

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Краснодарского края

«КРАСНОДАРСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ**

по специальности 43.02.10 «Туризм»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	21
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	23

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

1.1 Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью программы подготовки специалиста среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Предоставление туроператорских услуг» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта

1.2 Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями, обучающийся, в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках.

Уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
- проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;

- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- оформлять страховые полисы;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туров;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках.
- *разрабатывать технологическую карту тура;*
- *работать с информационным листом туристского путешествия;*
- *проводить SWOT-анализ туристских аттракторов региона и туристских предприятий;*
- *анализировать туристские ресурсы при проектировании привлекательного туристского продукта;*
- *проводить маркетинговое исследование потенциальных клиентов;*
- *осуществлять анализ концепции маркетинга предприятия.*
- *формирование сбытовой сети.*

Знать:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездок;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми

компаниями;

- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами;
- *российское законодательство, регламентирующее туристскую индустрию;*
- *международные организации и документы, регулирующие туристские процессы;*
- *основы туроператорской деятельности;*
- *сущность и структура и особенности туристского продукта;*
- *виды и формы договорных отношений между турфирмой и транспортными организациями, предприятиями питания и размещения, экскурсионными бюро;*
- *особенности оформления заграничных паспортов гражданами Российской Федерации;*
- *организация консульского обслуживания в процессе подготовки тура;*
- *пограничные и таможенные формальности;*
- *правовое регулирование в туризме;*
- *качество обслуживания и способы его регулирования в туризме;*
- *особенности туристского маркетинга;*
- *концепция маркетинга;*
- *позиционирование турпродукта на рынке;*
- *психологические особенности поведения потребителей туристских услуг.*

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

Всего – 381 час, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки –182 часа, в том числе практическая работа –70 часов;
- самостоятельная работа – 91 час;
- учебной практики -72 часа
- производственной практики –36 часов

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) «Предоставление туроператорских услуг», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2	Формировать туристский продукт
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 3.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося			Учебная практика, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			Всего, часов	Лекции, уроки	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.1 – ПК 3.4	МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	189	126	76	50	63				
ПК 3.1 – ПК 3.4	МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме	84	56	36	20	28				
ПК 3.1 – ПК 3.4	Учебная практика	72							72	
ПК 3.1 – ПК 3.4	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36								36
	Всего:	381	182	112	70	91	-	-	72	36

3.1. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля, междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
ПМ 03 Предоставление туроператорских услуг		126	
МДК 03.01 Технология организации туроператорской деятельности		14	
Раздел 1. Основы туроператорской деятельности	Содержание		1,2,3
	<i>Российское законодательство, регламентирующее туристскую индустрию</i>		
	<i>Международные организации и документы, регулирующие туристские процессы</i>		
	<i>Туроператор как субъект туристской деятельности</i>		
	<i>Функции туроператоров</i>		
	<i>Финансовые гарантии туроператора</i>		
	<i>Правила бронирования туров</i>		
Раздел 2 Проектирование и формирование и расчет турпродукта	Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту		
	Лабораторные работы	22	1,2,3
	Практические занятия		
Содержание <i>Туристский продукт как комплекс туристских услуг. Особенности туристского продукта. Основные потребительские свойства туристского продукта. Классификация турпродукта: по основному виду используемого транспортного средства; по целям путешествия; по продолжительности тура; по географическим направлениям; по специфике комплектации турпродукта.</i> Этапы создания турпродукта. Правила и методика составления программ туров. Планирование программ турпоездов			
	Лабораторные работы	18	2,3
	Практические занятия		
	Практическое занятие № 1 Понятие, оценка и анализ туристских ресурсов при проектировании туристского продукта		
	Практическое занятие № 2 Разработка маршрута туристского путешествия		
	Практическое занятие № 3 Разработка программы туров для российских и зарубежных клиентов Практическое занятие № 4 Формирование пакета услуг		

