

ООО «Академия»  
Частное учреждение – профессиональная образовательная организация  
«Краснодарский техникум управления, информатизации и сервиса»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ. 02 Предоставление туроператорских и турагентских услуг**  
Наименование специальности  
43.02.16 Туризм и гостеприимство  
Направленность: Туроператорские и турагентские услуги

2024 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1	Общая характеристика рабочей программы ПМ 02 «Предоставление туроператорских и турагентских услуг»	3
2	Структура и содержание ПМ 02 «Предоставление туроператорских и турагентских услуг»	9
3	Условия реализации ПМ 02 «Предоставление туроператорских и турагентских услуг»	20
4	Контроль и оценка результатов освоения ПМ 02 «Предоставление туроператорских и турагентских услуг»	24

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.02 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ И ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ**

**1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Предоставление туроператорских и турагентских услуг» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

**1.1.1. Перечень общих компетенций**

<b>Код</b>	<b>Наименование общих компетенций</b>
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

**1.1.2. Перечень профессиональных компетенций**

<b>Код</b>	<b>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</b>
ВД 2	Предоставление туроператорских и турагентских услуг
ПК 2.1.	Оформлять и обрабатывать заказы клиентов
ПК 2.2.	Координировать работу по реализации заказа

**1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:**

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>– координации работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа;</li> <li>– консультирования туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа);</li> <li>– осуществления приема заказов от туристов;</li> <li>– проверки наличия всех реквизитов заказа;</li> <li>– идентификации вида заказа;</li> <li>– направления заказа в соответствующее подразделение туроператора и его контроль;</li> <li>– корректировки сроков и условий выполнения заказов и в случае необходимости информирование заказчиков (туристов) об изменении параметров заказа.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– координировать работу подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа;</li> <li>– взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями;</li> <li>– владеть культурой межличностного общения;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– владеть техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры;</li> <li>– владеть техникой количественной оценки и анализа информации;</li> <li>– владеть методикой хранения и поиска информации;</li> <li>– вести документацию, хранение и извлечение информации;</li> <li>– пользоваться компьютерными программами бронирования туров;</li> <li>– осуществлять контроль за своевременным выполнением заказа;</li> <li>– собирать, обрабатывать и анализировать статистические данные;</li> <li>– формировать банки данных.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– законодательство Российской Федерации в сфере туризма;</li> <li>– нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности;</li> <li>– ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов;</li> <li>– цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги;</li> <li>– системы бронирования услуг;</li> <li>– организацию работы с запросами туристов;</li> <li>– требования к оформлению и учету заказов;</li> <li>– порядок контроля за прохождением и выполнением заказов;</li> <li>– виды технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций;</li> <li>– программное обеспечение деятельности туристских организаций;</li> <li>– этику делового общения;</li> <li>– основы делопроизводства;</li> <li>– правила внутреннего трудового распорядка;</li> <li>– правила по охране труда и пожарной безопасности.</li> </ul>

### **Вариативная часть ПМ 02:**

#### **МДК 02.01**

##### **Знать:**

- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- основные правила и методику формирования туристских продуктов;
- методику расчета стоимости основных и дополнительных услуг в составе туристских продуктов;
- особенности и правила предоставления услуг предприятиями питания;
- принципы и методы взаимодействия с поставщиками туристских продуктов и услуг
- основы ценообразования в туристской деятельности;
- методику расчета себестоимости и стоимости туристского продукта;
- правила оформления документов при взаимодействии с консульскими и государственными учреждениями и страховыми компаниями;
- визовые, таможенные, страховые формальности;
- правила страхования;
- правила перевозки различными видами транспорта;
- методы изучения и анализ запросов потребителей.

##### **Уметь:**

- подбирать уникальные туристские услуги в составе туристского продукта;
- обосновать требования безопасности на маршруте, с указанием требований к инструктажам, гостям, наличию лицензированных документов;
- определить и дать характеристику географическим районам, по которым пройдет тур, обосновать концепцию и уникальность нового туристского продукта;

- подобрать оптимальный набор туристских услуг в составе туристского продукта в соответствии с требованиями заказчика;
- обосновать полноту и качество целевой аудитории нового туристского продукта;
- разработать программу тура с указанием затрат времени, общую карту-схему маршрута, а также карты-схемы ежедневных перемещений по маршруту;
- рассчитать стоимость вновь сформированного туристского продукта или услуг;
- формировать туристские продукты с учетом фактора сезонности;
- рассчитывать продолжительность туристских маршрутов;
- применять методы и принципы ценообразования при формировании туристского продукта;
- осуществлять подбор и бронирование транспортных услуг в соответствии с требованиями заказчика;
- осуществлять подбор и бронирование средств размещения и проживания в соответствии с требованиями заказчика;
- осуществлять подбор и бронирование услуг в соответствии с требованиями заказчика;
- обеспечение соответствия ГОСТов при формировании туристского продукта.

### **МДК 02.02**

#### **Знать:**

- правила и особенности оформления визовых документов;
- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- особенности бронирования пакетных туров;
- средства и методы вербального и невербального общения;
- методические приемы показа и рассказа;
- техники публичных выступлений, рассказа, ответов на вопросы;
- основы взаимодействия в команде, обеспечения ее сплоченности;
- правила публичной презентации и самопрезентации.
- основы клиенто-ориентированного взаимодействия;
- правила и нормы работы с возражениями;
- принципы и методы взаимодействия с поставщиками туристских продуктов и услуг.

