

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 03 Предоставление туроператорских услуг
Наименование специальности
43.02.10 Туризм

2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Паспорт программы профессионального модуля	3
2.	Результаты освоения профессионального модуля	8
3.	Структура и содержание профессионального модуля	9
4.	Условия реализации программы профессионального модуля	21
5.	Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)	24

**Паспорт программы профессионального модуля
ПМ.03. Предоставление туроператорских услуг
1.1 Область применения программы**

Программа профессионального модуля (далее – программа) разработана на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 «Туризм», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ и является частью основной профессиональной образовательной программы 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.

В рабочей программе учтены рекомендации WSR WSI по компетенции «Туризм».

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании с целью повышения квалификации и переподготовки и при освоении должности работников в области туризма и гостиничного обслуживания при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

Программа профессионального модуля, а также методические материалы, обеспечивающие ее реализацию, подлежат ежегодному обновлению с учетом запросов работодателей и особенностей развития региона.

1.2 Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения 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 турпоездок, 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.

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.

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

уметь:

- *оформлять коммерческое предложение на поездку в соответствии с заявкой клиента;*
- *проводить анализ предоставления дополнительных услуг;*
- *проводить анализ составление проекта тура и программы обслуживания;*
- *демонстрировать навыки по заполнению договора о реализации турпродукта;*
- *предоставлять информацию об условиях договора, заключенного между ТО и ТА, реализующего туристский продукт;*
- *предоставлять туристу необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте;*
- *давать рекомендации по соблюдению правил безопасности в стране (месте) пребывания;*
- *консультировать туристов об условиях посещения туристских объектов;*

– консультировать туристов о визовом обеспечении, правилах прохождения паспортного контроля;

– консультировать туристов о правилах прохождения таможенного контроля;

– проводить анализ сбора документов на визу;

– проводить анализ внешней и внутренней среды предприятия;

– проводить SWOT-анализ туристской организации;

– проводить STEP-анализ туристской организации;

– определять и анализировать потребности заказчика;

– составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;

– разрабатывать материалы для проведения маркетинговых исследований;

– выбирать оптимальный туристский продукт;

– определять целевой сегмент потребителей туристских услуг;

– разрабатывать стратегию ценообразования на туристский продукт;

– анализировать маркетинговых стратегий турфирм;

– разрабатывать практические рекомендации по формированию спроса;

– разрабатывать программы продвижения турпродукта;

– разрабатывать рекламную кампанию;

– проводить анализ и оценку эффективности рекламной деятельности турфирмы.

знать:

– памятку туриста;

– порядок оформления программы обслуживания тура в соответствии с заданными параметрами;

– ассортимент, классификацию, характеристику предлагаемых туристских продуктов;

– схема работы с гостиницами, компаниями-перевозчиками и иными организациями;

– правила обслуживания клиентов;

– стандарты работы с туристами;

– законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере туризма.

– современные маркетинговые технологии;

– окружающую среду маркетинга;

– поведение потребителей в индустрии туризма: мотивация и ожидания;

– содержание, направления и методы маркетинговых исследований в туризме;

– информационное обеспечение маркетинга в туризме;

– маркетинговые исследования турпродукта;

– методы изучения и анализа запросов потребителя;

- особенности формирования маркетинговой стратегии;
- методику определения целевого рынка;
- маркетинговые интернет-технологии;
- технологию выставочной деятельности предприятия;
- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю;
- методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС): виды, назначение;
- методы стимулирования продаж используемые в турфирме.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальная учебная нагрузка обучающегося – 447 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 322 часов,
 из них:

- практических работ- 130 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 125 часа;
- учебная практика – 36 часов;
- производственная практика – 36 часов.

2. Результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: 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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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.