		Практическое занятие № 5 Составление туракета с использованием иностранного языка			
		Практическое занятие № 6 Оформление информационного листа туристского путешествия			
		Практическое занятие № 7 Оформление технологической карты туристского путешествия			
		Практическое занятие № 8 Работа с запросами клиентов, в том числе и иностранных.			
		Практическое занятие № 9 Работа с заявками на бронирование услуг			
	16	Содержание			
		Виды и формы договорных отношений.			
		Договорные отношения между турфирмой и транспортными организациями			
		Договоры оказания услуг гостиничных услуг			
		Договоры оказания услуг общественного питания			
		Договоры оказания экскурсионных услуг			
		Договоры страхования в сфере услуг			
		Лабораторные работы			
		Практические занятия			
	4	Практическое занятие № 10 Выбор форм сотрудничества туроператоров с поставщиками услуг			
		Практическое занятие № 11 Работа с агентскими договорами.			
2,3		Содержание			
	18	Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации туристского продукта.			
		Договорные отношения туроператора с турагентом			
		Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров.			
		Использование различных методов поощрения турагентов, расчёт коммиссионных вознаграждений.			
		Правила расчётов с турагентами и способы их поощрения			
		Предоставление информации турагентам по рекламным турам			
		Лабораторные работы			
		Практические занятия			
	6	Практическое занятие № 12 Разработка методов поощрения турагентов, расчёт коммиссионных вознаграждений			
		Практическое занятие № 13 Обработка заявок на бронирование турпутей			
		Практическое занятие № 14 Предоставление информации турагентам по рекламным турам			
2,3		Содержание			
	14	Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.			
		Особенности оформления загранпаспортов гражданами Российской Федерации			
		Организация консульского обслуживания в процессе подготовки тура			
		Логистические и таможенные формальности			
2,3		Туристские формальности			

	Медицинское страхование в туроператорской деятельности		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	4	
	Практическое занятие № 15 Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам		2,3
	Практическое занятие № 16 Оформление страховых полюсов		
Раздел 6 Ценообразование в туроперейтинге	Содержание	10	
	Расчет цены продукта. Методика расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания		2,3
	Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания		
	Расчет себестоимости тура. Методика расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	4	
	Практическое занятие № 17 Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания		2,3
	Практическое занятие № 18 Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.		
Раздел 7 Информационные технологии в туроператорской деятельности	Содержание	12	
	Информационные технологии, используемые при создании турпродукта		
	Информационные технологии, используемые при продвижении турпродукта		1,2,3
	Информационные технологии, используемые при реализации турпродукта		
	Информационные технологии в управлении туристскими фирмами		
	Лабораторные работы		
Практические занятия	4		
	Практическое занятие № 19 Ведение документооборота с использованием информационных технологий		2,3
	Практическое занятие № 20 Работа с информационными и справочными материалами. Использование каталогов и ценовых приложений		
Раздел 8 Психология и этика делового общения в туроператорстве	Содержание	20	
	Техники эффективного делового общения, протокол и этикет		
	Техника установления контакта с торговыми представительствами других регионов и стран		
	Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами		
	<i>Решение проблем с помощью правового регулирования. Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме.</i>		1, 2,3
	Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения. Предоставление сопутствующих услуг.		
Лабораторные работы			
Практические занятия	10		

	<p>Практическое занятие № 21 Проведение переговоров с поставщиками услуг</p> <p>Практическое занятие № 22 Консультирование партнеров по турпродуктам, оказание помощи в продвижении и реализации турпродукта</p> <p>Практическое занятие № 23 Техника установления контакта с торговыми представительствами других регионов и стран</p> <p>Практическое занятие № 24 Использование эффективных методов общения с клиентами на русском и иностранном языке</p> <p>Практическое занятие № 25 Анализ и решение проблем, возникающих во время тура, принятие мер по устранению причин, повлекших возникновение проблемы</p>		2,3
<p>Самостоятельная работа при изучении МДК 03.01</p> <p>Выполнение сообщений и докладов, подготовка презентаций по следующим темам</p> <p>Перспективный анализ потенциального туристского предприятия</p> <p>Определение целей в туроперейтинге: дерево целей туроператорской фирмы.</p> <p>Проблемы современного туроперейтинга в России.</p> <p>Создание туристского продукта.</p> <p>Проектирование турпродукта туроператором.</p> <p>Технологическая документация туристского продукта (тура).</p> <p>Программный и анимационный подходы туроператора к разработке программы обслуживания.</p> <p>Система обеспечения качества обслуживания туристов на маршрутах туроперейтинга.</p> <p>Документация туристской фирмы</p> <p>Поставщики услуг</p> <p>Оплата счетов поставщиков услуг.</p> <p>Переговоры с поставщиками услуг</p> <p>Применение новых технологий в туризме.</p> <p>Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта</p> <p>Финансовая схема работы туроператора.</p> <p>Система комиссионных вознаграждений турагентств.</p> <p>Туристские формальности.</p> <p>Туристские формальности. Паспортные формальности.</p> <p>Туристские формальности. Визовые формальности.</p> <p>Туристские формальности. Валютные формальности.</p> <p>Туристские формальности. Таможенные формальности.</p> <p>Туристские формальности. Медицинские формальности.</p> <p>Страхование в туризме.</p> <p>Сбор и анализ информации в информационных источниках, таких как каталоги, ценовые предложения.</p> <p>Изучение и анализ основных и сопутствующих услуг.</p>		63	