#### **Уметь:**

- заполнять визовые документы в соответствии с действующими нормами и правилами;
- осуществлять подбор и бронирование туристских продуктов и услуг на сайтах-агрегаторах туристских продуктов и услуг;
- осуществлять подбор и бронирование туристских продуктов и услуг на официальных сайтах туроператорских организаций;
- работать со специализированными система бронирования туров туристских организаций;
- работать со специализированными туристскими информационными системами;
- использовать современные информационно-коммуникационные технологий при подготовке документов;
- проводить маркетинг существующих предложений от действующих туроператоров;
- представлять туристский продукт;
- оформлять и обрабатывать возражения и претензии к качеству туристского продукта или туристской услуги;
- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт.

### **МДК 02.03**

#### **Знать:**

- приемы контроля качества предоставляемых туристу услуг;
- контроль качества продукции на стадиях ее жизненного цикла;
- нормативные документы по контролю качества продукции;
- порядок проведения контроля качества;

- менеджмент качества;
- система контроля качества;
- стадии и объекты системы контроля качества;
- классификация видов контроля;
- критерии и принципы организации контроля качества;
- этапы проведения контроля качества продукции;
- контроль за выполнением требований безопасности туристских услуг;
- порядок контроля реализации заказов на экскурсии;
- требования к оформлению и учету заказов на экскурсии;
- правила обслуживания на пешеходном, транспортном и комбинированном маршрутах экскурсий;
- правила поведения туристов (экскурсантов) в процессе транспортного обслуживания;
- правила сопровождения туристов (экскурсантов) в процессе проведения экскурсий;
- модель обеспечения качества туристских услуг;
- критерии качества услуги;
- модель расхождения качества услуги;
- достижение качества услуги.

**Уметь:**

- контролировать качество предоставляемых туристу услуг размещения и питания;
- контролировать качество предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг;
- контролировать реализацию заказов на экскурсионные услуги;
- осуществлять контроль за передвижением туристов (экскурсантов) по маршруту экскурсии, соблюдением расписания экскурсии;
- разрабатывать модели качества услуги в экскурсионном бюро;
- определять показатели качества обслуживания при предоставлении туроператорских услуг;
- определять показатели качества обслуживания при предоставлении турагентских услуг.

**МДК 02.04**

**Знать:**

- основные понятия и определения. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж. Структурная модель туристского продукта;
- особенности функционирования туристского рынка. Современный туристский рынок и перспективы его развития. Сегментация туристского рынка. Выбор целевого рынка туристских услуг. Позиционирование туристского продукта;
- туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятия клиентом решения о покупке. Типы покупателей;
- правила продажи туристского продукта потребителю. Каналы распределения туристского продукта;
- торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. Электронная коммерция в туризме. Выставочная деятельность туристской фирмы;
- цели презентации. Взаимодействие продавца и покупателя на этом этапе. Правила и рекомендации проведения презентации. Переговоры о цене турпродукта;
- подготовительный этап. Управление контактом с клиентом. Технология управления контактом. Приемы воздействия на клиента. Исследование потребностей клиентов;
- порядок прохождения заявки клиента и оформления договорных отношений между турфирмой и клиентом. Договор на туристское обслуживание;
- правила аннуляций и изменений туров. Отказ от забронированных туристских услуг. Аннуляция, её виды. Сроки аннуляции и штрафные санкции. Размер аннуляционного штрафа;
- оформление турпакета. Турдокументы. Туристская путевка. Туристский ваучер. Программа путешествия. Страховой полис. Транспортные документы (билеты). Памятка. Оформление документов на транспорт. Международные перевозки в выездном туризме.

*Международные полеты, их виды. Сервис, предлагаемый авиакомпаниями. Договоры турфирм с авиакомпаниями. Квота мест. Виды квот. Агентское соглашение. Чартерные рейсы: обязанности заказчика, перевозчика;*

*– работа с возражениями и сомнениями клиента туристической компании. Диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. Способы и методы обработки возражений. Стимулирование клиента на покупку;*

*– послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. Работа с жалобами и претензиями;*

*– цена в комплексе маркетинга туристской фирмы. Основные этапы ценообразования туристского продукта. Факторы, цели, методы, стратегия и тактика ценообразования в сфере туризма. Особенности использования SEO при продвижении туристских продуктов;*

*– сущность маркетинговых коммуникаций туристской фирмы. Разработка коммуникационной стратегии. Имидж туристского предприятия. Маркетинговые исследования рынка туристских услуг;*

*– стратегическое маркетинговое планирование деятельности туристской фирмы. Текущее планирование маркетинговой деятельности;*