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, часов		Учебная, часов	Производственная**, часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ОК 1-9 ПК 3.1-3.4.	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	240	160	70		80				
ОК 1-9 ПК 3.1-3.4.	МДК. 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	135	90	60		45				
	Учебная практика, часов	36						36		
	Производственная практика, часов	36								36
	Всего:	447	250	130		125	-	36		36

Содержание обучения профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг				
МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности				
Раздел 1. Формирование туристского продукта				
Тема 1. 1. Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту	Содержание учебного материала:		6	
	1.	Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению	2	1-2
	2.	Методика работы со справочными и информационными материалами по местам и видам размещения и питания	2	
	3.	Методика работы со справочными и информационными материалами экскурсионными объектами и транспортом.	2	
	Практические занятия		4	
	4.	№1. Работа со справочными и информационными материалами.	2	2
	5.	№2. Анализ работы с информационными и справочными материалами по местам и видам размещения и питания	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		6	3
	Темы для обучающихся			
	№1. Статистика туристских доходов и расходов.		2	
	№2. Статистика туристских потоков		2	
№3. Договорный план.		2		
Тема 1. 2. Основные правила и методика составления программы туров	Содержание учебного материала:		4	
	6.	Основные правила и методика составления программы туров	2	1
	7.	<i>Памятка туриста</i>	2	
	Практические занятия		4	
	8.	№3. Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	2	2
	9.	№4. Оформление коммерческого предложения на поездку в соответствие с заявкой клиента	2	

	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		6	3	
	Темы для обучающихся	Виды работ			
	№4. Туристский продукт	Доклад	2		
	№5 Факторы производства туристского продукта	Доклад	2		
	№6 Поставщики услуг.	Сообщение	2		
Тема 1.3. Методика расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	Содержание учебного материала:		4		
	10.	Методика расчета стоимости проживания и питания	2	1	
	11.	Методика расчета стоимости транспортного и экскурсионного обслуживания	2		
	Практические занятия		4		
	12.	№5. Предоставить сопутствующих услуг в туристической поездке	2	2	
	13.	№6 Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	2		
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		6	3	
	Темы для обучающихся		Виды работ		
№7. «Особенности туристского предложения по секторам туристской индустрии»		Реферат	2		
№8. Сущность туристского предложения		Реферат	2		
№9. Программа обслуживания		Доклад	4		
Тема 1.4. Методика расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта	Содержание учебного материала:		8		
	14	<i>Оформления программы обслуживания тура в соответствии с заданными параметрами</i>	4	1	
	15				
	16	Методика расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта	4		
	17				
	Практические занятия		6		
	18	№7. Расчет себестоимости турпакета и определить цену турпродукта	2	2	
	19	№8. Работа с запросами клиентов, в том числе и иностранных	2		
	20	№9. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта	2		
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		6	3	
	Темы для обучающихся		Виды работ		
	№10 . Особенности туристского предложения по секторам туристской индустрии.		Доклад		2
№11. Равновесие на рынке туризма		Доклад	2		

	№12. Пакет услуг	Сообщение	2		
Тема 1.5. Планирование программы турпоездок	Содержание учебного материала:		12		
	21	Планирование программы турпоездок	4	1	
	22				
	23	<i>Туристский продукт и пакет услуг</i>	4		
	24				
	25	<i>Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы</i>	4		
	26				
	Практические занятия		8		
	27	№10. Составление турпакетов с использованием иностранного языка	2	2	
	28	№11. Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета	2		
	29	№12. Анализ предоставления дополнительных услуг	2		
	30	№13. Анализ составление проекта тура и программы обслуживания	2		
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		6		
	Темы для обучающихся		Виды работ		3
	№13. Понятие и виды деятельности туроператора и турагента		Сообщение	2	
№14. Создание туристского продукта		Сообщение	2		
№15. Классы обслуживания		Сообщение	2		
Раздел 2. Технология реализации и продвижения туристского продукта через турагентства					
Тема 2.1. Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров	Содержание учебного материала:		8	1	
	31	Агентская сеть	2		
	32	Методика создания агентской сети	2		
	33	Содержание агентских договоров	4		
	34				
	Практические занятия		4		
	35	№ 14 Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз. Ведение документооборота с использованием информационных технологий	2	2-3	
	36	№ 15 Специфика выдачи национальных виз некоторыми европейскими странами Работа с агентскими договорами	2		
	37	№16 Предоставление туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран. Демонстрация навыков по заполнению договора о реализации турпродукта	2		
	38	№17 Особенности заполнения пакета необходимых документов на основании	2		