			<p>Составление программ обслуживания для различных категорий туристов.</p> <p>Рекламная компания туристического предприятия.</p> <p>Каталог туристического предприятия как основной носитель информации в системе продвижения туристического предприятия.</p> <p>Не рекламные методы продвижения туристического предприятия. Стимулирование продаж.</p> <p>Выставочная работа туристического предприятия.</p> <p>Реклама как инструмент продвижения туристического предприятия.</p> <p>Формирование сбытовой сети туристического предприятия.</p> <p>Договор между инициативным и респективным туристическим предприятием на обслуживание туристов.</p> <p>Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы.</p>
ПМ 01.Преобразование туристических услуг	МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме		
Раздел 1 Сущность и особенности маркетинга в туризме.		Содержание	<p>Основные принципы, цели и задачи маркетинга. Сущность и комплексный характер туристического маркетинга. Уровень и координация маркетинга в туризме. Маркетинг туризма на национальном уровне. Имидж страны.</p> <p><i>Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Уровень реализации концепции маркетинга. Концепция маркетинга взаимоотношений. Технологическая реализация концепции маркетинга на туристском предприятии.</i></p> <p>Лабораторные работы</p> <p>Практические занятия</p> <p>Практическое занятие № 1 Проведение анализа реализации концепции маркетинга на туристском предприятии</p>
2,3	6		
Раздел 2 Сущность, содержание и направления маркетинговых исследований в туризме.		Содержание	<p>Сущность, задачи маркетинговых исследований. Типы маркетинговых исследований и требования к проведению маркетинговых исследований. Методы сбора информации.</p> <p>Этапы и правила проведения маркетинговых исследований. Интерпретация и использование данных в работе туристического предприятия.</p> <p>Лабораторные работы</p> <p>Практические занятия</p> <p>Практическое занятие № 2 Составление анкеты для определения запросов клиентов. Характеристика метода фокус-групп в маркетинговых исследованиях.</p>
2,3	2		
2,3	6		
Раздел 3 Маркетинговая информация туристской организации.		Содержание	<p>Классификация маркетинговой информации. Система внутренней маркетинговой информации. Система внешней маркетинговой информации.</p>
2,3	6		

	Методы сбора первичной маркетинговой информации. Сущность анализа информации маркетинга туристского предприятия. Маркетинговый инструментарий.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 3 <i>Определение внешних и внутренних факторов влияющих на работу определенного туристского предприятия.</i>		2,3
Раздел 4 Исследование и анализ маркетинговой среды туристского предприятия и туристского рынка.	Содержание	6	
	Маркетинговая среда. Структура внутренней и внешней среды туристского предприятия. Рынок. Виды, структура и особенности туристского рынка.		2,3
	Сегментирование туристского рынка.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 4 <i>Выделение и анализ основных сегментов туристского рынка Краснодарского края.</i>		2,3
Раздел 5. Маркетинговые исследования туристского продукта, потребителей туристских услуг.	Содержание	6	
	<i>Сущность и структура туристского продукта. Позиционирование турпродукта на рынке. Стадии жизненного цикла туристского продукта. Создание новых товаров.</i>		1, 2,3
	<i>Ориентация на потребителя – основной принцип маркетинга. Система факторов, влияющих на поведение потребителей туристских услуг.</i>		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 5 <i>Изучение запросов клиентов по туристическим направлениям.</i>		2
Раздел 6 Маркетинговые стратегии туристского предприятия.	Содержание	8	
	Формирование продуктовой стратегии. Этапы разработки нового турпродукта и его внедрение на рынок.		2,3
	Внешние факторы процесса ценообразования. Постановка целей ценообразования.		
	Формирование сбытовой стратегии. Каналы сбыта туристского продукта.		
	Лабораторные работы		
Практические занятия	2		
	Практическое занятие № 6 <i>Прогнозирование сбыта туристского продукта и использование уравнения регрессии. Составление характеристики каналов сбыта туристского продукта.</i>		2,3
Раздел 7 Пропаганда в комплексе маркетинговых коммуникаций туристского предприятия.	Содержание	4	
	Сущность и цели туристской пропаганды. Этапы проведения пропагандистских мероприятий. Направления туристской пропаганды. Мероприятия PR.		2,3
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	2	

