

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института экономики,
управления и сервисных технологий



Н.В. Осипова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.04.10 Технологии продвижения и реализации турпродукта

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль): Креативный туризм
Квалификация (степень): *бакалавр*
Форма обучения: *очная*

Институт: экономики, управления и сервисных технологий
Кафедра: туризма и гостиничного дела

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	4		
Семестр/триместр	8		
Лекции	20		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	20		
в т. ч. практическая подготовка	-		
Форма(ы) промежуточной аттестации	Экзамен-8 семестр, 0,3		
Контроль	9		
Иные формы работы	-		
Самостоятельная работа	58,7		

Всего часов: 108

Трудоемкость: 3 зачетные единицы.

Разработчик(и) рабочей программы:
канд. филол. наук, доцент М.А. Стрельникова

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: овладение обучающимися знаниями и практическими навыками взаимодействия с потребителями турпродукта на всех этапах продвижения и продажи туристских услуг.

Задачи изучения дисциплины:

- 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.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках обязательной части блока Б1. Дисциплины (модули)

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2	Знать: - способы проектирования решения конкретной задачи проекта, определения оптимальных способов ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;	Знает: - способы решения задач продвижения конкретного турпродукта, а также способы эффективного взаимодействия с потребителями турпродукта, исходя из нормативно-правового регулирования туристской деятельности и индивидуальных особенностей турпродукта и запросов потребителя турпродукта.
	Уметь: - формулировать совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение; - качественно решать конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время	Умеет: - качественно и оперативно решать профессиональные задачи, соответствующие целям продвижения и реализации турпродукта в рамках деятельности турпредприятия.
	Владеть: - навыками определения ожидаемых результатов решения поставленных задач; - навыками публичного представления результатов решения задач исследования, проекта, деятельности	Владеет: - навыками определения и достижения конкретных результатов продвижения и реализации турпродукта.
ОПК-4	Знать: - основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их	Знает: - основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а

	<p>продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p>	<p>также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p>
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов. 	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентной среды.
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. 	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания каналов сбыта туристских продуктов и их продвижения, в том числе и в электронной среде.
ОПК-8	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы работы современных информационных технологий и способы их использования для решения задач профессиональной деятельности. 	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные информационные технологии и особенности их использования в продвижении и реализации турпродукта.
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обоснованно выбирать современные информационные технологии и использовать их для решения задач профессиональной деятельности. 	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять выбор информационных технологий, необходимых для продвижения и продаж турпродукта.
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с современными информационными технологиями, способами их использования для решения задач профессиональной деятельности 	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования современных информационных технологий на этапах продаж и продвижения турпродукта.

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	Тема 1. Основы продвижения и продажи туристского продукта	20	4	4	-	12
2.	Тема 2. Технологии продвижения туристского продукта посредством рекламы	20	4	4	-	12
3.	Тема 3. Продвижение и продажи	20	4	4	-	12

	туристского продукта с использованием репутационных технологий, стимулирования сбыта, личной продажи, паблик рилейшнз (PR)					
4.	Тема 4. Технологии интернет-продвижения туристского продукта	20	4	4	-	12
5.	Тема 5. Оценка эффективности продвижения туристского продукта	18,7	4	4	-	10,7
	<i>Форма отчетности – экзамен</i>	9				
	<i>Контроль</i>	0,3				
	<i>Итого за 8 семестр</i>	108	20	20	-	58,7
	в т.ч. практическая подготовка	-	-	-	-	-
	ИТОГО:	108	20	20	-	58,7

Очно-заочная форма обучения не реализуется

Заочная форма обучения не реализуется

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме теста.

Типовой вариант теста

Тестовые задания 1

1. Какой способ продвижения нового товара наиболее эффективен?

1. В сравнении с доступной альтернативой

2. Убедить в нестандартности решения

3. Предоставить выгодные характеристики на качество и цену товара

2. Если покупатель сомневается в том, что этот товар ему точно подходит, вы:

1. Поддержите его сомнения

2. Постараетесь продать товар в любом случае

3. Постараетесь убедить покупателя в том, что имеющийся у вас товар удовлетворит его потребности

3. Для проведения грамотной презентации товара необходимо:

1. Действовать соответственно методике продаж

2. Понимание потребностей клиента

3. Знание всех преимуществ и недостатков своего товара

4. Когда во время презентации вы назовете цену?

1. В начале презентации

2. В конце презентации

3. Не имеет значения

5. Какие из качеств наиболее предпочтительно для вас:

1. Профильное образование и доскональное знание всех тонкостей продукта
2. Стратегическое мышление, энтузиазм, смелость
3. Общительность, компетентность, обаятельность

Тестовые задания 2

1. У ваших конкурентов имеется аналогичный товар по цене и качеству. Вы предпочтете:

1. Действия по дискредитации конкурента
2. Усилить рекламную компанию
3. Придумать способы, чтобы клиенту было удобнее работать с вами

2. Зависят ли результаты вашей работы от вашей частной жизни:

1. Нет, это не связано
2. Да, это взаимосвязано

3. Будете ли вы спорить и доказывать клиенту выгоду вашего предложения?

