

Приложение

К ООП по специальности/профессии

**43.02.16 Туризм и гостеприимство**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.В.11 Маркетинг в сфере туризма и гостеприимства**

Программу составили:

1. Абидова Саратина Айтековна

Дисциплина: ОП.В.11 Маркетинг в сфере туризма и гостеприимства

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.12.2022 г. №1100.

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании учебного плана по специальности «43.02.16 Туризм и гостеприимство»

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Экономики и туризма

Протокол №8 от 20.05.2026

Заведующий кафедрой Абидова Саратина Айтековна

# **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **ОП.В.11 Маркетинг в сфере туризма и гостеприимства**

*(наименование дисциплины)*

### **1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы**

Учебная дисциплина ОП.В.11 Маркетинг в сфере туризма и гостеприимства является обязательной частью обязательной частью цикла основной образовательной программы в соответствии ФГОС «43.02.16 Туризм и гостеприимство» по специальности. Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК):

1. ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
2. ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
3. ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
4. ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
5. ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
6. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
7. ПК 1.1. Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.
8. ПК 1.4. Осуществлять расчеты с потребителями за предоставленные услуги.

### **1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 02., ОК 03., ОК 05., ОК 06., ОК 04., ОК 01., ПК 1.1., ПК 1.4.	<p>описывать маркетинговые стратегии;</p> <p>характеризовать методы сбора и принципы формирования маркетинговой информации;</p> <p>описывать элементы внешней и внутренней среды, методы ее анализа;</p> <p>описывать элементы структуры маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства;</p> <p>анализировать условия применения и эффективного развития маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства;</p> <p>описывать виды конкуренции и факторы, влияющие на нее; описывать этапы сегментирования туристского рынка, факторы, влияющие на выбор стратегии охвата целевых рынков;</p> <p>характеризовать назначение конъюнктурного прогноза, описывать его методы</p>	<p>структуру системы маркетинга в туризме и гостеприимстве;</p> <p>понятие маркетинговой среды, методы ее оценки;</p> <p>подходы к анализу конкурентов, понятие конкурентной среды;</p> <p>понятие и виды маркетинговой информации;</p> <p>понятие конъюнктуры рынка, конъюнктурного прогноза, его видов и методов;</p> <p>понятие и сегментация рынка туристских и гостиничных услуг, критерии выделения сегментов данного рынка</p>

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объём учебной дисциплины и виды учебной дисциплины

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объём в часах</b>
Лекционные занятия	18
Практическая подготовка	18
Общий объём образовательной программы учебной дисциплины, в том числе в форме практической подготовки	36
<b>Форма(-ы) контроля: Зачет</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.В.11 Маркетинг в сфере туризма и гостеприимства