*– основы рекламы. Рекламная кампания;*

*– SMM инструменты продвижения туристских продуктов. Основы медиапланирования.*

**Уметь:**

*– искать потребительскую пользу продукта;*

*– строить диалог с покупателем;*

*– разрабатывать тур и проводить позиционирования турпродукта;*

*– определять конкурентные преимущества турпродукта и турфирмы;*

*– исполнять, изменять, прекращать договор о реализации туристского продукта;*

*– составлять программы продвижения существующего на рынке турпродукта или «линейки» туристских продуктов. Разрабатывать план-график мероприятий по продвижению туристского продукта с использованием инструментов продвижения с указанием этапов реализации и бюджета;*

*– давать характеристику и обосновывать основные преимущества компании-разработчика турпродукта и самого турпродукта. Выявлять его прямых и косвенных конкурентов с указанием на турпродукт, определять и обосновывать важность и полноту целевой аудитории и ядра целевой аудитории, указать на основные способы продвижения турпродукта и стратегии позиционирования турпродукта;*

*– оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов;*

*– обрабатывать возражения клиента на предложенный вариант пакетного тура;*

*– разрабатывать рекламный буклет тура;*

*– определять ключевые цели рекламной кампании. Рассчитывать бюджет продвижения туристского продукта и услуг;*

*– определять носителя для размещения рекламы, разработка рекламного обращения. Составлять полнофункциональные брифы с целью дальнейшего сотрудничества с рекламными кампаниями.*

## 1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 700 часов, в том числе 424 :  
**обязательной аудиторной учебной нагрузки** обучающегося – 478 часов, включая 20 часов курсовая работа по МДК 02.02, 234 часа практических занятий, практики:  
**учебная** – 108 часов;  
**производственная** – 72 часов.  
Промежуточная :  
МДК 02.01: ( . . ) 12 ,  
экзамен 6 часов;  
МДК 02.02: ( . . ) 6 ,  
6 ;  
МДК 02.03 - дифференцированный зачет;  
МДК 02.04 - дифференцированный зачет;  
**экзамен по модулю:**  
( . . ) 6 ,  
6 ;



## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической.	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК			Практики		
					В том числе			Учебная	Производственная	
					Лабораторных и практических занятий	Курсовая	Промежуточная аттестация			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	
ПК 2.1. ОК 01 – ОК 05; ОК 09	Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности	<b>138</b>	70	<b>120</b>	70	20	18			
ПК 2.1. ОК 01 – ОК 05; ОК 09	Раздел 2. Технология и организация турагентской деятельности	<b>148</b>	48	<b>136</b>	58		12			
ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09	Раздел 3. Координация работы по реализации заказов	<b>156</b>	84	<b>156</b>	76					
ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09	Раздел 4. Продажи туристского продукта	<b>66</b>	30	<b>66</b>	30					
	Учебная практика	<b>108</b>	108					<b>108</b>		
	Производственная практика	<b>72</b>	72						<b>72</b>	
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>12</b>	<b>12</b>				<b>12</b>			
	<b>Всего:</b>	<b>700</b>	<b>424</b>	<b>478</b>	<b>234</b>	<b>20</b>	<b>42</b>	<b>108</b>	<b>72</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч
1	2	3
<b>Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности</b>		<b>50/70</b>
<b>МДК 02.01 Предоставление туроператорских услуг</b>		<b>50/70</b>
<b>Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>18/26</b>
1	<b>Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом.</b> Законодательство Российской Федерации в сфере туризма	2
2	Понятие туроператорской деятельности.	2
3	Международное регулирование туристской деятельности.	2
4	Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России	2
5	<b>Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности.</b> Нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности	2
6	Организационно - правовые формы функционирования туроператоров.	2
7	<b>Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности.</b> Основы делопроизводства.	2
8	Права и обязанности туроператора, турагента и туриста	2
9	<i>Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту</i>	2
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>26</b>
10-11	№1. Анализ профиля туроператоров	4
12-14	№2. Изучение технологии оформления договоров	6
15-16	№3. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру	4
17-18	№4. Разбор ситуаций предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором	4
19	№5. Собирать, обрабатывать и анализировать статистические данные.	2
20	№6. Формировать банки данных.	2
21	№7. Вести документацию, хранение и извлечение информации.	2
22	<i>№8. Подбор уникальных туристских услуг в составе туристского продукта</i>	2