		консультации туроператора по оформлению виз. Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран			
Тема 2.2. Консультирование и информирование заказчиков о туристском продукте	Содержание учебного материала:		6		
	39	Ассортимент, классификация, характеристика предлагаемых туристских продуктов	2	1	
	40	Схема работы с гостиницами, компаниями-перевозчиками и иными организациями	2		
	41	Правила обслуживания клиентов	2		
	Практические занятия		12		
	42	№18 Предоставление информации об условиях договора, заключенного между ТО и ТА, реализующего туристский продукт.	2	2-3	
	43	№19 Предоставление туристу необходимой, достоверной и полной информации о туристском продукте	2		
	44	№20 Рекомендации по соблюдению правил безопасности в стране (месте) пребывания.	2		
	45	№21 Консультации туристов об условиях посещения туристских объектов.	2		
	46	№22 Консультации туристов о визовом обеспечении, правилах прохождения паспортного контроля.	2		
	47	№23 Консультации туристов о правилах прохождения таможенного контроля.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		6	3	
	№16.	Подбор партнеров по сбыту	Сообщение		2
	№17.	Агентское соглашение	Сообщение		2
	№18.	Реклама туристского продукта.	Сообщение	2	
Тема 2.3. Правила расчетов с турагентами и способы их поощрения	Содержание учебного материала:		6		
	48	Правила расчета с турагентами	2	1	
	49	Методы поощрения турагентов, комиссионное вознаграждение	2		
	50	Специфика комиссионных вознаграждений	2		
	Практические занятия		6		
	51	№24 Использование различных методов поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение	2	2	
	52	№ 25 Взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта	2		
53	№ 26 Работа с российскими и иностранными клиентами и агентами по	2			

	<i>продвижению турпродукта на рынке туристских услуг</i>				
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		6		
	Темы для обучающихся	Виды работ		3	
	№19. Продвижение туристского продукта на выставке	Доклад	2		
	№20. Стимулирование продажи и пропаганды туристского продукта.	Реферат	2		
	№21. Общегражданские и специальные заграничные паспорта	Сообщение	2		
Тема 2.4. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями	Содержание учебного материала:		6		
	54	Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями	2	1	
	55	Правила оформления документов при работе с государственными организациями	2		
	56	Требования к оформлению документов при работе со страховыми компаниями	2		
	Практические занятия		6		
	57	№27 Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранных граждан	2	2-3	
	58	№28 Оформление страховых полисов	2		
	59	№29 Анализ сбора документов на визу	2		
	Тема 2.5. Правила бронирования туров	Содержание учебного материала:		12	
60		Правила бронирования туров.	4	1	
61					
62		<i>Бронирование и продажа проездных билетов, бронирование мест в гостиницах.</i>	4		
63					
64		<i>Правила оформления туристской документации.</i>	4		
65					
Практические занятия		4			
66		№30 Работа с заявками на бронирование туров	2	2	
67		№31 Информирование туристов о правилах оформления заказов и бронирования, категориях гостиниц и уровне обслуживания в них.	2		
Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		8			
Темы для обучающихся		Виды работ		3	
№22. Виза по приглашению.		Доклад	2		
№23. Визовые ограничения.		Реферат	2		
№24. Сервисное страхование		Доклад	2		
№25. Правила въезда в Российскую Федерацию и выезда из Российской Федерации.		Доклад	2		

Тема 2.6. Способы устранения проблем, возникающих во время тура	Содержание учебного материала:		6	1	
	68	Способы решения проблем возникающих во время тура	2		
	69	<i>Стандарты работы с туристами.</i>	2		
	70	<i>Законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере туризма</i>	2		
	Практические занятия		2		
	71	№32 Анализирование и решение проблем, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		8	3	
	Темы для обучающихся		Виды работ		
	№26.	Страхование в туризме	Доклад		2
	№27.	Страны, не рекомендуемые для посещения туристам ввиду высокой опасности заражения инфекционными заболеваниями»	Реферат		2
	№28.	Формирование сбытовой сети.	Сообщение		2
	№29.	Национальный туризм. Активный и пассивный туризм. Плановый туризм».	Реферат		2
Тема 2.7. Методика организации рекламных туров.	Содержание учебного материала:		6	1	
	72	Методика организации рекламных туров.	2		
	73	<i>Организация транспортного и экскурсионного обслуживания в рекламных турах.</i>	2		
	74	<i>Выбор гостиниц к показу турагентам</i>	2		
	Практические занятия		4		
	75	№33 Предоставление информации турагентам по рекламным турам	2		
	76	№34 Составление анкеты по объектам показа в рекламном туре.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		10		3
	Темы для обучающихся		Виды работ		
	№ 30.	Туристские возможности родного края	Реферат		
№31.	Условия развития туризма	Сообщение	2		
№32.	Виды и формы туризма. Внутренний и международный туризм	Сообщение	2		
№33,34	Туристские возможности родного края	Реферат	4		
Тема 2.8. Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами	Содержание учебного материала:		6	1	
	77	Техники эффективного делового общения, протокол, этикет. Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами	2		
	78	<i>Основные аспекты работы в туристской деятельности, которые регулируются</i>	2		

