

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РСО-АЛАНИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ВЛАДИКАВКАЗСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ»

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ГБОУ ДПО «Северо-Осетинский институт повышения квалификации работников образования»
Директор ГБПОУ «Владикавказский торгово-экономический техникум»



Л.С. Исакова

2019 г.



Абиев В.Б.

2019 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

Наименование программы «**Маркетинг туристских и гостиничных услуг**»

Категория слушателей: преподаватели профессиональных модулей и дисциплин по гостиничному делу и туризму.

Объем: 72 часа

Форма обучения: очная

г. Владикавказ 2019

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Маркетинг туристских и гостиничных услуг» Разработана в соответствии с ФГОС СПО 43.02.14 Гостиничное дело (Приказ Министерства образования и науки РФ от 9 декабря 2016 г. № 1552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело"), ФГОС СПО 43.02.10 Туризм (Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 474 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм").

Организация-разработчик:

ГБПОУ «Владикавказский торгово-экономический техникум»,
РСО-Алания, г. Владикавказ, ул. Миллера 29, тел/факс (8-8672) 57-03-11.

Авторы-разработчики:

Бизюкина Татьяна Александровна, преподаватель ГБПОУ «Владикавказский торгово-экономический техникум», эксперт WorldSkillsRussia
Темираев Асланбек Тазретович, заведующий кафедрой профессионального образования ГБОУ ДПО «Северо-Осетинский республиканский институт повышения квалификации работников образования»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ	3
1.1. Цель реализации программы	3
1.2. Требования к слушателю, поступающему для обучения по дополнительной профессиональной программе	3
1.3. Трудоемкость обучения	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ	4
3. РЕГЛАМЕНТАЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	5
3.1. Объем учебного курса	5
3.2. Учебно-тематический план по программе повышения квалификации ..	5
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДПП ПК «МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»	9
4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	9
4.2. Информационное обеспечение обучения	9
4.3. Общие требования к организации образовательного процесса	11
4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса	11
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	11

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

1.1. Цель реализации программы

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации (далее - ДПП ПК) «Маркетинг туристских и гостиничных услуг» предназначена повышения квалификации преподавателей специальных дисциплин, осуществляющих образовательную деятельность по программам среднего профессионального обучения, входящим в Перечень 50 наиболее востребованных на рынке труда, новых и перспективных профессий, утвержденных Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 2 ноября 2015 года N 831 «Об утверждении списка 50 наиболее востребованных на рынке труда, новых и перспективных профессий, требующих среднего профессионального образования».

1.2. Требования к слушателю, поступающему для обучения по дополнительной профессиональной программе

К освоению программы допускаются лица, имеющие высшее профессиональное образование.

1.3. Трудоемкость обучения

Обучение рассчитано на 72 часа в очной форме, длится 2 недели (36 часов в неделю).

Количество часов, отводимое на изучение отдельных тем программы, последовательность их изучения в случае необходимости разрешается изменять при условии, что программы будут выполнены полностью по содержанию и общему количеству часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Содержание программы направлено на приобретение слушателями соответствующих умений и навыков.

В результате освоения ДПП ПК «Маркетинг туристских и гостиничных услуг» слушатели должны **знать:**

- современные маркетинговые методы повышения конкурентоспособности организации на рынке;
- маркетинговые коммуникации в туристской и гостиничной деятельности.
- основные процедуры и методы исследований в маркетинге;
- тенденции развития спроса, разработки стратегии развития различных организаций и тактики их рыночного поведения;
- теоретические основы грамотной организации продаж в индустрии туризма и гостеприимства;
- современные технологии для формирования и предоставления гостиничного продукта соответствующего требованиям потребителей;
- способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий;
- принципы эффективной рекламы и публичных релейшнз в гостиничном и туристском бизнесе.

В результате освоения ДПП ПК «Маркетинг туристских и гостиничных услуг» слушатели должны **уметь:**

- пользоваться основными законодательными актами и нормативно-правовыми документами, определяющими управление маркетингом в сфере туризма и гостеприимства;
- использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных и туристских услуг;
- обеспечивать конкурентоспособность продвигаемых услуг;
- владеть навыками проведения маркетинговых исследований, анализа маркетинговой среды предприятия сферы туризма и гостеприимства;

- применить знания в области маркетинга для повышения эффективности работы туристского и гостиничного предприятия;
- использовать знания теоретических технологий и навыков продаж туристских и гостиничных услуг в профессиональной деятельности;
- применять инновационные технологии в гостиничной и туристской индустрии.

3. РЕГЛАМЕНТАЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

3.1. Объем учебного курса

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	72
Раздел 1. Нормативно-правовое обеспечение управления маркетингом в сфере туризма и гостеприимства	2
Раздел 2. Организация маркетинга в гостиничном хозяйстве и индустрии гостеприимства	4
Раздел 3. Основные подходы к изучению и прогнозированию туристского спроса товаров и услуг	34
Раздел 4. Маркетинг как плановый процесс менеджерской деятельности гостиничного предприятия	26
Раздел 5. Пути оптимизации издержек на маркетинг	4
<i>Итоговая аттестация в форме зачета</i>	2

3.2. Учебно-тематический план по программе повышения квалификации

№ Раздела/темы	Наименование разделов и тем профессионального курса	Объем часов
1	2	3
Раздел 1.	Нормативно-правовое обеспечение управления маркетингом в сфере туризма и гостеприимства	2
Тема 1.	Нормативно-правовые документы и законодательные акты, определяющие управление маркетингом в сфере туризма и гостеприимства.	2
Раздел 2.	Организация маркетинга в гостиничном хозяйстве и индустрии гостеприимства	4

Тема 2.	Тенденции развития современной индустрии туризма и гостеприимства. Функции и элементы деятельности маркетинговых систем.	2
Тема 3.	Планирование маркетинга предприятия индустрии туризма и гостеприимства. Выбор инструментов маркетинга для гостиничного и бизнеса, туристских организаций.	2
Раздел 3.	Основные подходы к изучению и прогнозированию туристского спроса товаров и услуг	34
Тема 4.	Маркетинговые технологии исследования рынка туристских товаров и услуг. Факторы маркетинговой среды рынка туристских товаров и услуг.	4
Тема 5.	Микс-маркетинг в туризме. Маркетинговый контроль. Информационное обеспечение маркетинговых систем в туризме. Качественные и количественные характеристики информации в туризме.	4
Тема 6.	Экономико-статистические методы изучения туристского спроса. Социально-психологические методы изучения туристского спроса. Эластичность спроса и предложения в туризме.	2
Тема 7.	Диагностика турмаршрутов как маркетинговый инструмент политики предложения и цен. Порядок формирования предложения. Системы ценообразования в туризме и гостеприимстве.	6
Тема 8.	Управление маркетингом и продажами. Определение доступности рыночных сегментов. Фактор сезонности в туристской индустрии. Управление туристскими потоками. Методы учета туристских потоков. Факторы потребительского выбора (демографические, социальные, конфессиональные и т.д.).	4
Тема 9.	Продажи в туризме и гостеприимстве. Значение процесса продажи в индустрии туризма. Организация работы отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии туризма Проблемы грамотной организации продаж в индустрии туризма. Сбытовая политика туристского предприятия.	6

	Динамическое пакетирование в туризме. Теория безубыточности и ее использование в туризме.	
Тема 10.	Основные принципы и методы формирования стратегии маркетинга в туризме. Маркетинговые стратегии туристских предприятий. Особенности маркетинга средств производства туристских услуг. Основы маркетинга в сфере ноу-хау туристского бизнеса.	4
Тема 11.	Технологии и инструменты коммуникативного маркетинга. Продвижение услуги на рынке. Рекламная деятельность в туризме. Специфические функции и виды рекламы в туризме. Технологии коммуникации в формате выставок и воркшопов.	4
Раздел 4.	Маркетинг как плановый процесс менеджерской деятельности гостиничного предприятия	26
Тема 12.	Предпринимательская активность и эффективное управление гостиничным комплексом. Технологический цикл обслуживания клиента в гостинице.	4
Тема 13.	Выбор инструментов маркетинга для гостиничного бизнеса. Методы обоснованности. Разработка стратегии маркетинга гостиничных услуг на потребительском рынке.	4
Тема 14.	Маркетинговая информационная система: цели, задачи и компоненты. Мониторинг рынка. Маркетинговые исследования. Методы исследования рынка. Технология проведения маркетинговых исследований. Определение потребности в информации и организация ее сбора.	4
Тема 15.	Повышение клиентоориентированности гостиничного сервиса на основе формирования и развития организационной культуры. Структура коммуникации в гостеприимстве.	2
Тема 16.	Гостиничная деятельность в структуре современного туризма. Конкуренция в гостиничном бизнесе. Рынок гостиничных услуг.	4
Тема 17.	Сегментирование рынка. Факторы, влияющие на покупателей. Модель покупательского поведения.	4