Тема 1.2. Технология разработки туристского продукта	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>20/26</b>
	23	<b>Понятие разработки туристского продукта.</b> Виды турпродуктов. <i>Основные правила и методика формирования туристских продуктов.</i>	2
	24	Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации	2
	25	Свойства и цели турпродукта.	2
	26	<b>Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов.</b> <i>Методики расчета стоимости основных и дополнительных услуг в составе туристских продуктов</i>	2
	27	Выбор схемы работы в дестинации. <i>Особенности и характеристика туристских регионов</i>	2
	28	<b>Основные правила и методика составления программ туров.</b> <i>Особенности и правила предоставления услуг предприятиями питания. Принципы и методы взаимодействия с поставщиками туристских продуктов и услуг</i>	2
	29	<b>Расчет стоимости тура.</b> <i>Основы ценообразования в туристской деятельности. Методики расчета себестоимости и стоимости туристского продукта.</i>	2
	30	Ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов.	2
	31	Системы бронирования услуг.	2
	32	<b>Правила оформления документов при взаимодействии с консульскими и государственными учреждениями и страховыми компаниями.</b> <i>Визовые, таможенные, страховые формальности. Правила страхования. Правила перевозки различными видами транспорта.</i>	2
	<b>В том числе практических занятий</b>		<b>26</b>
	33-34	№9. Анализ ресурсов выбранной дестинации	4
	35	№ 10. Определение базовых услуг по заданным показателям	2
	36	№ 11. Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов	2
	37	№12. Использование компьютерных программ бронирования туров.	2
	38	№13. <i>Обоснование требования безопасности на маршруте, с указанием требований к инструктажам, Гостам, наличию лицензированных документов.</i>	2
	39	№14. <i>Определение и характеристика географических районов, по которым пройдет тур, обоснование концепции и уникальности нового туристского продукта.</i>	2
	40	№15. <i>Подбор оптимального набора туристских услуг в составе туристского продукта в соответствии с требованиями заказчика</i>	2
	41	№16. <i>Обоснование полноты и качество целевой аудитории нового туристского продукта.</i>	2
	42	№17. <i>Разработка программ тура с указанием затрат времени, общей карты-схемы маршрута, а также карты-схемы ежедневных перемещений по маршруту</i>	2
	43	№18. <i>Расчёт стоимости вновь сформированного туристского продукта или</i>	2

		услуг.	
	44	№19. Формирование туристских продуктов с учетом фактора сезонности. Расчёт продолжительности туристских маршрутов. Обеспечение соответствия ГОСТов при формировании туристского продукта.	2
	45	№20. Применение методов и принципов ценообразования при формировании туристского продукта.	2
<b>Тема 1.3. Оформление и обработка заказов клиентов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>12/18</b>
	46	Теоретические аспекты оформления и обработки заказов	2
	47	Технология работы с клиентами и их обслуживанию. Методы изучения и анализа запросов потребителей.	2
	48	Теоретические аспекты качества обслуживания клиентов.	2
	49	Программное обеспечение для учёта и ведения заказов и клиентов.	2
	50	Организация работы с запросами туристов, требования к оформлению и учету заказов	2
	51	Порядок контроля за прохождением и выполнением заказов	2
	<b>В том числе практических занятий</b>		<b>18</b>
	52-53	№21. Мониторинг предложений туроператоров.	4
	54	№22. Анализ систем бронирований туроператоров.	2
	55	№23. Анализ деятельности принимающих компаний в России и за рубежом	2
	56	№ 24. Осуществление подбора и бронирование транспортных услуг в соответствии с требованиями заказчика	2
	57	№ 25. Осуществление подбора и бронирование средств размещения и проживания в соответствии с требованиями заказчика	2
	58	№26. Осуществление подбора и бронирование услуг в соответствии с требованиями заказчика	2
	59	№27. Отработка навыков владения техникой количественной оценки и анализа информации	2
	60	№28 Отработка навыков владения методикой хранения и поиска информации	2
	<b>Экзамен</b>		
<b>Всего:</b>		<b>120</b>	
<b>Раздел 2. Технология и организация турагентской деятельности</b>			<b>78/48</b>
<b>МДК 02.02 Предоставление турагентских услуг</b>			<b>78/48</b>
<b>Тема 2.1. Основы турагентской деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>24/18</b>
	1	Развитие и регулирование турагентской деятельности в РФ и за рубежом.	2
	2	Понятие турагентской деятельности.	2
	3	Международное регулирование туристской деятельности.	2

	4	Развитие и регулирование турагентской деятельности в России.	2
	5	Нормативно-правовая база осуществления турагентской деятельности.	2
	6	Организационно - правовые формы функционирования турагентов	2
	7	Документация турагента, ведение туристской отчетности.	2
	8	Права и обязанности туроператора, турагента и туриста	2
	9	Программное обеспечение деятельности туристских организаций	2
	10	<i>Правила и особенности оформления визовых документов</i>	2
	11	<i>Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы</i>	2
	12	<i>Особенности бронирования пакетных туров</i>	2
	<b>В том числе практических занятий</b>		<b>30/18</b>
	13-14	№1. Анализ профиля турагентов	4
	15-16	№2. Изучение технологии оформления договоров	4
	17-18	№3. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру	4
	19	№4. Разбор ситуаций предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг турагентом	2
	20-21	№5. <i>Заполнение визовых документов в соответствии с действующими нормами и правилами</i>	4
	22	№6. <i>Осуществление подбора и бронирование туристских продуктов и услуг на сайтах-агрегаторах туристских продуктов и услуг</i>	2
	23-25	№7. <i>Осуществление подбора и бронирование туристских продуктов и услуг на официальных сайтах туроператорских организаций</i>	6
	26	№8. <i>Работа со специализированными система бронирования туров туристских организаций.</i>	2
	27	№9. <i>Работа со специализированными туристскими информационными системами</i>	2
<b>Тема 2.2. Коммуникационные технологии в туризме</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>54/20</b>
	28	Практика делового общения и переписки. Этику делового общения.	2
	29	Формирование коммуникативных навыков.	2
	30	Понятие корпоративной культуры.	2
	31	Профессиональная этика работников туроператорской компании	2
	32	Работа с информационно-справочными материалами.	2
	33	Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними.	2
	34	Использование каталогов и ценовых предложений	2
	35	Решение проблем с помощью правового регулирования.	2
	36	Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме	2

