

# Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 43.03.02 «Туризм»  
Профиль «Организация туристской деятельности»

## 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**

- сущность и содержание маркетинга в туризме;
- 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;
- особенности организации и деятельность службы маркетинга туристского предприятия;
- сущность международного маркетинга;
- основные характеристики туризма;
- возможности и назначение составляющих сферы туризма;
- экономические основы туристской деятельности;
- требования техники безопасности на предприятии;
- правила выполнения экономических расчетов;
- рынок туристических услуг и туристско-рекреационные возможности регионов РФ и стран мира;
- требования к оформлению результатов исследовательской работы;

#### **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;
- осуществлять планирование и контроль работы предприятия с учётом маркетинговой деятельности;

- определять виды и формы туризма;
- выявлять причины изменений на туристском рынке;
- применять различные методы, модели и инструменты проведения исследований в повседневной профессиональной деятельности;
- формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы;
- выполнять разработку проекта услуг (определенного вида деятельности) в соответствии с индивидуальным заданием;
- планировать и организовать исследовательскую работу;
- использовать методы исследования для решения исследовательских задач в области туризма;

**владеть**

- методикой проведения маркетингового мини-исследования, туристского продукта, услуг, потребителей;
- навыками продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей;
- основами анализа туристской деятельности;
- профессиональной терминологией;
- 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 выполнения исследовательской работы;
- навыками публичного представления и защиты результатов исследовательской работы.

**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)	Самостоятельно осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов. Формирует

существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	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	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сущность и содержание маркетинга в туризме</li> <li>– основные тенденции и направления маркетинговых исследований</li> <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> <li>– особенности организации и деятельность службы маркетинга туристского предприятия</li> <li>– сущность международного маркетинга</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> <li>– осуществлять планирование и контроль работы предприятия с</li> </ul>	лекции, практические занятия

		<p>учётом маркетинговой деятельности</p> <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>	
2	Основы туризма	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные характеристики туризма</li> <li>– возможности и назначение составляющих сферы туризма</li> <li>– экономические основы туристской деятельности</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять виды и формы туризма</li> <li>– выявлять причины изменений на туристском рынке</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основами анализа туристской деятельности</li> <li>– профессиональной терминологией</li> </ul>	<p>лекции, практические занятия, экзамен</p>
3	Производственная (Преддипломная) практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– требования техники безопасности на предприятии</li> <li>– правила выполнения экономических расчетов</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять различные методы, модели и инструменты проведения исследований в повседневной профессиональной деятельности</li> <li>– формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы</li> <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>– профессиональной терминологией</li> <li>– навыками организации обслуживания клиентов, производства туристского продукта и выстраивания</li> </ul>	

		<p>партнерских отношений</p> <ul style="list-style-type: none"> <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 (Исследовательская) практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рынок туристических услуг и туристско-рекреационные возможности регионов РФ и стран мира</li> <li>– требования к оформлению результатов исследовательской работы</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планировать и организовать исследовательскую работу</li> <li>– использовать методы исследования для решения исследовательских задач в области туризма</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками выполнения исследовательской работы</li> <li>– навыками публичного представления и защиты результатов исследовательской работы</li> </ul>	

## 2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Маркетинг в туризме				+						
2	Основы туризма	+									
3	Производственная (Преддипломная) практика								+		
4	Учебная (Исследовательская) практика				+						

## 2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№	Наименование учебных	Оценочные средства
---	----------------------	--------------------

п/п	дисциплин и практик	и формы оценки
1	Маркетинг в туризме	Конспект лекций. Участие в практических занятиях. Реферат. Экзамен.
2	Основы туризма	Присутствие на лекционных занятиях. Работа на практических занятиях. Бланковое тестирование. Терминологический диктант. Реферат. Аттестация с оценкой.
3	Производственная (Преддипломная) практика	Выполнение заданий руководителей практики. Выполнение индивидуального задания по практике. Составление отчета. Зачет.
4	Учебная (Исследовательская) практика	Выполнение заданий руководителей практики. Составление отчета. Аттестация с оценкой.