

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»**

Институт дополнительного образования и профессиональной переподготовки



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образованию

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный
университет имени Г.Р. Державина»

Я.Ю. Радюкова

2024 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

**«СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ
В РАБОТЕ ОБЪЕКТОВ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА»**

Документ о квалификации: удостоверение о повышении квалификации

Объем: 72 часа

Тамбов 2024

Составители (разработчики):

Шевяков Александр Юрьевич, кандидат экономических наук, доцент, доцент заведующий кафедрой «Управление, сервис и туризм» ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина».

Кондраков Игорь Викторович, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Управление, сервис и туризм» ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина».

Эксперт:

Гриднева Галина Витальевна, президент Ассоциации развития туризма Тамбовской области, генеральный директор ООО «Бюро путешествий и экскурсий «Джин-Тур».

Попов Глеб Дмитриевич, генеральный директор ООО «Ромб»

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Управление, сервис и туризм» ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина». Протокол № 1 от «04» сентября 2024 года.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативные правовые основания разработки программы

Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов»;
3. Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
4. Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
5. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 15 января 2013 г. N 10 г. Москва «О федеральных государственных требованиях к минимуму содержания дополнительных профессиональных образовательных программ профессиональной переподготовки и повышения квалификации педагогических работников, а также к уровню профессиональной переподготовки педагогических работников».
6. Программа разработана на основе требований ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 516).
7. Программа разработана с учетом профессионального стандарта 33.007 «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ о приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. N 282н, и 04.005 «Экскурсовод (гид)», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24.12.2021 № 913н.

1.2. Требования к слушателям

Высшее образование (бакалавриат, специалитет, магистратура), среднее профессиональное образование.

1.3. Формы освоения программы: заочная с применением дистанционных технологий.

1.4. Цель и планируемые результаты обучения

Цель: приобретение и совершенствование слушателями компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в сфере управления маркетинговой деятельностью туристских предприятий.

Характеристика профессиональной деятельности выпускника

В результате обучения выпускник программы будет способен:

- владеть основами маркетинговых коммуникаций и применять их для продвижения туристских услуг;
- идентифицировать потребительские потребности, уметь использовать на практике модели потребительского поведения;
- уметь оптимизировать издержки на маркетинг;
- проводить анализ маркетинговой среды и проводить маркетинговые исследования туристского рынка;
- принимать оперативные управленческие решения в области туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства;
- разрабатывать и продвигать туристский продукт на рынке;
- разрабатывать и обосновывать ценовую политику туристской фирмы.

Планируемые результаты обучения

Выпускник должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности (ВД) по соответствующему профессиональному стандарту (ПС): 33.007 «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ о приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. N 282н, и 04.005 «Экскурсовод (гид)», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24.12.2021 № 913н.

Виды деятельности или трудовая функция (по ПС)	Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
1	2	3	4	5
В/01.6 - Управление ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	ПК-1 Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности, организовать работу исполнителей, принимать решения в организации туристской деятельности	Владеть: стандартными задачами профессиональной деятельности, организацией работы исполнителей, решениями в организации туристской деятельности	Уметь: организовывать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности	Знать: основы организации туристской деятельности и гостиничного хозяйства, работу исполнителей, методы принятия решений в организации туристской деятельности и гостиничного хозяйства
В/02.6 Взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	ПК-4 Способен обосновывать, выбирать и применять технологии обслуживания туристов по видам туризма и типам туристских предприятий и объектов с применением клиенториентированных технологий	Владеть: методами принятия управленческих решений и способностью выбирать и применять технологии обслуживания туристов по видам туризма и типам туристских предприятий и объектов с применением клиенториентированных технологий	Уметь: формировать туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста, организовывать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг, вести пе-	Знать: разработку туристского продукта, учитывающего этнокультурные, исторические религиозные аспекты, требования действующего законодательства с использованием современных технологий в сфере туризма и гостеприимства, маркетинга, коммерции, транспортного обес-

			реговоры с партнерами, согласовывать условия взаимодействия по реализации туристских продуктов.	печения, логистики; применение современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта и предоставлении услуг; построение эффективной системы продвижения туристских продуктов; обеспечение безопасности туристской деятельности; разработку туристского продукта, учитывающего этнокультурные, исторические религиозные аспекты, требования действующего законодательства с использованием современных технологий в сфере туризма и гостеприимства; туристский продукт, включающий основные, дополнительные и сопутствующие туристские услуги, его разработку и
--	--	--	--	---

				проектирова- ние
В/03.6 Контроль и оценка эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	ПК-2 Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	Владеть: способностью рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	Знать: анализ затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	Уметь: рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения
D/01.6 Разработка экскурсий	ПК-3 Способен разрабатывать и продвигать туристский продукт, в том числе с применением современных технологий	Владеть: способностью разрабатывать и продвигать туристский продукт, в том числе с применением современных технологий	Знать: особенности разработки и продвижения туристского продукта, в том числе с применением современных технологий	Уметь: разрабатывать и продвигать туристский продукт, в том числе с применением современных технологий

1.5. Трудоемкость программы 72 часа (2 зачетных единицы).

II. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование учебных курсов, дисциплин (модулей), практик (для программ ИП)	Формы промежу- точной ат- тестации (при нали- чии) ¹	Обязательные занятия		Самостоятельная ра- бота обучающегося (при наличии)		Практика (стажировка) (час.)	Всего (час.)
			Всего (час.)	в т. ч. лабора- торные и прак- тиче- ские за- нятия (час.) ²	Всего (час.)	в т. ч. кон- сультаций при выполне- нии самостоя- тельной рабо- ты (при нали- чии) (час.)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Модуль 1.								
Маркетинг туристских и гостиничных услуг.								
1.	Система маркетинговых коммуникаций, применяемых для продви- жения туристских и гостиничных услуг.	Тест	1	1	1	-		2
2.	Потребительские мотивации, модель потребительского поведения и т.д.		1	1	1	-		2
3.	Особенности рекламы в сфере туризма		1	1	1	-		2
Модуль 2.								
Пути оптимизации издержек на маркетинг								
1.	Состав, структура и содержание затрат на маркетинг	Тест	1	1	1	-		2
2.	Анализ статей затрат: нормативные и сверхнормативные расходы		2	2	2	-		4
3.	Повышение эффективности затрат на маркетинговые стратегии		2	2	2	-		4
Модуль 3.								
Маркетинговая среда и маркетинговые исследования в туризме								
1.	Маркетинговая среда и её структура	Тест	2	1	1	-		3
2.	Кабинетные и полевые исследования.		2	1	1	-		3
3.	Основные направления маркетинговых исследований в туризме		1	1	1	-		2

¹ Возможные формы промежуточной аттестации: зачет, дифференцированный зачет, экзамен

² При необходимости могут быть указаны и иные виды учебных занятий, в т. ч. путем добавления соответствующих столбцов в таблице

Модуль 4. Правовые аспекты маркетинга и рекламы в туризме									
1.	Правовые основы рекламной деятельности	Тест	2	1	2				4
2.	Требования к рекламодателю и рекламным материалам		2	1	2				4
3.	Ответственность за недобросовестную и недостоверную рекламу		2	1	2				4
Модуль 5. Поведение потребителей									
1.	Поведение потребителей. Потребители и их структура.	Тест	1	1	1				2
2.	Основные подходы к моделированию покупательского поведения.		1	1	2				3
3.	Модели покупательского поведения.		1	1	2				3
4.	Типы потребителей. B2C, B2B, B2G, C2C. Процесс принятия решения потребителем		1	1	2				3
Модуль 6. Продуктовая политика в маркетинге									
1.	Понятие туристского продукта	Тест	1	1	2				3
2.	Мультиатрибутная модель.		1	1	1				2
3.	Маркетинг услуг.		2	1	2				4
4.	Этапы разработки нового туристского продукта.		1	1	2				3
Модуль 7. Ценообразование в маркетинге									
1.	Назначение цены в маркетинге туристского продукта	Тест							
2.	Классификация подходов к ценообразованию туристского продукта		2	1	2				4
3.	Основные стратегии ценообразования в туризме		2	1	1				3
	Итоговая аттестация	Зачет	2						2
Всего по программе:			36		36				72

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРО- ГРАММЫ

Требования к квалификации педагогических кадров, представителей предприятий и организаций, обеспечивающих реализацию образовательного процесса.

Реализация программы обеспечивается сотрудниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях договора гражданско-правового характера. Доля научно-педагогических работников, имеющих образование, соответствующее профилю программы повышения квалификации, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу, должна составлять не менее 50 процентов. Доля научно-педагогических из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (реализуемой программы (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу повышения квалификации не менее 10 процентов.

Требования к материально-техническим условиям

Реализация программы требует наличия аудиторий по количеству рабочих подгрупп (при необходимости) или учебная аудитория с возможностью группировки рабочих мест (при наличии очной части):

Наименование аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Учебная аудитория с возможностью группировки рабочих мест	Лекции, практические занятия	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, доска, флип-чарт
Учебная аудитория для групповой работы	Практические занятия	Компьютер, флип-чарт

Обучение по программе может проводиться в компьютерных классах, объединенных в локальную компьютерную сеть, с возможностью работы с мультимедиа, выходом в Интернет и доступа к учебному серверу.