	37	Виды технических средств, сбор и обработка информации, связи и коммуникации	2
	38	Правила внутреннего трудового распорядка. Правила по охране труда и пожарной безопасности.	2
	39	<i>Средства и методы вербального и невербального общения. Методические приемы показа и рассказа</i>	2
	40	<i>Техники публичных выступлений, рассказа, ответов на вопросы. Основы взаимодействия в команде, обеспечения ее сплоченности</i>	2
	41	<i>Правила публичной презентации и самопрезентации. Основы клиенто-ориентированного взаимодействия.</i>	2
	42-43	<i>Правила и нормы работы с возражениями</i>	4
	44	<i>Принципы и методы взаимодействия с поставщиками туристских продуктов и услуг</i>	2
	<b>В том числе практических занятий</b>		<b>28/10</b>
	45-47	№10. Деловая игра «Практика делового общения». Правила проведения семинаров и вебинаров.	6
	48-49	№11. Деловая игра «Основы делового общения».	4
	50	№ 12. Написать краткое эссе на тему «Приемы воздействия на клиента в турфирме».	2
	51-52	№ 13. Взаимодействие с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями	4
	53	№ 14. Отработка навыков владения культурой межличностного общения	2
	54	№ 15. Отработка навыков владения техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры	2
	55	<i>№ 16. Использование современных информационно-коммуникационных технологий при подготовке документов</i>	2
	56	<i>№17. Проведение маркетинга существующих предложений от действующих туроператоров</i>	2
	57	<i>№18. Представление туристского продукта. Оформление и обработка возражений и претензий к качеству туристского продукта или туристской услуги</i>	2
	58	<i>№19. Отработка навыков оперирования актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт</i>	2
<b>Тема 2.3 Выполнение курсовой работы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>20/10</b>
	59	Основные требования к выполнению курсовых работ.	2
	60	Общие положения по оформлению курсовой работы.	2
	61	Выбор темы и работа над формулировкой.	2
	62	Выбор темы и работа над формулировкой.	2

	63	Составление плана собственной курсовой работы.	2	
	64	Структура написания курсовой работы	2	
	65	Структура написания курсовой работы	2	
	66	Структура выступления на защите курсовой работы.	2	
	67	Защита курсовых работ	2	
	68	Защита курсовых работ	2	
	Экзамен			
	Всего:		<b>136</b>	
<b>Раздел 3. Координация работы по реализации заказов</b>			<b>80/84</b>	
<b>МДК 02.03 Координация качества выполнения туроператорских и турагентских услуг</b>			<b>80/84</b>	
<b>Тема 3.1. Организация контроля качества обслуживания на предприятии</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>52/54</b>	
	1-2	Организация контроля качества обслуживания. <i>Приемы контроля качества предоставляемых туристу услуг.</i>	4	
	3-4	Понятие и сущность сервиса	4	
	5-6	Модель качества услуги на предприятиях в сфере туризма	4	
	7-8	Качество обслуживания и услуг на предприятиях в сфере туризма	4	
	9-10	Сущность и необходимость организации контроля качества продукции и услуг	4	
	11	Организация контроля качества	2	
	12	<i>Контроль качества продукции на стадиях ее жизненного цикла</i>	2	
	13	<i>Нормативные документы по контролю качества продукции</i>	2	
	14	<i>Порядок проведения контроля качества</i>	2	
	15	<i>Менеджмент качества</i>	2	
	16	<i>Система контроля качества</i>	2	
	17	<i>Стадии и объекты системы контроля качества</i>	2	
	18	<i>Классификация видов контроля</i>	2	
	19	<i>Критерии и принципы организации контроля качества</i>	2	
	20	<i>Этапы проведения контроля качества продукции</i>	2	
	21	<i>Контроль за выполнением требований безопасности туристских услуг</i>	2	
	22	<i>Порядок контроля реализации заказов на экскурсии</i>	2	
	23	<i>Требования к оформлению и учету заказов на экскурсии</i>	2	
	24	<i>Правила обслуживания на пешеходном, транспортном и комбинированном маршрутах экскурсий</i>	2	
	25	<i>Правила поведения туристов (экскурсантов) в процессе транспортного обслуживания</i>	2	
	26	<i>Правила сопровождения туристов (экскурсантов) в процессе проведения экскурсий</i>	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>			<b>54/54</b>

