5">https://yandex.ru/video/preview/?filmId=5781109878411142279&amp;from=tabbar&amp;reqid=1667983339543690-3958466908799255034-vla1-4461-vla-17-balancer-8080-BAL-9404&amp;suggest_reqid=636966402166384149729655321983599&amp;text=%D1%81%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%BF%D1%82%D1%8B+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D0%B6+%D0%B2+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5</a>

#### 4.3. Перечень программного обеспечения

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Электронные презентации используются обучающимися на семинарских занятиях во время докладов; во время подготовки и для оценки индивидуальной работы осуществляется взаимодействие с обучающимися посредством электронной почты, интернет-групп, скайпа, вебинаров.

В процессе изучения дисциплины используется лицензионный пакет программ Microsoft Office и др.

Используются электронные презентации, электронный курс лекций, графические объекты, видео-аудио-материалы.

#### 4.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Доступ к электронным библиотечным ресурсам ГОУ ВПО «ДОНАУиГС» <http://vk.com/lib406>; <http://bibliotekad.ucoz.ua/>

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ДОНАУиГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС "ДОНАУиГС"), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся к ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

Сервер: Intel (R) Xeon (R) GPUE3-1240v5/3,5 GHz, 3,5 GHz

ОЗУ: 32,0 ГБ

#### 4.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Дисциплина «Технологии продвижения и продажи турпродукта» обеспечена:

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лекционная аудитория № 709, учебный корпус 1.

- комплект мультимедийного оборудования: ноутбук, мультимедийный проектор, экран;

-специализированная мебель: доска аудиторная, столы аудиторные, стулья.

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: № 809 учебный корпус 1.

-специализированная мебель: доска аудиторная, столы аудиторные, стулья;  
- демонстрационные плакаты.

3. Помещения для самостоятельной работы с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационнообразовательную среду организации: читальные залы, учебный корпус 1.

Адрес: г. Донецк, ул. Челюскинцев, 163А (ГОУ ВПО "ДОНАУИГС").

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС ДОНАУИГС) и электронно-библиотечную систему (ЭБС "ДОНАУИГС"), а также возможностью индивидуального неограниченного доступа обучающихся к ЭБС и ЭИОС посредством Wi-Fi с персональных мобильных устройств.

Сервер: Intel (R) Xeon (R) GPU E3-1240v5/3,5 GHz 3,5 GHz  
ОЗУ: 32,0 ГБ  
Емкость 1,8 ТБ  
15 ПК (терминалы) Intel Pentium III 733 MHz / 520Mb/монитор 15

## РАЗДЕЛ 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Клиенты турфирмы и их обслуживание.  
Права и обязанности турфирм и туристов.  
Обслуживание клиентов в телефонном режиме.  
Обслуживание клиентов в офисе.  
Использование скриптов при продажах турпродукта.  
Формирование сбытовой сети.  
Рекламные методы продвижения турпродукта.  
Нерекламные методы продвижения турпродукта.  
Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта.  
Направления увеличения продаж в туристской фирме. Воронка продаж.

Полный перечень контрольных вопросов и заданий находится в ФОС дисциплины.

### 5.2. Темы письменных работ

1. Стратегия и менеджмент обслуживания туристов в фирме.
2. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.
3. Мотивация потребителей: классификация потребностей.
4. Особенности туристской услуги.
5. Особенности продаж туристской услуги.
6. Комплексный анализ технологии продаж, в том числе с использованием сети интернет на примере конкретного туристского предприятия.
7. Теоретические аспекты технологии продаж.
8. Системы бронирования и резервирования туристских услуг.
9. Взаимодействие систем бронирования и туристических агентств
10. Продажи туристских услуг и понятие каналов продаж.
11. Технология продаж. Этапы процесса продаж туристских услуг.
12. Документальное оформление взаимоотношений турфирмы и клиента.
13. Анализ технологии продаж на примере конкретной турфирмы.

Полный перечень тем письменных работ находится в ФОС дисциплины.

