

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 25.08.2026 16:42:19
Уникальный программный идентификатор:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

АННОТАЦИЯ

Рабочей программы междисциплинарного курса МДК.02.03 Организация деятельности департамента маркетинга и рекламы по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Область применения программы

Рабочая программа междисциплинарного курса «МДК.02.03 Организация деятельности департамента маркетинга и рекламы» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утверждённым приказом Минпросвещения России. от 12.12.2022 № 1100.

Программа курса обеспечивает освоение теоретических знаний и практических навыков в области организации и управления деятельностью департамента маркетинга и рекламы на предприятии индустрии гостеприимства: от нормативно-правового регулирования и маркетинговых исследований до разработки стратегий, ценообразования и проведения рекламных кампаний с учётом отраслевых особенностей и современных цифровых инструментов..

Место курса в структуре образовательной программы

Междисциплинарный курс «МДК.02.03 Организация деятельности департамента маркетинга и рекламы» входит в профессиональный модуль «ПМ.02 Предоставление гостиничных услуг» образовательной программы по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

Цели и задачи междисциплинарного курса

Целью междисциплинарного курса является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков в области организации и управления деятельностью департамента маркетинга и рекламы, включая планирование, координацию и контроль маркетинговых и рекламных процессов на предприятии, с учётом отраслевых особенностей и современных тенденций рынка, необходимых для организации и осуществления бронирования и продажи гостиничных услуг.

Задачи курса:

- изучить нормативно-правовую базу, регулирующую маркетинговую и рекламную деятельность в РФ.
- Освоить современные подходы к организационному структурированию маркетинговой деятельности на предприятии.
- Научиться проводить маркетинговые исследования (сегментирование рынка, анализ потребителей, конкурентов, трендов) с использованием цифровых инструментов.
- Изучить специфику взаимодействия департамента маркетинга с другими подразделениями организации.

В результате освоения курса обучающиеся:

- изучат нормативно-правовую базу маркетинговой и рекламной деятельности;
- освоют методы маркетинговых исследований и анализа рыночной среды (SWOT, PEST);
- научатся разрабатывать маркетинговые стратегии, ценовую политику и рекламные кампании для гостиничных предприятий;
- овладеют навыками работы с цифровыми инструментами анализа рынка и продвижения.;

В рамках программы курса у обучающихся формируются следующие компетенции: ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 09; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 2.3.; ПК 2.4.

Объем междисциплинарного курса – 90 академических часов.

Формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Формы промежуточной аттестации: другая форма контроля, зачет с оценкой.