1. Нужно достичь договоренности о дальнейшем взаимодействии.
2. Нет. Потому, что это не приводит к продаже
3. Да, нужно убедить клиента в выгоде и сделать продажу

4. Быть лучшим продавцом это:

1. Уметь квалифицировать покупателя лучшим образом
2. Не испытывать страх общения
3. Уметь манипулировать людьми

5. Насколько быстро вы сможете определить, является ли данный посетитель вашим покупателем:

1. Когда покупатель начнет высказывать свои возражения
2. После того, когда выясню его потребности
3. Почувствую интуитивно сразу.

Тестовые задания 3

1. Товар имеет скрытый дефект. Вы об этом знаете. При продаже этого товара вы предпочтете:

1. Сообщить покупателю, и сделать скидку
2. Не сообщать об этом покупателю, чтобы быстрее продать
3. Снять товар с продажи

2. Каким необходимым качеством должен обладать менеджер по продажам?

1. Быть дисциплинированным в работе
2. Желанием продавать
3. Быть внимательным к людям

3. Какое из перечисленных качеств, по вашему мнению, является главным для менеджеров по продажам:

1. активная жизненная позиция
2. образ успешного человека
3. способность вызывать доверие

4. Чего нельзя делать при работе с возражениями:

1. Принимать возражения клиента как проявление его личных свойств относится к возражениям, как к запросу о более полной информации о вашем предложении
2. Настаивать на новых аргументах.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзамена, с использованием следующих оценочных материалов:

Вопросы к экзамену (8 семестр, очная форма обучения)

1. Цели и задачи, функции продвижения и продаж туристского продукта.
2. Каналы продаж туристского продукта.
3. Посредники в системе продаж туристского продукта.
4. Вертикальные маркетинговые системы.
5. Программа и стратегии продвижения туристского продукта
6. Имидж и фирменный стиль туристской организации.
7. Инструменты и структура комплекса маркетинговых коммуникаций.
8. Методы формирования бюджета комплекса маркетинговых коммуникаций.
9. Правовое регулирование деятельности туристской организации в сфере продвижения и продаж туристского продукта
10. Понятие рекламы. Цели и задачи рекламной кампании продвижения туристского продукта
11. Виды рекламы в системе продвижения туристского продукта.
12. Виды рекламных средств в системе продвижения туристского продукта.
13. Определение эффективности рекламных средств в системе продвижения туристского продукта.
14. Технологии разработки рекламных объявлений и текстов при продвижении туристского продукта
15. Календарный план-график рекламной кампании. Методы определения бюджета рекламной кампании
16. Условия применения мероприятий по стимулированию сбыта туристского продукта.
17. Инструменты стимулирования сбыта туристского продукта, направленные на конечного потребителя

18. Инструменты стимулирования сбыта туристского продукта, направленные на посредников
19. Инструменты стимулирования сбыта туристского продукта, направленные на собственный персонал предприятия
20. Продвижение и продажи туристского продукта с использованием технологий личной продажи.
21. Условия применения, назначение и виды мероприятий паблик рилейшнз в системе продвижения туристского продукта
22. Инструментарий паблик рилейшнз.
23. Комплексные направления PR-деятельности: Event-менеджмент, медиарилейшнз, паблисити, спонсоринг.
24. Репутационные технологии в системе продвижения туристского продукта
25. Имидж туристской организации
26. Корпоративная культура туристской организации
29. Формирование положительного общественного мнения о туристской организации.
30. Технологии интернет-маркетинга в системе продвижения туристского продукта: технологии поискового, скрытого, партизанского маркетинга.
31. Технологии интернет-маркетинга в системе продвижения туристского продукта: технологии реферального, вирусного маркетинга.
32. Технологии интернет-маркетинга в системе продвижения туристского продукта: технологии партнерского маркетинга, контент-маркетинга.
33. Технологии маркетинга в социальных сетях при продвижении туристского продукта.
34. Инструментарий интернет-продвижения туристского продукта: медийная (баннерная) реклама, контекстная реклама, E-mail-маркетинг
35. Инструментарий интернет-продвижения туристского продукта: арбитраж трафика, тизерная реклама, видеореклама
36. Инструментарий интернет-продвижения туристского продукта: паблик-рилейшнз в Интернет, интернет-брендинг, управление репутацией
37. Инструментарий интернет-продвижения туристского продукта: подкастинг, SMS-рассылки, посадочные страницы
38. Инструментарий интернет-продвижения туристского продукта: работа с отраслевыми и геолокационными системами
39. Коммуникативная эффективность продвижения туристского продукта
40. Экономическая эффективность продвижения туристского продукта

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 242 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15811-3. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566011> (дата обращения: 18.04.2025).

4.2. Дополнительная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560243> (дата обращения: 18.04.2025).

2. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21187-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559516> (дата обращения: 18.04.2025).

У. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	https://www.economy.gov.ru/material/directions/turizm/	Министерство экономического развития РФ	Свободный доступ
2.	http://ruspo.ru/	Система поиска и покупки туров онлайн	Свободный доступ
3.	www.atorus.ru	Официальный сайт Ассоциации туроператоров России	Свободный доступ
4.	https://www.rostourunion.ru/	Официальный сайт Российского союза туриндустрии (РСТ)	Свободный доступ

У. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии,	Свободный доступ

		медицины и образования	
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.