	27-29	№ 1.Разработка контроля качества обслуживания на предприятии	6
	30-32	№ 2.Определение проблем контроля качества услуг	6
	33-35	№ 3.Составление комплексной системы менеджмента качества	6
	36-37	№4.Координация работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа	4
	38-39	№5. Осуществлять контроль за своевременным выполнением заказа	4
	40-41	№6.Контроль качества предоставляемых туристу услуг размещения и питания	4
	42-43	№7.Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	4
	44-45	№8.Контроль реализации заказов на экскурсионные услуги	4
	46-47	№ 9.Контроль за передвижением туристов (экскурсантов) по маршруту экскурсии, соблюдением расписания экскурсии	4
	48-49	№10.Разработка модели качества услуги в экскурсионном бюро	4
	50-51	№11.Определение показателей качества обслуживания при предоставлении туроператорских услуг	4
	52-53	№12.Определение показателей качества обслуживания при предоставлении турагентских услуг	4
<b>Тема 3.2. Оценка качества обслуживания на предприятии</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>28/30</b>
	54-55	Теоретические аспекты оценки качества обслуживания на предприятии туризма	4
	56-57	Основные методы оценки качества обслуживания	4
	58-59	Особенности обеспечения качества услуг	4
	60-61	Система оценки качества обслуживания	4
	62	Формы и методы оценки качества услуг	2
	63	Модель обеспечения качества туристских услуг	2
	64	Критерии качества услуги	2
	65	Модель расхождения качества услуги	2
	66	Достижение качества услуги	2
	<b>В том числе практических занятий</b>		<b>22/30</b>
	67-69	№13. Проведение оценки эффективности предприятия	6
	70-72	№14. Составление характеристики предприятия	6
	73-75	№ 15.Определение показателей качества обслуживания	6
	76-77	№16.Проведение оценки эффективности предоставляемых турагентских услуг	4
78	Дифференцированный зачет	2	
Всего:		<b>156</b>	
<b>Раздел 4. Технология продаж и продвижения турпродукта</b>			<b>36/30</b>
<b>МДК 02.04 Продажи туристского продукта</b>			<b>36/30</b>



<b>Тема 4.1. Туристский рынок и его общая характеристика</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		6/10
	1	<b>Основные понятия и определения. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж. Структурная модель туристского продукта.</b>	2
	2	<b>Особенности функционирования туристского рынка. Современный туристский рынок и перспективы его развития. Сегментация туристского рынка. Выбор целевого рынка туристских услуг. Позиционирование туристского продукта.</b>	2
	3	<b>Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятия клиентом решения о покупке. Типы покупателей.</b>	2
	<b>В том числе практических занятий</b>		10
	4	<i>№ 1. Поиск потребительской пользы продукта</i>	2
	5-6	<i>№ 2. Деловая игра. Диалог с покупателем</i>	4
	7	<i>№3.Разработка тура и проведение позиционирования турпродукта</i>	2
	8	<i>№4. Определение конкурентных преимуществ турпродукта и турфирмы</i>	2
<b>Тема 4.2. Основные формы продаж туристских продуктов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		14/8
	9	<b>Правила продажи туристского продукта потребителю. Каналы распределения туристского продукта.</b>	2
	10	<b>Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. Электронная коммерция в туризме. Выставочная деятельность туристской фирмы.</b>	2
	11	<b>Цели презентации. Взаимодействие продавца и покупателя на этом этапе. Правила и рекомендации проведения презентации. Переговоры о цене турпродукта.</b>	2
	12	<b>Подготовительный этап. Управление контактом с клиентом. Технология управления контактом. Приемы воздействия на клиента. Исследование потребностей клиентов.</b>	2
	13	<b>Порядок прохождения заявки клиента и оформления договорных отношений между турфирмой и клиентом. Договор на туристское обслуживание</b>	2
	14	<b>Правила аннуляций и изменений туров. Отказ от забронированных туристских услуг. Аннуляция, её виды. Сроки аннуляции и штрафные санкции. Размер аннуляционного штрафа.</b>	2
	15	<b>Оформление турпакета. Турдокументы. Туристская путевка. Туристский ваучер. Программа путешествия. Страховой полис. Транспортные документы (билеты). Памятка. Оформление документов на транспорт. Международные перевозки в выездном туризме. Международные полеты, их виды. Сервис, предлагаемый авиакомпаниями. Договоры турфирм с авиакомпаниями. Квота мест. Виды квот. Агентское соглашение. Чартерные рейсы: обязанности заказчика, перевозчика.</b>	2
	<b>В том числе практических занятий</b>		8

	16	<i>№5. Исполнение, изменение, прекращение договора о реализации туристского продукта</i>	2
	17	<i>№6. Составление программы продвижения существующего на рынке турпродукта или «линейки» туристских продуктов. Разработать план-график мероприятий по продвижению туристского продукта с использованием инструментов продвижения с указанием этапов реализации и бюджета.</i>	2
	18-19	<i>№7. Дать характеристику и обосновывать основные преимущества компании-разработчика турпродукта и самого турпродукта. Выявить его прямых и косвенных конкурентов с указанием на турпродукт, определить и обосновать важность и полноту целевой аудитории и ядра целевой аудитории, указать на основные способы продвижения турпродукта и стратегии позиционирования турпродукта.</i>	4
<b>Тема 4.3. Управление возражениями клиента</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		4/6
	20	<i>Работа с возражениями и сомнениями клиента туристической компании. Диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. Способы и методы обработки возражений. Стимулирование клиента на покупку.</i>	2
	21	<i>Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. Работа с жалобами и претензиями.</i>	2
	<b>В том числе практических занятий</b>		6
	22	<i>№8. Оценка рынков сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов</i>	2
	23-24	<i>№9. Обработка возражений клиента на предложенный вариант пакетного тура.</i>	4
<b>Тема 4.4. Ценовая политика туристской фирмы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		12/6
	25	<i>Цена в комплексе маркетинга туристской фирмы. Основные этапы ценообразования туристского продукта. Факторы, цели, методы, стратегия и тактика ценообразования в сфере туризма. Особенности использования SEO при продвижении туристских продуктов</i>	2
	26	<i>Сущность маркетинговых коммуникаций туристской фирмы. Разработка коммуникационной стратегии. Имидж туристского предприятия. Маркетинговые исследования рынка туристских услуг</i>	2
	27	<i>Стратегическое маркетинговое планирование деятельности туристской фирмы. Текущее планирование маркетинговой деятельности.</i>	2
	28	<i>Основы рекламы. Рекламная кампания</i>	2
	29	<i>SMM инструменты продвижения туристских продуктов. Основы медиапланирования</i>	2
	<b>В том числе практических занятий</b>		6
	30	<i>№10. Разработка рекламного буклета тура, который должна включать</i>	2