	<i>этикетом. Теория межличностного общения</i>			
	Практические занятия	2		
79	№35 Использование эффективных методов общения с клиентами на русском и иностранном языках	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий	12		
	Темы для обучающихся	Виды работ		
№35,36	Основные риски для жизни и здоровья человека в туристско-экскурсионном обслуживании	Доклад	4	
№37,38	Роль аниматоров в организации и реализации анимационных программ	Сообщение	4	
№39,40	Организация зрелищно-игровых и конкурсных анимационных программ	Реферат	4	
80	Дифференцированный зачет		2	
	Всего	240		
ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг				
МДК. 03.02. Маркетинговые технологии в туризме				
Тема 1. Современные маркетинговые технологии	Содержание учебного материала:		2	
	1. <i>Современные маркетинговые технологии. Окружающая среда маркетинга. Поведение потребителей в индустрии туризма: мотивация и ожидания</i>		2	
	Практические занятия		6	
	2. <i>№1. Анализ внешней и внутренней среды предприятия</i>		2	
	3. <i>№1. Анализ внешней и внутренней среды предприятия</i>		2	
	4. <i>№2. Позиционирование продукции на конкурентном рынке</i>		2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		6	
	Темы для обучающихся	Виды работ		
	№1. Провести анализ внешней среды туристических агентств по выбору и составить таблицу параметров	отчет	2	3
	№2. Анализ факторов, влияющих на развитие индустрии туризма	отчет	2	
№3. «Современное состояние туристского бизнеса в Краснодарском крае»	сообщение	2		
Тема 2. Технология маркетинговых	Содержание учебного материала:		6	
	5. Основы маркетинга и методика проведения маркетинговых исследований		2	

исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта		Методы работы с базами данных. Способы обработки статистических данных		
	6	<i>Содержание, направления и методы маркетинговых исследований в туризме. Информационное обеспечение маркетинга в туризме.</i>	2	
	7	<i>Маркетинговые исследования рынка туризма. Методы изучения и анализа запросов потребителя. Маркетинговые исследования турпродукта.</i>	2	
	Практические занятия		18	2
	8	<i>№3 Проведение STEP-анализа туристской организации</i>	2	
	9	<i>№4. Проведение SWOT-анализа туристской организации</i>	2	
	10	<i>№5. Осуществление маркетинговых исследований, использование их результатов при создании туристского продукта и для переговоров с турагенствами.</i>	2	
	11	<i>№6.Проведение анализа деятельности других туркомпаний. Методики обработки информации и анализа результатов исследований</i>	2	
	12	<i>№7. Определение и анализ потребностей заказчика</i>	2	
	13	<i>№8. Отработка умений составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров</i>	2	
	14	<i>№9. Выбор оптимального туристского продукта</i>	2	
	15	<i>№10. Разработка материалов для проведения маркетинговых исследований</i>	2	
	16	<i>№11. Методики обработки информации и анализа результатов исследований</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий		12	
	Темы для обучающихся		Виды работ	
	№4	Способы обработки статистических данных	сообщение	2
№5	Методы работы с базами данных	сообщение	2	
№6	Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту	сообщение	2	
№7	«Система социологических исследований в туристском бизнесе»	отчёт	2	
№8	Решение ситуационных задач	отчет	2	
№9	Ознакомление со структурой службы маркетинга в турфирме.	отчет	2	
Тема 3. Использование маркетинговых технологий при формировании	Содержание учебного материала:		2	1
	17	<i>Формирование маркетинговой стратегии. Определение целевого рынка. Технология выставочной деятельности предприятия. Маркетинговые интернет-технологии.</i>	2	
	Практические занятия		10	2