	Практическое занятие № 7 Составление пресс-релиза для созданного турпродукта для передачи его в средства массовой информации		2,3
Раздел 8 Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.	Содержание Особенности рекламы в сфере туризма. Виды туристской рекламы. Определение целей рекламы. Выбор средств распространения рекламного обращения. Разработка рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности туристского предприятия.	4	2,3
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 8 Составление рекламного обращения для продвижения тура.		2,3
Раздел 9 Выставочные и ярмарочные туристские мероприятия.	Содержание Виды, специфика и характеристика выставочных мероприятий. Классификация выставочных мероприятий. Оформление выставочного стенда. Работа персонала туристской фирмы во время выставки. Типы посетителей выставочных мероприятий. Алгоритм разработки рекламных каталогов. Взаимодействие с туроператором по созданию каталога	6	2,3
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие № 9 Разработка макета рекламного каталога турфирмы для выставки		2,3
	Раздел 10 Организация и контроль маркетинговой деятельности туристского предприятия.	Содержание Организация маркетинга на туристском предприятии.	4
Лабораторные работы			
Практические занятия		2	
Практическое занятие № 10 Выявление слабых и сильных сторон различных организационных структур маркетингового отдела.			2,3
Самостоятельная работа при изучении МДК 03.02 Выполнение сообщений и докладов, подготовка презентаций по следующим темам Анализ тенденций развития рынка туристических услуг Сбор информации о сформировавшемся спросе на виды туристического продукта Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг и оценка их деятельности Проведение оценки факторов внешней среды на конкретном примере Проведение сегментирования рынка турпродукта Проведение анализа методов изучения спроса на конкретном примере Выделение факторов, влияющих на потребительские предпочтения Определение факторов влияющих на ценообразование турпродукта Разработать схемы проведения маркетинговых исследований PR-деятельность в интернет-СМИ Рекламный продукт и его виды		28	

Подготовить рекламный проспект для турпродукта			
Разработка маркетинговых концепций с рекомендациями по их реализации			
Учебная практика			
1. Осуществление маркетингового исследования и анализ деятельности других туристических компаний.	Организационные аспекты работы с поставщиками услуг.	72	
	Исследование рынка туристских услуг.	6	
2. Организация презентаций с целью рекламы туристического предприятия.	Анализ конкурентоспособности туристических компаний.	6	
	Разработка презентаций для рекламы туристского предприятия.	6	
	Реклама туристского продукта	6	
3. Составление программы тура и ведение документооборота.	Задачи рекламы.	6	
	Планирование тура.	6	
	Разработка технологической документации.	6	
4. Решение и анализ проблем, возникающих во время тура.	Установление технологии процесса обслуживания туристов.	6	
5. Расчет стоимости проживания, питания и экскурсионных услуг.	Решение проблем, возникающих в процессе тура.	6	
Дифференцированный зачет			
		6	
Производственная практика			
1. Проведение маркетинговых исследований	Разработка концепции исследования.	36	
	Анализ конъюнктуры рынка	6	
2. Предоставление сопутствующих услуг	Основные и дополнительные туристические услуги.	6	
3. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта	Калькулирование полной себестоимости турпродукта. Страховой взнос.	6	
		6	
4. Работа с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг	Организация встречи иностранных клиентов. Продвижение турпродукта на рынке.	6	
Дифференцированный зачет			
		6	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля ПМ 03. «Предоставление туроператорских услуг» требует наличия учебного кабинета турагентской и туроператорской деятельности и учебной (тренинговой) фирмы по предоставлению туристских услуг (турфирма).

Оборудование учебного кабинета турагентской и туроператорской деятельности: учебная мебель, ноутбуки – 6 шт., мультимедийное презентационное оборудование – 1.

Оборудование учебной (тренинговой) фирмы по предоставлению туристских услуг (турфирма): учебная мебель, ноутбуки – 6 шт., мультимедийное презентационное оборудование – 1.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

4.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1 Быстров С.А. Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие / Быстров С.А. — Москва : КноРус, 2018. — 260 с. — ISBN 978-5-406-06198-5. — URL: <https://book.gu/book/927919>

2 Гребенюк Д. Г. Технология продаж и продвижения турпродукта: учеб.пособие для студ.учреждений сред.проф.образования / Д.Г. Гребенюк. — М. : Издательский центр «Академия», 2016. — 288с.

3 Книшова Е.Н. Маркетинг туризма: учеб.пособие / Е.Н. Книшова — М. ИД «ФОРУМ»: ИНФА-М, 2015. — 352с.

