1.	Наименование дисциплины	Формирование и продвижение туристического продукта
2.	Содержание дисциплины	Тур как основной продукт деятельности туроператора. Туристические ресурсы, туры и маршруты. Туристы – потребители туристических услуг. Исследование и анализ рынка и конкурентной среды. Работа туроператора с поставщиками туристических услуг. Формирование комплекса основных и дополнительных туристических услуг. Программа тура. Ценообразование туристических услуг. Документальное обеспечение формирования тура. Формы и средства продвижения туристического продукта. Реклама как основное средство продвижения туристического продукта. Нетрадиционные способы продвижения туристического продукта. Формы и средства продажи туристического продукта. Обеспечение качества туристического продукта.
3.	Формируемые компетенции	Владеть методологией бухгалтерского и управленческого учета, осуществлять учет хозяйственных операций в туристической индустрии.
4.	Результаты обучения (знать, уметь, владеть)	***знать:*** основные этапы процесса формирования и продвижения туристического продукта; документальное обеспечение формирования туристического продукта; особенности взаимодействия туроператора с поставщиками услуг; особенности взаимодействия туроператора с клиентами. ***уметь:*** разрабатывать программы туристических маршрутов; разрабатывать необходимую технологическую документацию по туру; осуществлять ценообразование туристического продукта; разрабатывать программы продвижения туристического продукта; осуществлять до- и послепродажное обслуживание туристов. ***владеть:*** технологиями формирования туристического продукта; технологиями продвижения туристического продукта; технологиями реализации туристического продукта; технологиями обеспечения и контроля качества туристического обслуживания;
5.	Семестр обучения, специальность	4, специальность 6-05-1013-01 «Туризм и гостеприимство»

6.	Пререквизиты	Содержание учебной дисциплины «Формирование и продвижение туристического продукта» реализует тесные междисциплинарные связи с учебной дисциплиной «Турагентская и туроператорская деятельность».
7.	Трудоемкость в зачетных единицах	3
8.	Количество аудиторных часов	Общее количество часов, отводимое на изучение учебной дисциплины, – 120. Распределение аудиторного времени (72 часа) для студентов дневной формы получения образования: лекции – 30 часов, практические занятия – 20 часов, семинарские занятия – 22 часа. Распределение аудиторного времени (18 часов) для студентов заочной формы получения образования: лекции – 10 часов, практические занятия – 8 часов.
9.	Требования к текущей и промежуточной аттестации	Учебным планом специальности в качестве форм промежуточной аттестации студентов по учебной дисциплине «Формирование и продвижение туристического продукта» предусмотрен экзамен (заочная и дневная формы получения образования). При оценке знаний студентов отметками в баллах по десятибалльной шкале учитываются оценки результатов текущей аттестации студентов. Положительными являются отметки не ниже 4 (четырёх) баллов. Отметки 1 (один), 2 (два), 3 (три) являются неудовлетворительными. Формы промежуточной аттестации студентов – экзамен (5-й семестр для дневной и 9-й для заочной формы).

1.	Name of the discipline	Formation and promotion of a tourism product
2.	Contents of the discipline	Tour as the main product of a tour operator. Tourist resources, tours and routes. Tourists are consumers of tourism services. Research and analysis of the market and competitive environment. Work of a tour operator with tourism service providers. Formation of a complex of basic and additional tourist services. Tour program. Pricing of tourism services. Documentary support for the formation of the tour. Forms and means of promoting a tourism product. Advertising as the main means of promoting a tourism product. Unconventional ways to promote a tourism product. Forms and means of selling a tourism product. Ensuring the quality of the tourism product.
3.	Formed competencies	Possess the methodology of accounting and management accounting, carry out accounting of business transactions in the tourism industry.
4.	Learning outcomes (know, be able, master)	**know:** the main stages of the process of formation and promotion of a tourism product; documentary support for the formation of a tourism product; features of interaction between the tour operator and service providers; features of interaction between the tour operator and clients. **be able to:** develop programs of tourist routes; develop the necessary technological documentation for the tour; carry out pricing of tourism products; develop tourism product promotion programs; provide pre- and post-sales services to tourists. **own:** technologies for the formation of a tourism product; technologies for promoting tourism products; technologies for selling tourism products; technologies for ensuring and monitoring the quality of tourism services;
5.	Semester of study, speciality	4, specialty 6-05-1013-01 “Tourism and Hospitality”
6.	Prerequisites	The content of the academic discipline “Formation and promotion of a tourism product” implements close interdisciplinary connections with the educational discipline “Travel agency and tour operator activities.”
7.	Labor intensity in credit units	3
8.	Number of classroom hours	The total number of hours allocated to studying the academic discipline is 120. Distribution of classroom time (72 hours) for full-time students: lectures - 30 hours, practical classes - 20 hours, seminars - 22 hours. Distribution of classroom time (18 hours) for part-time students: lectures - 10 hours, practical classes - 8 hours.
9.	Requirements for current and intermediate certification	The curriculum of the specialty provides for an exam (correspondence and full-time forms of education) as

		forms of intermediate certification of students in the academic discipline “Formation and promotion of a tourism product.” When assessing students' knowledge with marks on a ten-point scale, assessments of the results of the current certification of students are taken into account. Marks of at least 4 (four) points are positive. Marks 1 (one), 2 (two), 3 (three) are unsatisfactory. Forms of intermediate certification of students - exam (5th semester for full-time and 9th for part-time).