### 5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта" разработан в соответствии с локальным нормативным актом "Порядок разработки и содержания фондов оценочных средств основной образовательной программы высшего профессионального образования в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

Фонд оценочных средств дисциплины "Технологии продвижения и продажи турпродукта" в полном объеме представлен в учебно-методическом комплексе дисциплины.

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

Устный опрос по изучаемой теме (собеседование), блиц-опрос

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты (проводится на семинарских занятиях)  
 Реферат (на семинарском занятии раскрываются основные аспекты темы реферата объемом не более 5-7 минут)  
 Доклад, сообщение, презентации  
 Контроль знаний по разделам - тестовые задания (выполняются и оцениваются после изучения раздела на семинарских занятиях)  
 Научная составляющая

## **РАЗДЕЛ 6. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

1) с применением электронного обучения и дистанционных технологий.

2) с применением специального оборудования (техники) и программного обеспечения, имеющихся в ГОУ ВПО "ДОНАУИГС".

В процессе обучения при необходимости для лиц с нарушениями зрения, слуха и опорно-двигательного аппарата предоставляются следующие условия:

- для лиц с нарушениями зрения: учебно-методические материалы в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: учебно-методические материалы в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

## **РАЗДЕЛ 7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Приступая к изучению дисциплины, студенту необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий.

Самостоятельная работа студента предполагает работу с научной и учебной литературой, умение создавать тексты. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы. При изучении дисциплины студенты выполняют следующие задания: - изучают рекомендованную научно-практическую и учебную литературу; - выполняют задания, предусмотренные для самостоятельной работы. Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и семинарские занятия.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим студентам.

В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к семинару студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

**РЕЦЕНЗИЯ**  
**на РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ И ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Технологии продвижения и продажи турпродукта»**

**Направление подготовки 43.03.02 Туризм**  
**профиль («Туризм и гостиничная деятельность»)**  
**Разработчик: Овчаренко Л.А., доцент кафедры туризма**  
**Кафедра: Туризма**

Представленная на рецензию рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Технологии продвижения и продажи турпродукта» разработаны в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ МОН ДНР от 10.12.2021 г. № 149-НП).

Рабочая программа дисциплины содержит требования к уровню подготовки бакалавров по приобретению теоретических знаний и практических навыков, которые предъявляются к обучающимся данного направления подготовки в ходе изучения учебной дисциплины.

В рабочей программе сформулированы цели и задачи освоения дисциплины.

В разделе «Место дисциплины в структуре образовательной программы» указаны требования к предварительной подготовке обучающихся, а также последующие дисциплины, для которых изучение данной будет необходимым.

В рабочей программе прописаны компетенции обучающегося (ОПК-3.1, ОПК-4.2, ПК-9.2, ПК-9.3, ПК-10.3), формируемые в результате освоения дисциплины.

Раздел «Структура и содержание дисциплины» содержит тематическое и почасовое распределение изучаемого материала по видам занятий, а также часы на самостоятельную работу.

В разделе «Фонд оценочных средств» указаны оценочные средства для текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося (фонд оценочных средств представлен отдельным элементом УМКД).

Компетенции по курсу, указанные в рабочей программе, полностью соответствуют учебному плану и матрице компетенций.

В рабочей программе дисциплины представлен также перечень материально-технического обеспечения для осуществления всех видов занятий, предусмотренных учебным планом.

Рабочая программа дисциплины имеет логически завершённую структуру, включает в себя все необходимые и приобретаемые в процессе изучения навыки и умения.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено в программе перечнем основной и дополнительной литературы, методических материалов, библиотечно-информационных ресурсов, что является достаточным для успешного владения дисциплиной.

Таким образом, рабочая программа дисциплины «Технологии продвижения и продажи турпродукта» соответствует всем требованиям к реализации программы и может быть рекомендована к использованию.

Рецензент:

Доцент, канд. экон. наук, доцент



В.Г. Шепилова

МП

Дата

13.04.2022