4 Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва : КноРус, 2018. — 294 с. — ISBN 978-5-406-03540-5. — URL: <https://book.gu/book/933720>

5 Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Практикум : учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва : КноРус, — 280 с. — ISBN 978-5-406-07342-1. — URL: <https://book.gu/book/932259>

6 Любавина Н.Л. Технология и организация туроператорской деятельности : учеб. Пособие для студ. Учреждений чред. Проф. Образования / Н.Л. Любавина, Л.А. Кроленко, Т.А. Нечаева. — 2-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2014. — 288с.

7 Любавина Н.Л. Технология и организация турагентской деятельности

: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Н.Л. Любавина, Л.А. Короленко, Т.А. Нечаева. – М. Издательский центр «Академия», 2014. – 256 с. : ил.

Дополнительные источники:

1. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме / И.Г. Филиппова, М. Абабкова. – М. : Инфра-М, 2015. – 214 с.
2. Бухтерева О.С. Социология рекламы в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / О.С. Бухтерева. – М.: Инфра-М, 2014. 128 с.
3. Веткин В.А. Технология создания турпродукта: пакетные туры: учебно-методическое пособие / Е.В. Винтайкина, В.А. Веткин. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М. – 2013, 240 с.
4. Грибов, В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2018. — 224 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-04859-7. — URL: <https://book.ru/book/932143>
5. Можяева Н. Г., Рыбачек Г. В. Организация туристской индустрии и география туризма, учебник для студ. сред. учеб. заведений, обучающихся по спец. 100401 "Туризм", Москва, Форум 2014 – 335 с.
6. Парамонова, Т.Н. Маркетинг : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. — Москва : КноРус, 2018. — 189 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06183-1. — URL: <https://book.ru/book/926685>

Интернет-ресурсы:

1. www.tonkosti.ru - Портал для турагента
2. www.russiatourism.ru - Федеральное агентство по туризму –
3. <http://www.ttg-russia.ru/> Газета «ТТГ Russia».
4. <http://www.tourist-journal.ru/> Журнал «Туризм и отдых»
5. <http://www.tpnews.ru/> Журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы».
6. <http://www.tourdom.ru/> Профессиональный туристический портал
7. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
8. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

При освоении профессионального модуля в целях реализации компетентного подхода, предусматривается использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов, деловых и ролевых игр, индивидуальных и групповых проектов, анализа производственных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций

обучающихся.

В целях развития личности, достижения результатов при освоении программы профессионального модуля в части развития общих компетенций, обучающиеся могут участвовать в развитии студенческого самоуправления, работе творческих коллективов, общественных организаций, спортивных и творческих клубов. Практика является обязательным разделом данного модуля.

При реализации программы профессионального модуля предусматривается практика по профилю специальности, которая реализуется в рамках изучения модуля после его освоения. Практика по профилю специальности составляет 180 часов. Производственная практика проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам изучения профессионального модуля проводится с учетом результатов производственной практики, подтвержденных документами соответствующих организаций. Консультации для обучающихся в очной форме обучения предусматриваются образовательной организацией из расчета 4 часа на одного обучающегося на каждый учебный год, в том числе

в период реализации образовательной программы среднего общего образования для лиц, обучающихся на базе основного общего образования. Формы проведения консультаций (групповые, индивидуальные, письменные, устные) определяются образовательной организацией. Консультации для обучающихся предусмотрены в период изучения модуля в объеме, предусмотренным учебным планом.

4.4 Кадровое обеспечение образовательного

Требования к квалификации педагогических кадров обеспечиваются педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

**5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований; - качество организации и проведения сбора данных; - качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований 	Экспертная оценка
ПК 3.2 Формировать туристский продукт	Рассчитывать стоимость туристского продукта	Экспертная оценка
ПК 3.3 Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудитории	Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта	Экспертная оценка
ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность взаимодействия с турагентами пореализации и продвижению туристского продукта - подготовка электронной презентации тура. - разработка качественного рекламного продукта; - оценка эффективности программы продвижения турпродукта; - разработка фирменного стиля туристской фирмы. 	Экспертная оценка

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК.1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии. Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы
ОК.2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы
ОК.3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы
ОК.4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы
ОК.5 Использовать информационно-коммуникационные технологии профессиональной деятельности.	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы

<p>ОК.6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и в ходе обучения</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы</p>
<p>ОК.7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>Развитие самоменеджмента обучающегося Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, и производственной практики</p>
<p>ОК.8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы</p>
<p>ОК.9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы</p>