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 1 Маркетинг как инструмент развития индустрии туризма в условиях рыночной экономики	Содержание учебного материала 1 <b>Лекционные занятия №1</b> Маркетинг как инструмент развития индустрии туризма в условиях рыночной экономики	2	1	ОК 02., ОК 03., ОК 05., ОК 06., ОК 04., ОК 01., ПК 1.1., ПК 1.4.
Тема 2 Маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства	Содержание учебного материала 1 <b>Лекционные занятия №2</b> Маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства 2 <b>Практическая подготовка №1</b> Маркетинговая среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства	2 4	1 2	
Тема 3 Инструменты комплекса маркетинговых коммуникаций предприятий индустрии туризма и гостеприимства	Содержание учебного материала 1 <b>Лекционные занятия №3</b> Инструменты комплекса маркетинговых коммуникаций предприятий индустрии туризма и гостеприимства 2 <b>Практическая подготовка №2</b> Инструменты комплекса маркетинговых коммуникаций предприятий индустрии туризма и гостеприимства	2 2	1 2	ОК 02., ОК 03., ОК 05., ОК 06., ОК 04., ОК 01., ПК 1.1., ПК 1.4.
Тема 4 Маркетинговые исследования рынка туризма и гостеприимства	Содержание учебного материала 1 <b>Лекционные занятия №4</b> Маркетинговые исследования рынка туризма и гостеприимства 2 <b>Практическая подготовка №3</b> Маркетинговые исследования рынка туризма и гостеприимства	2 4	1 2	
Тема 5 Понятие и структура туристского и гостиничного продукта в системе маркетинга	Содержание учебного материала 1 <b>Лекционные занятия №5</b> Понятие и структура туристского и гостиничного продукта в системе маркетинга 2 <b>Практическая подготовка №4</b> Понятие и структура туристского и гостиничного продукта в системе маркетинга	2 2	1 2	ОК 02., ОК 03., ОК 05., ОК 06., ОК 04., ОК 01., ПК 1.1., ПК 1.4.
Тема 6 Сегментация рынка индустрии туризма и гостеприимства	Содержание учебного материала 1 <b>Лекционные занятия №6</b> Сегментация рынка индустрии туризма и гостеприимства 2 <b>Практическая подготовка №5</b> Сегментация рынка индустрии туризма и гостеприимства	2 2	1 2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 7 Маркетинговая стратегия предприятий индустрии туризма и гостеприимства	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 03., ОК 05., ОК 06., ОК 04., ОК 01., ПК 1.1., ПК 1.4.
	1 <b>Лекционные занятия №7</b> Маркетинговая стратегия предприятий индустрии туризма и гостеприимства	2	1	
	2 <b>Практическая подготовка №6</b> Маркетинговая стратегия предприятий индустрии туризма и гостеприимства	2	2	
Тема 8 Политика цен на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 03., ОК 05., ОК 06., ОК 04., ОК 01., ПК 1.1., ПК 1.4.
	1 <b>Лекционные занятия №8</b> Политика цен на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства	2	1	
Тема 9 Фирменный стиль туристского и гостиничного предприятия и особенности его формирования	Содержание учебного материала			ОК 02., ОК 03., ОК 05., ОК 06., ОК 04., ОК 01., ПК 1.1., ПК 1.4.
	1 <b>Лекционные занятия №9</b> Фирменный стиль туристского и гостиничного предприятия и особенности его формирования	2	1	
	2 <b>Практическая подготовка №7</b> Фирменный стиль туристского и гостиничного предприятия и особенности его формирования	2	2	
Всего		36		

*Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:*

*1 - ознакомительный (ознакомление с ранее изученными объектами, свойствами);*

*2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);*

*3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).*

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие помещения:**

Кабинет турагентской и туроператорской деятельности,  
Кабинет географии туризма:

1. Стул (24 шт.)
2. Стол (24 шт.)

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

##### **3.2.1. Основные печатные издания**

1. Новаторов, В. Е. Социально-культурный маркетинг: история, теория, технология : учебное пособие / В. Е. Новаторов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2024. — 384 с. — ISBN 978-5-507-50024-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/411335>

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Тульчинский, Г. Л. Маркетинг в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. — 6-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2024. — 496 с. — ISBN 978-5-507-49006-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/390380>

##### **3.2.3. Интернет-ресурсы**

1. СПС <http://www.consultant.ru>
2. [e.lanbook.com/book](http://e.lanbook.com/book)