турпродукта	18	№12. <i>Определение целевого сегмента потребителей туристских услуг</i>	2		
	19	№13. <i>Разработка стратегии ценообразования на туристский продукт</i>	2		
	20	№14. <i>Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта</i>	2		
	21	№15. <i>Анализ маркетинговых стратегий турфирм.</i>	2		
	22	№16. <i>Разработка программы маркетинга виртуальной турфирмы</i>	2		
	Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий			12	
	Темы для обучающихся		Виды работ		
	№10.	«Методы формирования туристского продукта (на конкретном примере)»	сообщение	2	
	№11	«Выявление факторов продуктовой политики туристского предприятия»	отчёт	2	3
	№12	Ценовые стратегии в туристском бизнесе	отчёт	2	
	№13	Методы ценообразования в маркетинге: сравнительный анализ.	отчёт	2	
	№14	Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке	отчёт	2	
	№15	«Организация маркетинговых исследований в России»	отчёт	2	
	Тема 4. <i>Формирование сбытовой политики турфирмы</i>	Содержание учебного материала:		6	
		23	<i>Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС): виды, назначение. Методы стимулирования продаж используемые в турфирме</i>	2	1
24		<i>Требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю</i>	2		
25		Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта	2		
Практические занятия		6			
26		№ 17. <i>Разработка практических рекомендаций по формированию спроса.</i>	2	2	
27		№ 17. <i>Разработка практических рекомендаций по формированию спроса.</i>	2		
28		№ 18. <i>Решение ситуационных задач на определение оптимальных методов ФОССТИС</i>	2		
Самостоятельная работа обучающихся. Примерная тематика домашних заданий			15		
Темы для обучающихся		Виды работ			
№16	Стимулирование сбыта и его основные задачи.	сообщение	2	3	
№17	Каналы сбыта и их организация	сообщение	2		

	№18 Разработка сбытовой стратегии виртуальной турфирмы	сообщение	2	
	№19 Разработка сбытовой стратегии виртуальной турфирмы	отчет	2	
	№20, 21 Построение конкурентной карты туристского рынка	отчет	4	
	№22,23 Критерии оценки выбора наиболее оптимального построения каналов сбыта: экономический критерий; критерий контроля; критерий адаптивности.	отчет	3	
Тема 5. Взаимодействие с субъектами рынка по реализации и продвижению туристского продукта	Содержание учебного материала:		12	
	29-30	Техника проведения рекламной кампании. Виды рекламного продукта	4	1
	31-32	Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках	4	2
	33-34	Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов	4	
	Практические занятия		20	
	35	№19. Разработка программы продвижения турпродукта	2	
	36	№ 20. Разработка рекламной компании	2	
	37	№ 20. Разработка рекламной компании	2	
	38	№ 21. Формирование содержания рекламных продуктов	2	
	39	№22. Разработка фирменного стиля организации в туристической индустрии	2	
	40	№23. Методика организации рекламных туров	2	
	41	№24. Разработка показателей эффективности маркетинга туристской организации	2	
	42	№25. Анализ и оценка эффективности рекламной деятельности турфирмы:	2	
	43	№ 26. Технология работы на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации.	2	
	44	№ 27. Консультирование партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта. Использование каталогов и ценовых приложений.	2	
		45 Дифференцированный зачет		2
		Всего	135	
Учебная практика			36	
Виды работ:	- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;			

<ul style="list-style-type: none"> - планирования программ турпоездок, 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 <p>Производственная практика (по профилю специальности)</p> <p>Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; - планирования программ турпоездок, 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 	<p>36</p>	
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------	--

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 предполагает наличие учебных кабинетов: «Организация туроператорской и турагентской деятельности», лаборатории «Служба продажи и маркетинга», лаборатории «Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма)»

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места обучающихся – 25;
- рабочее место преподавателя – 1;
- персональный компьютер – 1;
- набор плакатов;
- стенды;
- комплект нормативной и учебно-методической документации.

4.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, Интернет-ресурсов

Основные источники:

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 375 с. — (Среднее профессиональное образование). Электронно библиотечная система Znanium.com.

