

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь

Учреждение образования
«Белорусский государственный университет физической культуры»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе университета

_____ Е.В.Фильгина

Регистрационный № УД- 201/уч.

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ
ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА**

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство»,
специализации 1-89 01 01 01 «Технологии формирования и продвижения
туристических услуг»

Минск 2019

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине составлена на основе образовательного стандарта высшего образования первой ступени ОСВО 1-89 01 01-2013, утвержденного постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 30.08.2013 № 88.

СОСТАВИТЕЛИ:

Ю.А.Ломянская, старший преподаватель кафедры менеджмента туризма и гостеприимства Института менеджмента спорта и туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры»;

Л.М.Герасимович, старший преподаватель кафедры менеджмента туризма и гостеприимства Института менеджмента спорта и туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры»

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

О.Г.Дранкевич, старший преподаватель кафедры спортивного туризма и технологий в туристической индустрии Института менеджмента спорта и туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры»;

О.А.Гусарова, профессор кафедры спортивного туризма и технологий в туристической индустрии Института менеджмента спорта и туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры», кандидат педагогических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой менеджмента туризма и гостеприимства Института менеджмента спорта и туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (протокол от 25.01.2019 № 7);

советом факультета менеджмента спорта, туризма и гостеприимства Института менеджмента спорта и туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (протокол от 20.02.2019 № 6);

научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (протокол от ____ . ____ .2019 № ____)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине «Технологии продвижения и реализации туристического продукта» разработана для студентов, обучающихся по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» по специализации 1-89 01 01 01 «Технологии формирования и продвижения туристических услуг», в соответствии с требованиями образовательного стандарта ОСВО 1-89 01 01-2013 и учебного плана вышеуказанной специальности.

Актуальность изучения учебной дисциплины «Технологии продвижения и реализации туристического продукта» обусловлена необходимостью решения вопросов, связанных с формированием у студентов практических навыков и умений, отвечающих задачам его профильной подготовки и дальнейшей профессиональной деятельности.

Для изучения учебной дисциплины «Технологии продвижения и реализации туристического продукта» необходимы знания по следующим учебным дисциплинам: «Введение в туризм», «Организация деятельности туристических предприятий», «Информационные технологии в туризме», «Экономика туризма и гостеприимства», «Правовое регулирование туристической деятельности», «Маркетинг в туризме», «Менеджмент в туризме и гостеприимстве».

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения учебной дисциплины: освоение студентами знаний по теоретическим основам технологий продвижения и реализации туристического продукта, навыков и умений применения их на практике, повышение общеобразовательного и культурного уровня с целью дальнейшей успешной работы в сфере туризма и гостеприимства.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- изучить нормативно-правовые документы, регулирующие сферу туризма в Республике Беларусь;
- изучить технологии продвижения и реализации туристического продукта на отечественном и международном туристических рынках;
- получить практические навыки и умения использования современных технологий продвижения и реализации туров (комплексных программ обслуживания) как для внутренних, так и для зарубежных рынков;
- сформировать стремление к высокому уровню образованности, развитию интеллектуальных и творческих способностей;
- пробудить интерес к использованию полученных знаний в процессе обучения и в дальнейшей профессиональной деятельности.

ТРЕБОВАНИЯ К ФОРМИРОВАНИЮ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ И УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате изучения учебной дисциплины «Технологии продвижения и реализации туристического продукта» формируются следующие компетенции:

академические:

- 1) уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- 2) владеть системным и сравнительным анализом;
- 3) владеть исследовательскими навыками;
- 4) уметь работать самостоятельно;
- 5) проявлять инициативу и креативность, в том числе в нестандартных ситуациях;
- 6) владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;
- 7) иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером;
- 8) обладать навыками устной и письменной коммуникации;
- 9) уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни;

социально-личностные:

- 1) обладать качествами гражданственности;
- 2) быть способным к социальному взаимодействию;
- 3) обладать способностью к межличностным коммуникациям;
- 4) владеть навыками здоровьесбережения;
- 5) быть способным к критике и самокритике;
- 6) уметь работать в команде;
- 7) совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень, добиваться нравственного и физического совершенствования своей личности;
- 8) пользоваться одним из государственных языков Республики Беларусь, владеть иностранным языком как средством делового общения;
- 9) формировать и аргументировать собственные суждения и профессиональную позицию;
- 10) использовать в практической деятельности основы законодательства и правовых норм;
- 11) уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия;
- 12) обладать чувством ответственности;

профессиональные:

- 1) организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей, планировать фонды оплаты труда;
- 2) взаимодействовать со специалистами смежных профилей;
- 3) вести переговоры с другими заинтересованными участниками;
- 4) готовить доклады, материалы к презентациям;
- 5) пользоваться глобальными информационными ресурсами;
- 6) владеть современными средствами телекоммуникаций;

- 7) разрабатывать инновационные технологии формирования и продвижения туров и пакетов туристических услуг;
- 8) организовывать проведение маркетинговых исследований спроса и предложения на туристические услуги;
- 9) анализировать и оценивать собранные данные;
- 10) осуществлять разработку концепции программы тура и стоимости туристических услуг;
- 11) обеспечивать разработку программ туристических маршрутов;
- 12) осуществлять серийное освоение результатов инновационного проектирования, проводить эффективную туроператорскую, турагентскую, физкультурно-спортивную, рекреационно-оздоровительную, культурно-развлекательную деятельность по формированию, продвижению и реализации конкурентоспособной туристической продукции и услуг;
- 13) сегментировать потребительский рынок для формирования туристических групп при организации маршрутов;
- 14) оперировать деловыми логистическими приемами в профессиональной деятельности;
- 15) принимать меры по обеспечению безопасности туристов в период путешествия, предоставлению страховых услуг участникам путешествия;
- 16) предусматривать надежные способы связи туристов со спасательными службами, медицинскими учреждениями, органами охраны правопорядка местности, где осуществляется тур;
- 17) разрабатывать экскурсионные маршруты; организовывать зрелищно-развлекательные программы; разрабатывать и организовывать спортивно-анимационные мероприятия, фестивали, слеты и пр.;
- 18) обеспечивать информационное сопровождение экскурсионных услуг на понятном для иностранных туристов языке;
- 19) составлять планы проведения, сценарии спортивно-массовых, рекреационно-оздоровительных мероприятий;
- 20) осуществлять эффективную организацию сервиса размещения, питания, развлечения, лечения и оздоровления, экскурсионно-сопроводительного, социокультурного и транспортного обслуживания туристов;
- 21) планировать направление научно-исследовательских работ в сфере туризма;
- 22) квалифицированно проводить научные и мониторинговые исследования в туристической индустрии, сфере физической культуры и спорта;
- 23) разрабатывать и использовать современное методическое обеспечение;
- 24) использовать и совершенствовать массовые формы занятий оздоровительной, адаптивной физической культурой и туризмом;
- 25) нормировать, контролировать и корректировать нагрузки с учетом состояния здоровья, возраста, пола и уровня подготовленности туристов;
- 26) осуществлять пропаганду физической культуры, спорта и туризма, здорового образа жизни с использованием современных рекламно-информационных и коммуникационных технологий.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные категории, понятия, определения, общепринятые аббревиатуры, связанные с деятельностью по продвижению и реализации туристического продукта;
- содержание деятельности на различных этапах продвижения и реализации туристического продукта;
- особенности продвижения и реализации различных видов туров и туристических услуг;
- особенности продвижения национального туристического продукта;
- модели партнерских взаимодействий по продвижению и реализации туристических продуктов и услуг;
- основные инструменты продвижения туристического продукта;
- современные технологии реализации туристических продуктов и услуг.