Слушатели программы повышения квалификации обеспечиваются свободным доступом к источникам информации.

Требования к информационным и учебно-методическим условиям

В процессе чтения лекций преподаватель должен формировать у слушателей системное представление об изучаемой дисциплине, формировать профессиональные интересы.

В лекциях необходимо использовать внутри – и междисциплинарные логические связи. При проведении практических занятий используется методика семинара – обсуждения существующих точек зрения на проблему и пути ее решения.

В процессе обучения используются следующие учебно-методические материалы:

- рекомендуемая основная и дополнительная литература для организации самостоятельной работы слушателей;
- электронные версии федеральных законов, учебников и методических рекомендаций для подготовки к практическим занятиям;

Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Ангелина И. А. Маркетинг в туризме : учебное пособие. - Донецк: ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2020. - 203 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/167636>
2. Новолодская Г. И., Тушемилова Н. Н. Маркетинг в туризме: учебное пособие для бакалавров по

направлению подготовки «Туризм»: учебное пособие. - Иркутск: Байкальский государственный университет, 2022. - 231 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701299>

Дополнительная литература:

1. Абдель В. Э., Мендельсон В. А., Абуталипова Л. Н. Современные технологии в индустрии туризма и гостиничном сервисе : учебник. - Казань: КНИТУ, 2021. - 204 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/330689>
2. Гусак А. С. Основы туризма и гостиничной деятельности : учебно-методические пособия. - Донецк: ДОНАУИГС, 2020. - 191 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/215102>
3. Пяткова, С. Г. Основы туризма : учебно-методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Основы туризма. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 151 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/83810.html>
4. Стахова Л. В. Основы туризма : учебник для спо. - Москва: Юрайт, 2024. - 330 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/534736>
5. Егоренков Л.И. Введение в технологию туризма : учебно-методическое пособие. - Москва: Финансы и статистика, 2014. - 304 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза» [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279033256.html>
6. Елина, В. Н. Организация туристской деятельности : методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Организация туристской деятельности. - Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. - 65 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86409.html>
7. Доступный, социальный и массовый туризм: проблемы и перспективы развития в России : монография. - Москва: Университетская книга, 2016. - 504 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574935>
8. Веселова, Н. Ю. Организация туристской деятельности : учебное пособие для бакалавров. – Весь срок охраны авторского права; Организация туристской деятельности. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 255 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/83129.html>
9. Владыкина Ю. О. Организация туристской деятельности : учебное пособие. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016. - 124 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576573>
10. Ефимова О.П., Ефимова Н.А. Экономика гостиниц и ресторанов : учебное пособие. - Москва: Новое знание, 2004. - 391 с.

Иные источники

1. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки - <http://obrnadzor.gov.ru>
2. Вопросы образования - <http://www.ecsocman.edu.ru/vo>
3. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>
4. Портал «Гуманитарное образование» - <http://www.humanities.edu.ru/>
5. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» - <http://school-collection.edu.ru/>
6. Сервис plus - <http://www.service.plus/jour>
7. Современные проблемы сервиса и туризма - <http://spst-journal.org>
8. Региональная экономика и управление: электронный научный журнал - <http://eee-region.ru>
9. Современные технологии управления - <http://sovman.ru>

Программное обеспечение:

Операционные системы: ОС «Альт Образование», Microsoft Windows 10, Microsoft Windows 8,.

Прикладное и специальное ПО

LibreOffice, Microsoft Office Professional, ABBY FineReader Corporate Edition

Информационные справочные системы:

1. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
2. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. - URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog/>
3. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. - URL: <http://www.biblioclub.ru>
4. КнигаФонд : электронно-библиотечная система.- URL: <http://knigafund.ru>
5. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система.- URL: <http://www.studentlibrary.ru>
6. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU . – URL: <http://elibrary.ru>
7. Российская государственная библиотека. - URL: www.rsl.ru
8. Российская национальная библиотека. URL: www.nlr.ru
9. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина- URL: <http://www.prilib.ru>
11. Электронная библиотека РФФИ. - URL: www.rfbr.ru/rffi/ru/library

Общие требования к организации образовательного процесса

Образовательный процесс осуществляется в соответствии с настоящей программой в соответствии локальными нормативными актами образовательной организации. Продолжительность занятий устанавливается локальным нормативным актом образовательной организации. Занятия начинаются не ранее 9.00 часов утра и заканчиваются не позднее 21.00 часов. Занятия могут осуществляться в субботу.