

# Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 43.03.02 «Туризм»

Профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

## 1. Паспорт компетенции

### 1.1. Формулировка компетенции

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу, должен обладать компетенцией:

<b>ОПК-4</b>	способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта
--------------	---

### 1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку общепрофессиональных компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

### 1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

#### **знать**

- основные тенденции и направления маркетинговых исследований;
- систему маркетинговых исследований рынка, методы и схему сбора информации;
- сегментирование рынка;
- процесс разработки нового туристского продукта;
- процесс разработки сбытовой стратегии;
- процесс разработки коммуникационной стратегии;
- правила выполнения экономических расчетов;
- содержание и качество предоставляемых услуг предприятием;

#### **уметь**

- отбирать и анализировать маркетинговую информацию;
- осуществлять планирование работы туристского предприятия с учётом маркетинговой деятельности;
- определять цену продукции с учётом потребностей клиентов, деятельности конкурентов и реальных возможностей своего предприятия;
- формировать оптимальные каналы товародвижения продукции туристского предприятия;
- осуществлять выбор структуры комплекса коммуникаций;
- формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы;
- выполнять разработку проекта услуг (определенного вида деятельности) в соответствии с индивидуальным заданием;
- выявлять преимущества и недостатки конкретных туристских ресурсов, видов туризма, туристских услуг;

#### **владеть**

- методикой проведения маркетингового мини-исследования, туристского продукта, услуг, потребителей;
- навыками продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам

потребителей;

- способностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта;
- навыками организации обслуживания клиентов, производства туристского продукта и выстраивания партнерских отношений;
- методами поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике;
- навыками использования полученных исследовательских результатов для повышения эффективности деятельности предприятия;
- навыками использования различных источников информации по туристским объектам.

#### 1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	<b>Пороговый (базовый) уровень</b> (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Владеет основными методами маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, осознает их значение для разработки системы новых экскурсионных маршрутов. Имеет представления о направлениях и способах формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
2	<b>Повышенный (продвинутый) уровень</b> (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Владеет достаточными навыками для осуществления маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, умеет применять их результаты для обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов. Умеет определять направления и способы формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, способы их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
3	<b>Высокий (превосходный) уровень</b> (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Самостоятельно осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

## 2. Программа формирования компетенции

### 2.1. Содержание, формы и методы формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Содержание образования в терминах «знать», «уметь», «владеть»	Формы и методы
1	Маркетинг в туризме	знать: – основные тенденции и направления маркетинговых	лекции, практические занятия,

		<p>исследований</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– систему маркетинговых исследований рынка, методы и схему сбора информации</li> <li>– сегментирование рынка</li> <li>– процесс разработки нового туристского продукта</li> <li>– процесс разработки сбытовой стратегии</li> <li>– процесс разработки коммуникационной стратегии</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– отбирать и анализировать маркетинговую информацию</li> <li>– осуществлять планирование работы туристского предприятия с учётом маркетинговой деятельности</li> <li>– определять цену продукции с учётом потребностей клиентов, деятельности конкурентов и реальных возможностей своего предприятия</li> <li>– формировать оптимальные каналы товародвижения продукции туристского предприятия</li> <li>– осуществлять выбор структуры комплекса коммуникаций</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методикой проведения маркетингового мини-исследования, туристского продукта, услуг, потребителей</li> <li>– навыками продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей</li> </ul>	экзамен
2	Туристско -рекреационное проектирование	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>–</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>–</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта</li> </ul>	лекции, лабораторные работы, экзамен
3	Производственная практика. Преддипломная практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– правила выполнения экономических расчетов</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формулировать и обосновывать цели своей практической</li> </ul>	

		<p>деятельности на различных этапах исследовательской работы</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнять разработку проекта услуг (определенного вида деятельности) в соответствии с индивидуальным заданием</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками организации обслуживания клиентов, производства туристского продукта и выстраивания партнерских отношений</li> <li>– методами поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике</li> <li>– навыками использования полученных исследовательских результатов для повышения эффективности деятельности предприятия</li> </ul>	
4	Учебная практика. Ознакомительная	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– содержание и качество предоставляемых услуг предприятием</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять преимущества и недостатки конкретных туристских ресурсов, видов туризма, туристских услуг</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками использования различных источников информации по туристским объектам</li> </ul>	

## 2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Курсы									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Маркетинг в туризме		+	+							
2	Туристско -рекреационное проектирование				+	+					
3	Производственная практика. Преддипломная практика					+					
4	Учебная практика. Ознакомительная	+	+								

### 2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование учебных дисциплин и практик</b>	<b>Оценочные средства и формы оценки</b>
1	Маркетинг в туризме	Экзамен. Конспект лекции. Участие в практических занятиях. Тестирование. Реферат. Подготовка мультимедийных презентаций.
2	Туристско -рекреационное проектирование	Тестирование. Проект тура. Экзамен. Участие в практических занятиях.
3	Производственная практика. Преддипломная практика	Выполнение заданий руководителей практики. Выполнение индивидуального задания по практике. Статья. Составление отчета. Зачет.
4	Учебная практика. Ознакомительная	Выполнение заданий руководителей практики. Составление отчета. Аттестация с оценкой.