уметь:

- осуществлять общее руководство продвижением и реализацией туристического продукта;
- формировать туристические бренды, в том числе национальные;
- формировать сбытовую сеть туристических продуктов и услуг;
- разрабатывать модели стимулирования сбытовиков туристических услуг;
- осуществлять мероприятия по стимулированию сбыта;
- использовать Интернет-технологии при продвижении и реализации туристических продуктов и услуг;
- использовать современные методы управления продажами.

владеть:

- навыками работы с источниками информации, разнообразными методами ее сбора (технологией интервью, наблюдения, работы с документами), их проверки, селекции и анализа;
- современными технологиями и основными методами и инструментами продвижения и реализации туристических продуктов и услуг;
- современными технологиями различных видов рекламы, навыками организации PR-акций и выставочных мероприятий в сфере туризма;
- способами организации самостоятельной работы в рамках изучаемой дисциплины.

Изучение учебной дисциплины предусмотрено для дневной формы получения образования и рассчитано на общее количество часов – 124, из них аудиторные часы – 44.

Распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 14 часов, лабораторные занятия – 14 часов, семинарские занятия – 16 часов в 7-м семестре.

Форма текущей аттестации студентов по учебной дисциплине – зачет, экзамен в 7-м семестре.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование раздела, темы	Количество аудиторных часов			
	Всего	Из них		
		Лекции	Лабораторные занятия	Семинарские занятия
Раздел I. ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВНЫЕ СУБЪЕКТЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА	8	4		4
Тема 1. Место и роль туристических предприятий на рынке туристических услуг	4	2		2
Тема 2. Туристы – потребители туристических услуг	4	2		2
Раздел II. ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА	22	6	10	6
Тема 3. Планирование и организация услугопроводящей сети туристических предприятий Республики Беларусь	2		2	
Тема 4. Формы и средства продвижения туристического продукта	8	2	4	2
Тема 5. Реклама как основное средство продвижения туристического продукта	6	2	2	2
Тема 6. Нетрадиционные способы продвижения туристического продукта	6	2	2	2
Раздел III. ТЕХНОЛОГИИ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА	14	4	6	4
Тема 7. Формы и средства продажи туристического продукта	6	2	4	2
Тема 8. Способы организации до- и послепродажного обслуживания туристов на туристических предприятиях Республики Беларусь	6	2	2	2
Итого	44	14	16	14

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел I. ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВНЫЕ СУБЪЕКТЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

Тема 1. Место и роль туристических предприятий на рынке туристических услуг

Определение понятий «туроператор», «туроператорская деятельность», «турагент», «турагентская деятельность». Основные различия между туроператором и турагентом.

Место и функции туристического агентства на рынке туристических услуг: аналитическая, управленческая, сбытовая, контрольная.

Классификация туристических агентств: по профильности; по сложности выполняемых агентством действий; по степени зависимости от туроператора; по формам сотрудничества агентства и оператора.

Тема 2. Туристы – потребители туристических услуг

Определение понятий «нужда», «потребность», «мотив», «мотивация».

Классификация туристов – потребителей туристических услуг. Процесс принятия потребителем решения о покупке тура. Мотивация потребителей туристических услуг.

Определение понятия «сегментация». Принципы сегментации потребительских рынков. Целевые группы потребителей и рычаги воздействия на них.

Виды покупательского спроса: потенциальный, формирующийся, сложившийся, сезонный. Методика планирования и прогнозирования спроса на туристические услуги. Современные тенденции туристического спроса и предложения. Статистика туристских предпочтений белорусов. Основные направления выездного туризма. Туроператоры массовых направлений и туроператоры индивидуальных туров.

Раздел II. ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Тема 3. Планирование и организация услугопроводящей сети туристических предприятий Республики Беларусь

Содержание понятий «туристический продукт», «туристическая услуга», «тур», «туристический рынок».

Организация услугопроводящей сети в Республике Беларусь и ее особенности.

Продуктовая политика туристических предприятий Республики Беларусь.

Коммуникационная политика туристических предприятий Республики Беларусь, работающих на международном рынке туристических услуг.