	Разработка стратегии позиционирования. Соотношение понятий «сегментация» и позиционирование». Особенности использования стратегии позиционирования при продвижении продукта на различных рынках.	
Тема 18.	Технологии и инструменты коммуникативного маркетинга. Продвижение услуги на рынке. Реклама. Рекламный проспект как визуальная картина услуг. Принципы эффективной рекламы и публич рилейшнз в гостиничном бизнесе и индустрии гостеприимства.	4
Раздел 5.	Пути оптимизации издержек на маркетинг	4
Тема 19.	Состав, структура и содержание затрат на маркетинг. Анализ статей затрат: нормативные и сверхнормативные расходы. Организация системы анализа издержек.	2
Тема 20.	Способы и направления оптимизации расходов на маркетинг. Оценка эффективности маркетинговых мероприятий.	2
Раздел 6.	Итоговая аттестация	2
Демонстрация педагогического продукта	зачет	2
Итого:		72

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДПП ПК «МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Кабинеты: учебные кабинеты, оснащенные оборудованием: доской учебной, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), раздаточного дидактического материала и др.;

техническими средствами: компьютером, средствами аудиовизуализации, мультимедийным проектором;

наглядными пособиями (плакатами, DVD фильмами, мультимедийными пособиями).

4.2. Информационное обеспечение обучения

Нормативные документы:

1. Федеральный закон РФ от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
2. "Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов" (утв. Минобрнауки России 22.01.2015 N ДЛ-1/05вн)
3. Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный Приказом Минобрнауки и России от 14 июня 2013 г. № 464 (в ред. от 15.12.2014 г. № 1580);
4. Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 16 августа 2013 г. № 968 (в ред. от 31.01.2014 г. № 74);
5. Перечень поручений Президента РФ по итогам заседания

Государственного совета РФ 27 декабря 2017 г. от 22.02.2018 № Пр-321ГС

6. Приказ Министерства образования и науки РФ от 9 декабря 2016 г. № 1552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело".
7. Приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 N 474 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм".

Учебники, учебные пособия, статьи:

1. Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Богданов Е.И., Филиппова И.Г. Маркетинг в туризме: Учебник / Москва, 2015. - 244 с.
2. Ананьева Т.Н., Новикова Н.Г., Исаев Г.Н. Информационное обеспечение туризма: креативное управление.- М.: Русайнс, 2015 - 164 с. 3. Барчуков И.С., Зайцев А.В. Информационные системы и технологии в туризме: монография.- М.: Издательство Современного гуманитарного университета, 2015.- 373.
3. Дикая В.В. Менеджмент в туризме как ключевой аспект повышения эффективности маркетинга территорий // Наука Парк. 2015. № 4 (34). С. 76-79.
4. Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования (3-е издание, дополненное).- М.: Форум, 2016 - 368 с.
5. Семенова Л.В., Корнеевец В.С., Драгилева И.И. Маркетинг гостиничного предприятия: Учебное пособие для бакалавров.- М., 2015.
6. Чудновский А.Д., Королев Н.В., Гаврилова Е.А., Жукова М.А., Зайцева Н.А. Менеджмент туризма : учебник.– М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.- 576 с.

Интернет – ресурсы:

1. Портал федеральных учебно-методических объединений в среднем профессиональном образовании <https://fumo-spo.ru/>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

В процессе освоения программы используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих по указанному профессиональному курсу: преподаватели, имеющие высшее образование по соответствующему профилю, имеющие опыт методической работы.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В процессе и по итогам обучения проводится итоговый контроль.

Итоговая аттестация проходит в форме зачета.