2. 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. Сарафанова Е. В - Маркетинг в туризме: Учебное пособие / Е.В. Сарафанова, А.В. Яцук. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2017. - 240 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ). (переплет) ISBN 978-5-98281-124-0 Электронно библиотечная система Znanium.com.

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

5. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник для средних специальных учебных заведений / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021.

Законодательные акты и документы

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (с изменениями и дополнениями) - <http://www.consultant.ru>

2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 01.05.2017) «О защите прав потребителей» - <http://www.consultant.ru>

Дополнительные источники: Учебники и учебные пособия:

1. Баранова А. Ю. - Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма: Учебное пособие / А.Ю. Баранова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 180 с.: 60x88 1/16. - (СПО). (обложка) ISBN 978-5-16-004452-1, 200 экз.
2. Муртузалиева Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: Учебно-практическое пособие / Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 166 с. ISBN 978-5-394-02710-9

Интернет-ресурсы

1. Электронно библиотечная система Znanium.com - <http://znanium.com>.
2. Правовая система «Консультант плюс» - <http://www.consultant.ru>
3. Информационно-правовой портал «Гарант» - <http://base.garant.ru>

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

В целях реализации компетентного подхода следует использовать в образовательном процессе активные и интерактивные формы проведения занятий (моделирование производственных ситуаций, деловые и ролевые игры, разбор конкретной ситуации, тренинги, групповые дискуссии) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Практика представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающегося. При реализации профессионального модуля предусматривается учебная и производственная практика. Прохождение практик предусматривается по окончании изучения профессионального модуля.

Цели, задачи, практики определяются образовательным учреждением по каждому виду практики. Аттестация по итогам учебной практики проводится по результатам выполненных заданий (дифференцированный зачет).

Итоговая аттестация по профессиональному модулю проводится в четвертом семестре в виде экзамена после окончания изучения профессионального модуля. Итоговая аттестация предполагает обязательное наличие положительной аттестации по междисциплинарным курсам МДК. 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности и МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме.

Консультации для обучающихся проводятся на основе графиков на протяжении всего процесса освоения профессионального модуля (индивидуальные, групповые, письменные, устные).

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

Контроль освоения обучающимися программы профессионального модуля осуществляется путем текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль знаний обучающихся осуществляется преподавателем на учебных занятиях по МДК в формах устного и письменного опроса; при проведении практических занятий и лабораторных работ; по результатам выполнения обучающимися индивидуальных практикоориентированных заданий, проектов, исследований, в том числе в рамках самостоятельной работы.

Формы и периодичность текущего контроля отражаются в календарно-тематическом плане, а контрольно-измерительные материалы и критерии оценки результатов входят в состав контрольно-оценочных средств по профессиональному модулю.

Учебным планом установлена форма промежуточной аттестации по МДК 03.01 «Технология и организация операторской деятельности» – экзамен а, по МДК 03.02 «Маркетинговые технологии в туризме» - дифференцированный зачет. Экзамен по МДК 03.01 проводится в устной форме. Для проведения экзамена составляется перечень вопросов, включаемых в билеты и перечень типовых практических заданий (задач) из контрольно-оценочных средств, знакомит студентов с содержанием экзаменационного материала.

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	Уметь: - осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; - проводить анализ деятельности других туркомпаний; - обрабатывать информацию и анализировать результаты; - проводить анализ внешней и внутренней среды предприятия; - проводить SWOT-анализ туристской организации; -проводить STEP-анализ туристской организации; - определять и анализировать потребности заказчика; - разрабатывать материалы для проведения маркетинговых исследований; - определять целевой сегмент потребителей туристских услуг; - анализировать маркетинговые стратегии турфирм;	- экспертная оценка выступлений с сообщениями, докладами на занятиях; - экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и/или экзаменах; - экспертная оценка отчетов по учебной практике