Тема 4. Формы и средства продвижения туристического продукта

Содержание понятия «продвижение». Цели продвижения туристического продукта. Этапы продвижения туров и отдельных туристических услуг на рынке. Каналы продвижения. Основные формы и средства продвижения туристического продукта.

Стратегии создания агентских сетей. Способы стимулирования агентской деятельности.

Мероприятия Public Relation и пропаганда как способы продвижения туристического продукта. Цели и задачи PR-акций и инструменты проведения PR-кампаний.

Выставочная деятельность в сфере туризма. Цели и задачи выставочных мероприятий. Особенности участия национального стенда Республики Беларусь на специализированных туристических выставках, ярмарках, биржах. Этапы подготовки и проведения выставки. Оценка результатов участия туристического предприятия в выставке.

Тема 5. Реклама как основное средство продвижения туристического продукта

Содержание понятий «реклама», «рекламная кампания», «рекламный бюджет», «эффективность».

Цели, назначение и функции рекламы. Основные принципы рекламы. Требования к рекламному обращению.

Отличительные черты рекламы в сфере туризма.

Каналы распространения и носители рекламы в туризме.

Рекламные кампании и их классификация. Этапы планирования рекламной кампании. Методы формирования рекламного бюджета. Анализ результатов проведения рекламной кампании туристического предприятия: предварительный, текущий, стратегический. Оценка эффективности рекламной кампании туристического предприятия.

Тема 6. Нетрадиционные способы продвижения туристического продукта

TTL-коммуникации и возможности их использования в сфере туризма.

Скрытая реклама как эффективный способ продвижения туристического продукта: партизанский маркетинг, продакт-плейсмент.

Возможности сети Интернет и новый социальных медиа для продвижения туристического продукта.

Раздел III. ТЕХНОЛОГИИ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Тема 7. Формы и средства продажи туристического продукта

Содержание понятий «агентский договор», «договор комиссии», «субагентский договор», «франчайзинг».

Формы и средства продажи туристического продукта. Каналы сбыта.

Способы взаимодействия между туроператором и турагентом. Технологии бронирования туров и туроператоров.

Формы и средства продажи туристического продукта туристу. Правила оказания туристических услуг в Республике Беларусь.

Активные и пассивные формы продажи туристического продукта в Республике Беларусь.

Тема 8. Способы организации до- и послепродажного обслуживания туристов на туристических предприятиях Республики Беларусь

Содержание понятий «турист», «виза», «страховка».

Типы туристов. Основные мотивы выбора туристического предприятий потенциальным потребителем туристического продукта.

Структура и содержание процесса личной продажи в сфере туризма.

Оформление пакета документов для путешествия за границу.

Пакет документов для иностранных туристов, посещающих Республику Беларусь.

Возникновение конфликтов с туристами, способы их устранения и методы предупреждения конфликтных ситуаций.

Содержание понятий «качество», «удовлетворенность», «лояльность».

Обеспечение качества обслуживания туристов. Модели для повышения качества обслуживания туристов.

Организация послепродажного обслуживания туристов. Измерение параметра лояльности. Программы достижения лояльности клиентов туристических предприятий Республики Беларусь.

Профессиональные характеристики и личностные качества специалиста по продажам туристического продукта.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА»**

Номер раздела, темы, подтемы	Название раздела, темы, подтемы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Семинарские занятия		
I	ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВНЫЕ СУБЪЕКТЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА	4		4		
1	Место и роль туристических предприятий на рынке туристических услуг	2		2		
1.1	Определение понятий «туроператор», «туроператорская деятельность», «турагент», «турагентская деятельность».	2		2		Реферат Устный опрос
1.2	Основные различия между туроператором и турагентом.					
1.3	Место и функции туристического агентства на рынке туристических услуг					
2	Туристы – потребители туристических услуг	2		2		
2.1	Определение понятий «нужда», «потребность», «мотив», «мотивация».					Устный опрос
2.2	Классификация туристов – потребителей туристических услуг.					
2.3	Процесс принятия потребителем решения о покупке тура.					
2.4	Мотивация потребителей туристических услуг.					
2.5	Определение понятия «сегментация». Принципы сегментации потребительских рынков. Целевые группы потребителей и рычаги воздействия на них.	2		2		
2.6	Виды покупательского спроса.					
2.7	Современные тенденции туристического спроса и предложения. Основные направления выездного туризма					
2.8						