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Образовательные результаты освоения образовательной программы учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Умение</b>		
описывать маркетинговые стратегии	демонстрация умений описывать маркетинговые стратегии	1. Ситуационные задачи 2. Оценка результатов выполнения практической работы; 3. Экспертное наблюдение за работой студента на занятии
характеризовать методы сбора и принципы формирования маркетинговой информации	демонстрация умений характеризовать методы сбора и принципы формирования маркетинговой информации	1. Ситуационные задачи 2. Оценка результатов выполнения практической работы; 3. Экспертное наблюдение за работой студента на занятии
описывать элементы внешней и внутренней среды, методы ее анализа	демонстрация умений описывать элементы внешней и внутренней среды, методы ее анализа	1. Ситуационные задачи 2. Оценка результатов выполнения практической работы; 3. Экспертное наблюдение за работой студента на занятии
описывать элементы структуры маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства	демонстрация умений описывать элементы структуры маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства	1. Ситуационные задачи 2. Оценка результатов выполнения практической работы; 3. Экспертное наблюдение за работой студента на занятии
анализировать условия применения и эффективного развития маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства	демонстрация умений анализировать условия применения и эффективного развития маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства	1. Ситуационные задачи 2. Оценка результатов выполнения практической работы; 3. Экспертное наблюдение за работой студента на занятии
описывать виды конкуренции и факторы, влияющие на нее; описывать этапы сегментирования туристского рынка, факторы, влияющие на выбор стратегии охвата целевых рынков	демонстрация умений описывать виды конкуренции и факторы, влияющие на нее; описывать этапы сегментирования туристского рынка, факторы, влияющие на выбор стратегии охвата целевых рынков	1. Ситуационные задачи 2. Оценка результатов выполнения практической работы; 3. Экспертное наблюдение за работой студента на занятии
характеризовать назначение конъюнктурного прогноза, описывать его методы	демонстрация умений характеризовать назначение конъюнктурного прогноза, описывать его методы	1. Ситуационные задачи 2. Оценка результатов выполнения практической работы; 3. Экспертное наблюдение за работой студента на занятии
<b>Знание</b>		
структуру системы маркетинга в туризме и гостеприимстве	демонстрацию знаний структуры системы маркетинга в туризме и гостеприимстве	1. Индивидуальный опрос 2. Фронтальный опрос 3. Письменный опрос
понятие маркетинговой среды, методы ее оценки	демонстрация знаний маркетинговой среды, методы ее оценки	1. Индивидуальный опрос 2. Фронтальный опрос 3. Письменный опрос
подходы к анализу конкурентов, понятие конкурентной среды	демонстрация знаний подходов к анализу конкурентов, понятие конкурентной среды	1. Индивидуальный опрос 2. Фронтальный опрос 3. Письменный опрос
понятие и виды маркетинговой информации	демонстрация знаний сущности и видов маркетинговой информации	1. Индивидуальный опрос 2. Фронтальный опрос 3. Письменный опрос
понятие конъюнктуры рынка, конъюнктурного прогноза, его видов и методов	демонстрация знаний конъюнктуры рынка, конъюнктурного прогноза, его видов и методов	1. Индивидуальный опрос 2. Фронтальный опрос 3. Письменный опрос
понятие и сегментация рынка туристских и гостиничных услуг, критерии выделения сегментов данного рынка	демонстрация знаний сущности и сегментации рынка туристских и гостиничных услуг, критерии выделения сегментов данного рынка	1. Индивидуальный опрос 2. Фронтальный опрос 3. Письменный опрос

## 4.2. Матрица соответствия контрольно-оценочных средств образовательным результатам учебной дисциплины

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Умение		
описывать маркетинговые стратегии	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Задания к практической подготовке №3,6,7
характеризовать методы сбора и принципы формирования маркетинговой информации	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Задания к практической подготовке №1,7
описывать элементы внешней и внутренней среды, методы ее анализа	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Задания к практической подготовке №2,4,6
описывать элементы структуры маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Задания к практической подготовке №4,5
анализировать условия применения и эффективного развития маркетинга в индустрии туризма и гостеприимства	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Задания к практической подготовке №1,3
описывать виды конкуренции и факторы, влияющие на нее; описывать этапы сегментирования туристского рынка, факторы, влияющие на выбор стратегии охвата целевых рынков	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Задания к практической подготовке №1,4,5
характеризовать назначение конъюнктурного прогноза, описывать его методы	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Задания к практической подготовке №3,5,6
Знание		
структуру системы маркетинга в туризме и гостеприимстве	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Вопросы на зачет №6,11,13,17,18,21,24,27,31,34,37,47,50
понятие маркетинговой среды, методы ее оценки	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Вопросы на зачет №3,8,10,12,14,19,23,27,29,33,35
подходы к анализу конкурентов, понятие конкурентной среды	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Вопросы на зачет №3,5,6,10,12,14,18,23,25,27,29,34,36,38,42,44,46,48,
понятие и виды маркетинговой информации	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Вопросы на зачет №1,5,9,11,15,21,27,33,38,43
понятие конъюнктуры рынка, конъюнктурного прогноза, его видов и методов	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Вопросы на зачет №2,7,12,14,17,19,"5,27,33,37,45,49
понятие и сегментация рынка туристских и гостиничных услуг, критерии выделения сегментов данного рынка	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ПК 1.1., ПК 1.4.	Вопросы на зачет №12,16,19,21,22,27,29,30,33,36,38,42,44,46,48

Задания и вопросы к практической подготовке указаны в методических указаниях к практической подготовке по дисциплине Маркетинг в сфере туризма и гостеприимства для обучающихся специальности "Туризм и гостеприимство".  
Ставрополь, 2026