		<i>необходимую, полную и достоверную информацию о туристском продукте. Буклет разрабатывается в формате Лифлет ЕВРО в 2 сложения, (в развороте А4) двухсторонний.</i>	
	31	<i>№11.Определение ключевых целей рекламной кампании. Расчёт бюджета продвижения туристского продукта и услуг</i>	2
	32	<i>№12.Определение носителя для размещения рекламы, разработка рекламного обращения. Составление полнофункциональных брифов с целью дальнейшего сотрудничества с рекламными кампаниями</i>	2
	33	<i>Дифференцированный зачет</i>	2
	<i>Всего:</i>		<b>66</b>
<b>Учебная практика</b>			
<b>Виды работ</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ознакомление с должностными обязанностями персонала туроператорской/турагентской компании.</li> <li>- Изучение перечня основных и дополнительных услуг.</li> <li>- Изучение особенностей по разработке программы тура и расчёта его стоимости.</li> <li>- Изучение правила по технике безопасности.</li> <li>- Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства</li> <li>- Проектирование туров с учетом запросов потребителей.</li> <li>- Формирование технологической карты тура.</li> <li>- Демонстрация навыков использования информационных технологий туроператором/турагентом в своей работе.</li> <li>- Разработка программы обслуживания туристов.</li> <li>- Организация обслуживания туристов в программном туризме.</li> <li>- Рассчитать тур по заданным позициям</li> </ul>			108
<b>Производственная практика</b>			
<b>Виды работ</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг</li> <li>- Формирование туристского продукта</li> </ul>			72
<b>Консультации (в т.ч. Самостоятельная внеаудиторная работа)</b>			24
<b>Промежуточная аттестация</b>			18
<b>Всего</b>			<b>700</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинеты «Основ маркетинга»; «Организации деятельности сотрудников службы продаж», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

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

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

##### **3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

1. Абуладзе, Д. Г. Документационное обеспечение управления персоналом : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. Г. Абуладзе, И. Б. Выпряхкина, В. М. Маслова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 370 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-15076-6. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/487121>
2. Грозова, О. С. Делопроизводство: учебное пособие для среднего профессионального образования / О. С. Грозова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 126 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-08211-1. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/472842>
3. Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 194 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-12617-4. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476733>
4. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 472 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13683-8. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/477186>
5. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 472 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13683-8. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/477186>
6. Захожий, А. В. Туристическая деятельность. Примеры по бухгалтерскому учету и налогообложению: учебно-методическое пособие для СПО / А. В. Захожий. – Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. – 106 с. – ISBN 978-5-4488-0974-3, 978-5-4497-0825-0. – Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой

образовательной среды СПО PROФобразование: [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/103263>

7. Золотовский, В. А. Правовое регулирование туристской деятельности: учебник для среднего профессионального образования / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 247 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-9916-9854-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/472244>

8. Казакевич, Т. А. Документационное обеспечение управления : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Казакевич, А. И. Ткалич. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 177 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-06291-5. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/471615>

9. Каменец, А. В. Организация социально-культурной деятельности. Молодежный туризм : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общей редакцией А. В. Каменца. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 192 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-08821-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/471480>

10. Косолапов, А.Б., Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебное пособие / А.Б. Косолапов. — Москва КноРус, 2022. — 293 с. — ISBN 978-5-406-10047-9. —Текст: электронный // ЭБС Book.ru [сайт]. – URL:<https://book.ru/book/944609>

11. Кузнецов, И. Н. Документационное обеспечение управления. Документооборот и делопроизводство : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Н. Кузнецов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 462 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-04604-5. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/470020>

12. Лебедева, Т. Н. Информатика. Информационные технологии : учебно-методическое пособие для СПО / Т. Н. Лебедева, Л. С. Носова, П. В. Волков. – Саратов : Профобразование, 2019. – 128 с. – ISBN 978-5-4488-0339-0. – Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/86070>

13. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 370 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-06970-9. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/474521>

14. Мотышина, М. С. Менеджмент туризма: учебник для среднего профессионального образования / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 282 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10777-7. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475111>

15. Прокопьева, Ю. В. Бухгалтерский учет и анализ: учебное пособие для СПО / Ю. В. Прокопьева. – Саратов: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. – 268 с. – ISBN 978-5-4488-0336-9, 978-5-4497-0404-7. – Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой

образовательной среды СПО PROФобразование: [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/90197>