Номер раздела, темы, подтемы	Название раздела, темы, подтемы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Семинарские занятия		
II	ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА	4	4	6	6	
3	Планирование и организация usługопроводящей сети туристических предприятий Республики Беларусь				2	
3.1 3.2 3.3 3.4	Понятия «туристический продукт», «туристическая услуга», «тур», «туристический рынок». Организация usługопроводящей сети в Республике Беларусь и ее особенности. Продуктовая политика туристических предприятий Республики Беларусь. Коммуникационная политика туристических предприятий Республики Беларусь				2	Реферат
4	Формы и средства продвижения туристического продукта	2	4	2		
4.1 4.2 4.3 4.4 4.5 4.6	Содержание понятия «продвижение». Цели продвижения туристического продукта. Этапы продвижения туров и отдельных туристических услуг на рынке. Основные формы и средства продвижения туристического продукта. Каналы продвижения. Стратегии создания агентских сетей. Способы стимулирования их деятельности. Мероприятия Public Relation и пропаганда как способы продвижения туристического продукта. Цели и задачи PR-акций и инструменты проведения PR-кампаний. Выставочная деятельность в сфере туризма. Цели и задачи выставочных мероприятий. Этапы подготовки и проведения выставки. Оценка результатов участия туристического предприятия в выставке	2	4	2		Устный опрос

Номер раздела, темы, подтемы	Название раздела, темы, подтемы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Семинарские занятия		
5	Реклама как основное средство продвижения туристического продукта	2		2	2	
5.1 5.2 5.3 5.4 5.5 5.6 5.7 5.8	Содержание понятий «реклама», «рекламная кампания», «рекламный бюджет». Цели, назначение и функции рекламы. Отличительные черты рекламы в сфере туризма. Основные принципы рекламы. Требования к рекламному обращению. Каналы распространения и носители рекламы в туризме. Рекламные кампании, их классификация и этапы планирования. Методы формирования рекламного бюджета. Анализ результатов проведения рекламной кампании туристического предприятия. Оценка эффективности рекламной кампании туристического предприятия	2		2	2	Реферат
6	Нетрадиционные способы продвижения туристического продукта			2	4	
6.1 6.2 6.3	TTL-коммуникации и возможности их использования в сфере туризма. Скрытая реклама как эффективный способ продвижения туристического продукта: партизанский маркетинг, продакт-плейсмент. Возможности сети Интернет и новых социальных медиа для продвижения туристического продукта.			2	4	Реферат

Номер раздела, темы, подтемы	Название раздела, темы, подтемы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Лабораторные занятия	Семинарские занятия		
III	ТЕХНОЛОГИИ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА	4	4	4	2	
7	Формы и средства продажи туристического продукта	2	4	2		
7.1 7.2 7.3 7.4 7.5 7.6	Понятия «агентский договор», «договор комиссии», «франчайзинг». Формы и средства продажи туристического продукта. Каналы сбыта. Способы взаимодействия между туроператором и турагентом. Технологии бронирования туров у туроператоров. Формы и средства продажи туристического продукта туристу. Правила оказания туристических услуг в Республике Беларусь	2	4	2		Реферат
8	Способы организации до- и послепродажного обслуживания туристов на туристических предприятиях Республики Беларусь	2		2	2	
8.1 8.2 8.3 8.4 8.5 8.6 8.7 8.8	Содержание понятий «турист», «виза», «страховка». Типы туристов. Основные мотивы выбора туристического предприятия потенциальным потребителем туристического продукта. Структура и содержание процесса личной продажи в сфере туризма. Оформление пакета документов для путешествия за границу. Конфликты с туристами: причины и способы их устранения. Содержание понятий «качество», «удовлетворенность», «лояльность». Модели для повышения качества обслуживания туристов. Программы достижения лояльности клиентов туристических предприятий	2		2	2	Тест
	Итого	12	8	14	10	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная работа студентов осуществляется в двух основных формах, отличающихся степенью самостоятельности ее выполнения и управления/контроля со стороны преподавателя:

– управляемая самостоятельная работа (УСР), предусматривающая самостоятельное выполнение студентами учебного или исследовательского задания при опосредованном контроле и управлении преподавателя (указания с его стороны, рекомендации, научно-методическое и информационное обеспечение и др.);

– собственно самостоятельная работа, организуемая студентом в рациональное, с его точки зрения время, мотивируемая собственными познавательными потребностями и контролируемая им самим (например, подготовка к зачету).

Наиболее эффективными формами и методами организации самостоятельной работы при освоении учебной дисциплины являются: ответы на контрольные вопросы; выполнение промежуточных тестовых заданий; подготовка рефератов и их публичная защита с мультимедийной презентацией; участие в учебно-исследовательской деятельности; подготовка к публикации статей и тезисов докладов.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ УПРАВЛЯЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ (ТЕМАТИКА РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ)

1. Технология продвижения национального туристического продукта в рамках «Государственной программы развития туризма на 2016-2020 гг.».
2. Основные тенденции развития рынков въездного и выездного туризма.
3. Каналы посева вирусной рекламы: социальные сети, топ-блоги, форумы.
4. Неценовые стратегии продвижения туристических предприятий.
5. Последствия ценовых войн в туризме: скидки, демпинг, банкротство.
6. Организация послепродажного обслуживания в туризме.
8. Факторы привлекательности Беларуси в глазах иностранных туристов.
9. Мотивация потребителей туристических услуг.
10. Коммуникационная политика туристических предприятий Республики Беларусь.
11. Мероприятия Public Relation и пропаганда как способы продвижения туристического продукта.
12. Рекламные кампании, их классификация и этапы планирования.
13. Профессиональные характеристики и личностные качества специалиста по продажам туристического продукта.

МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

Основные методы, отвечающие цели и задачам учебной дисциплины:

1. Методы организации и осуществления учебно-познавательной деятельности: лекция; объяснение; демонстрация; видеометод; конспектирование; ход решения учебной задачи от частного к общему либо от общего к частному.

2. Методы стимулирования учебной деятельности: учебные дискуссии; описание проблемы; метод «погружения» в смоделированные преподавателем ситуации, встречающиеся в реальной работе туристических предприятий

3. Организация выездных занятий на туристические предприятия.

4. Методы контроля и самоконтроля: индивидуальный опрос, фронтальный опрос.

Технологии обучения, отвечающие цели и задачам учебной дисциплины:

1. Технология полного усвоения знаний.

2. Технология развивающего обучения.

3. Технология проблемного обучения.

4. Технология проектного обучения.

5. Технология обучения как учебного исследования.

6. Технология коллективной мыследеятельности.

7. Коммуникативные технологии (дискуссия, мозговой штурм, учебные дебаты).

8. Игровые технологии (деловые игры).

ДИАГНОСТИКА КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ

Учебным планом специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство», специализации 1-89 01 01 01 «Технологии формирования и продвижения туристических услуг» в качестве форм текущей аттестации студентов по учебной дисциплине «Технологии продвижения и реализации туристического продукта» предусмотрены зачет и экзамен.

Десятибалльная шкала оценки представляет собой систему измерения учебных достижений студента, в которой отметка уровня знаний выражается последовательным рядом чисел (баллов) «1», «2», «3», «4», «5», «6», «7», «8», «9», «10». При оценке знаний студентов отметки в баллах по десятибалльной шкале учитываются критерии оценки результатов учебной деятельности студентов в учреждениях высшего образования по десятибалльной шкале. Положительными являются отметки не ниже 4 (четырёх) баллов. Отметки 1 (один), 2 (два), 3 (три) являются неудовлетворительными.

Результаты текущей аттестации студентов в форме зачета оцениваются отметками «зачтено», «не зачтено». Положительной является отметка «зачтено», отметка «не зачтено» является неудовлетворительной.

Для промежуточной аттестации знаний студентов по учебной дисциплине и диагностики компетенций студентов используются следующие формы:

1. Устная форма.

2. Письменная форма.
3. Устно-письменная форма.

К устной форме диагностики компетенций относятся:

1. Устный опрос.
3. Устный зачет.
4. Устный экзамен.

К письменной форме диагностики компетенций относятся:

1. Реферат.
2. Письменный опрос.
3. Эссе.

К устно-письменной форме диагностики компетенций относятся:

1. Зачет.
2. Экзамен.

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ
УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТА**

Баллы	Показатели оценки
10 (десять), зачтено	<p>Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы; точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы; безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации; полное и глубокое усвоение основной, дополнительной литературы по изучаемой учебной дисциплине; умение свободно ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку, использовать научные достижения других дисциплин; творческая самостоятельная работа на семинарских и лабораторных занятиях, активное творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий</p>
9 (девять), зачтено	<p>Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы; владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку; систематическая, активная самостоятельная работа на семинарских и лабораторных занятиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий</p>

8 (восемь), зачтено	Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы и обобщения; владение инструментарием учебной дисциплины (методами комплексного анализа, техникой информационных технологий), умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку; активная самостоятельная работа на семинарских и лабораторных занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий
7 (семь), зачтено	Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы и обобщения; владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; свободное владение типовыми решениями в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку; активная самостоятельная работа на семинарских и лабораторных занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий

6 (шесть), зачтено	Достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; использование необходимой научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обобщения и обоснованные выводы; владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач; способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им сравнительную оценку; активная самостоятельная работа на семинарских и лабораторных занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий
5 (пять), зачтено	Достаточные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; использование научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы; владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач; способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им сравнительную оценку; самостоятельная работа на семинарских и лабораторных занятиях, фрагментарное участие в групповых обсуждениях, достаточный уровень культуры исполнения заданий
4 (четыре), зачтено	Достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования; усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; использование научной терминологии, логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении стандартных (типовых) задач; умение под руководством преподавателя решать стандартные (типовые) задачи; умение ориентироваться в

	основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им оценку; работа под руководством преподавателя на семинарских и лабораторных занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий
3 (три), не зачтено	Недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования; знание части основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными, логическими ошибками; слабое владение инструментарием учебной дисциплины, некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач; неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях изучаемой учебной дисциплины; пассивность на семинарских и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий
2 (два), не зачтено	Фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта высшего образования; знания отдельных литературных источников, рекомендованных учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; неумение использовать научную терминологию учебной дисциплины, наличие в ответе грубых, логических ошибок; пассивность на семинарских и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий
1 (один), не зачтено	Отсутствие знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта высшего образования, отказ от ответа, неявка на аттестацию без уважительной причины

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНАЯ

1. Абабков, Ю. Н. Реклама в туризме : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – М. : ИНФРА-М, 2014. – 168 с.
2. Бирицкая Н. М. Моделирование и продвижение туров : учеб.-практ. пособие / Н. М. Бирицкая, Т. М. Сергеева. – Минск : БГЭУ, 2011. – 233 с.
3. Бирицкая, Н. М. Туроперейтинг : учеб.-практ. пособие / Н. М. Бирицкая. – Минск : БГЭУ, 2007. – 179 с.
4. Виноградова Т. В. Технология продаж услуг туристской индустрии : учебник / Т. В. Виноградова, Н. Д. Закорин, Р. Ю. Тубелис ; Балт. акад. туризма и предпринимательства. – М. : Академия, 2010. – 239 с.
5. Дурович, А. П. Менеджер турагентства / А. П. Дурович. – Минск : Современная школа, 2010. – 320 с.
6. Дурович, А. П. Реклама в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 157 с.
7. Кусков, А. С. Туроперейтинг : [учебник] / А. С. Кусков. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2014. – 399 с.
8. Сухов, Р. И. Технологии и организация продаж в туристском агентстве : учеб. пособие / Р. И. Сухов. – Ростов н/Д : Феникс : МарТ, 2010. – 368 с.
9. Ушаков, Д. С. Прикладной туроперейтинг : учеб. пособие / Д. С. Ушаков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. ; Ростов н/Д : МарТ, 2006. – 448 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