16. Родыгина, Н. Ю. Этика деловых отношений: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. Ю. Родыгина. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 431 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-11048-7. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/477850>

17. Скибицкая, И. Ю. Деловое общение: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 247 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-09063-5. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/474137>

18. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 366 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10542-1. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475813>

19. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 366 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10542-1. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475813>

20. Собольников, В. В. Этика и психология делового общения: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. В. Собольников, Н. А. Костенко ; под редакцией В. В. Собольникова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 202 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-06957-0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/474165>

21. Солодилова, И. А. Лексикология немецкого языка : учебное пособие для СПО / И. А. Солодилова. – Саратов : Профобразование, 2020. – 133 с. – ISBN 978-5-4488-0636-0. – Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/91883>

22. Солодилова, И. А. Лексикология немецкого языка : учебное пособие для СПО / И. А. Солодилова. – Саратов : Профобразование, 2020. – 133 с. – ISBN 978-5-4488-0636-0. – Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/91883>

23. Стренадюк, Г. С. Reise mit Vergnügen: учебное пособие для СПО / Г. С. Стренадюк, Н. Н. Ломакина, Ю. В. Погадаева. – Саратов : Профобразование, 2020. – 116 с. – ISBN 978-5-4488-0685-8. – Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/91843>

24. Технологии защиты информации в компьютерных сетях : учебное пособие для СПО / Н. А. Руденков, А. В. Пролетарский, Е. В. Смирнова, А. М. Суоров. – Саратов: Профобразование, 2021. – 368 с. – ISBN 978-5-4488-1014-5. – Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/102207>

25. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 342 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-9916-4561-4. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/426329>

26. Чернышова, Л. И. Психология общения: этика, культура и этикет делового общения :

учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Чернышова. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 161 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10547-6. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475816>

27. Шувалова, Н. Н. Основы делопроизводства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. Н. Шувалова, А. Ю. Иванова ; под общей редакцией Н. Н. Шуваловой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 428 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-11014-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/469548>

28. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 375 с. — (Среднее профессиональное образование).

29. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 214 с. — (Среднее профессиональное образование).

30. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 375 с. — (Среднее профессиональное образование).

31. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма : учеб. пособие / А.Ю. Баранова. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 180 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

Н.Л.Любавина и др. Технология и организация турагентской деятельности. Учебник для студентов СПО.-М., ИЦ «Академия», 2019

32. Баранов, А. С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма : учебник / А.С. Баранов, И.А. Бисько ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 383 с. — (Среднее профессиональное образование).

33. Технология и организация сопровождения туристов. Обеспечение безопасности. Учеб. пособие для СПО.-М.: Издательство Юрайт, 2020

34. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 375 с. — (Среднее профессиональное образование).

35. Баранов, А. С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма : учебник / А.С. Баранов, И.А. Бисько ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 383 с. — (Среднее профессиональное образование).

36. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 375 с. — (Среднее профессиональное образование).

37. Н.Л.Любавина и др. Технология и организация туроператорской деятельности. Учебник для студентов СПО.-М., ИЦ «Академия», 2019

38. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова; под ред. Е. И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 214 с. — (Среднее профессиональное образование).

### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;

2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей»;

3. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р (ред. от 23.11.2020) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».

4. Иванилова, С. В. Экономика организации: учебное пособие для СПО / С. В. Иванилова. – 2-е изд. – Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 152 с. – ISBN 978-5-4486-0358-7, 978-5-4488-0204-1. – Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/77010>

5. Кольчугина Т.А. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебно-методическое пособие / Кольчугина Т.А. — Пятигорск: Пятигорский государственный лингвистический университет, 2016. — 52 с. — ISBN 978-5-406-05471-0. —Текст: электронный // ЭБС Book.ru [сайт]. – URL: <https://book.ru/book/919893>

6. Электронно библиотечная система Znanium.com - <http://znanium.com>.

7. Правовая система «Консультант плюс» - <http://www.consultant.ru>

8. Информационно-правовой портал «Гарант» - <http://base.garant.ru>



#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля <sup>1</sup>	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов	<p>Осуществление приема заказов от туристов</p> <p>Консультирование туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа)</p> <p>Знать организацию работы с запросами туристов</p> <p>Знать Ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов</p>	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа	<p>Координация работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа</p> <p>Взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями</p>	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<p>Выполнение работ в соответствии с установленными нормативно-правовыми актами</p> <p>Выполнение задач по оформлению и обработке заказов</p>	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<p>Владеть техникой количественной оценки и анализа информации</p> <p>Владеть методикой хранения и поиска информации</p>	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике

<sup>1</sup> В ходе оценивания могут быть учтены личностные результаты.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Владеть основами организации деятельности служб предприятий туризма и основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных Знать требования к оформлению и учету заказов. Знать программное обеспечение деятельности туристских организаций по учёту заказов и клиентов.	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Взаимодействовать с туроператорами, турагентами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Владеть культурой межличностного общения Знать этику делового общения	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Знать нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике

Оценка знаний, умений и навыков по результатам текущего контроля производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	Отлично
80 ÷ 89	4	Хорошо
70 ÷ 79	3	Удовлетворительно
менее 70	2	Не удовлетворительно