10. Бирицкая, Н. М. Туроперейтинг : учеб.-метод. пособие / Н. М. Бирицкая, Т. М. Сергеева. – Минск : БГЭУ, 2010. – 179 с.
11. Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / Ю.В. Безрутченко. - М.: Дашков и К, 2016. - 232 с.
12. Ватутин, С. Прибыльная турфирма. Советы владельцам и управляющим / С. Ватутин, М. Дашкиев. – СПб. : Питер, 2012. – 208 с.
13. Виноградова Т. В. Технологии продаж турпродукта : учебник / Т. В. Виноградова. – 2-е изд., стер. – М. : Академия, 2014. – 240 с.
14. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с.
15. Гущина, И.А. Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / И.А. Гущина. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
16. Дурович, А. П. Менеджер по рекламе и продвижению товаров / А. П. Дурович, Н. И. Гришко – М. : Современная школа, 2010. – 288 с.
17. Жданова, Т. С. Технологии продаж : учеб. пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. – М. : Дашков и К, 2014. – 184 с.
18. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта : учебник / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 256 с.

19. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для студентов вузов : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с.

20. Туроперейтинг: Учебник / Кусков А.С., Голубева В.Л. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 400 с.

21. Соловьев, Э. А. Современный этикет и деловой протокол : учеб. пособие / Э. А. Соловьев. – Минск : Новое знание, 2001. – 208 с.

22. Янкевич, В. С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт : учебник / В. С. Янкевич, Н. Л. Безрукова ; ред. В. С. Янкевич. – М. : Финансы и статистика, 2005.– 416 с.

ПЕРЕЧЕНЬ НОРМАТИВНЫХ ПРАВОВЫХ АКТОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

19. Кодекс Республики Беларусь об образовании : с изм. и доп. по сост. на 12 марта 2012 г. – Минск : НЦПД РБ, 2012. – 400 с.

20. Об утверждении правил оказания туристических услуг [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 12. нояб. 2014., № 1064 : ред. от 13.04.2017 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой инорм. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

21. О туризме [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 25 нояб. 1999 г. № 326-З : ред. от 18.07.2016 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

22. О физической культуре и спорте [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 4 янв. 2014 г., № 125-З : принят Палатой представителей 5 дек. 2013 г. : одобр. Советом Респ. 19 дек. 2013 г. : в ред. от 9 янв. 2018 г. // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу
Введение в туризм	Кафедра менеджмента туризма и гостеприимства	Согласовать учебную программу учреждения высшего образования	Согласовать без изменений
Организация деятельности туристических предприятий	Кафедра менеджмента туризма и гостеприимства	Согласовать учебную программу учреждения высшего образования	Согласовать без изменений
«Информационные технологии в туризме»	Кафедра менеджмента туризма и гостеприимства	Согласовать учебную программу учреждения высшего образования	Согласовать без изменений
Экономика туризма и гостеприимства	Кафедра менеджмента туризма и гостеприимства	Согласовать учебную программу учреждения высшего образования	Согласовать без изменений
Правовое регулирование туристической деятельности	Кафедра социально-гуманитарных дисциплин в туризме и гостеприимстве	Согласовать учебную программу учреждения высшего образования	Согласовать без изменений
Маркетинг в туризме	Кафедра менеджмента туризма и гостеприимства	Согласовать учебную программу учреждения высшего образования	Согласовать без изменений
Менеджмент в туризме и гостеприимстве	Кафедра менеджмента туризма и гостеприимства	Согласовать учебную программу учреждения высшего образования	Согласовать без изменений