	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; - современные маркетинговые технологии; содержание, направления и методы маркетинговых исследований в туризме; - поведение потребителей в индустрии туризма: мотивация и ожидания; - содержание, направления и методы маркетинговых исследований в туризме; - информационное обеспечение маркетинга в туризме; - маркетинговые исследования турпродукта; 	
<p>ПК 3.2. Формировать туристский продукт.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; - 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; - анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; - оформлять коммерческое предложение на поездку в соответствие с заявкой клиента; - проводить анализ предоставления дополнительных услуг; - проводить анализ составление проекта тура и программы обслуживания;- демонстрировать навыки по заполнению договора о реализации турпродукта; - предоставлять информацию об условиях договора, заключенного между ТО и ТА, реализующего туристский продукт; - предоставлять туристу необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте; - давать рекомендации по соблюдению правил безопасности в стране (месте) пребывания; - консультировать туристов об условиях посещения туристских объектов; - консультировать туристов о визовом обеспечении, правилах прохождения паспортного контроля; - консультировать туристов о правилах прохождения таможенного контроля; - проводить анализ сбора документов на визу. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, 	<ul style="list-style-type: none"> - экспертная оценка выступлений с сообщениями, докладами на занятиях; - экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и/или экзаменах; - экспертная оценка отчетов по учебной практике

	<p>экскурсионным объектам и транспорту;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - правила обслуживания клиентов; - стандарты работы с туристами; - законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере туризма. 	
<p>ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; - использовать каталоги и ценовые приложения; - разрабатывать стратегию ценообразования на туристский продукт; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта. 	<ul style="list-style-type: none"> - экспертная оценка выступлений с сообщениями, докладами на занятиях; - экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и/или экзаменах; - экспертная оценка отчетов по учебной практике
<p>ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; - обрабатывать информацию и анализировать результаты; - работать с информационными и справочными материалами; - вести документооборот с использованием информационных технологий; - разрабатывать практические рекомендации по формированию спроса; - разрабатывать программы продвижения турпродукта; - разрабатывать рекламную кампанию; - проводить анализ и оценку эффективности рекламной деятельности турфирмы. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; - методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; - правила бронирования туруслуг; 	<ul style="list-style-type: none"> - экспертная оценка выступлений с сообщениями, докладами на занятиях; - экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и/или экзаменах; - экспертная оценка отчетов по учебной практике

	<ul style="list-style-type: none"> - методику организации рекламных туров; - правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; - 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. - маркетинговые интернет-технологии; - технологию выставочной деятельности предприятия; - требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю; - основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; - методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС): виды, назначение; - методы стимулирования продаж используемые в турфирме. 	
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - проявление интереса к будущей профессии, активности и инициативности в получении профессионального опыта, умений и знаний; - аргументированность и полнота объяснений сущности и социальной значимости будущей профессии; - наличие положительных отзывов по итогам практики; - участие в студенческих конференциях 	<ul style="list-style-type: none"> - экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной (производственной) практики; - экспертная оценка портфолио работ обучающегося.
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация умений планировать свою собственную деятельность и прогнозировать ее результаты; - обоснованность выбора методов и способов действий; - проявление способности коррекции собственной деятельности; - адекватность оценки качества и эффективности собственных 	<p>экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной (производственной) практики, в ходе сдачи экзаменов и проведения зачетов.</p>

	действий.	
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.	экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной (производственной) практики, в ходе сдачи экзаменов и проведения зачетов.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	-рациональность выбора источников информации для эффективного выполнения поставленных задач профессионального и личностного развития; - демонстрация умения осуществлять поиск информации с использованием различных источников и информационно-коммуникационных технологий.	экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной (производственной) практики, в ходе сдачи экзаменов и проведения зачетов.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	-демонстрация умения осуществлять поиск информации с использованием различных источников и информационно-коммуникационных технологий; -адекватность оценки полученной информации с позиции ее своевременности достаточности для выполнения задач профессионального и личностного развития.	-экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной (производственной) практики; - экспертная оценка портфолио работ и документов обучающегося.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- демонстрация способности эффективно общаться с преподавателями, студентами, представителями работодателя.	-экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной (производственной) практики; - экспертная оценка портфолио работ и документов обучающегося.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- проявление ответственности за результаты выполнения заданий каждым членом команды; - проявление способности оказать и принять взаимную помощь.	-экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной (производственной) практики; - экспертная оценка портфолио работ и документов обучающегося

<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>- демонстрация стремления к постоянному профессионализму и личностному росту; - проявление способности осознанно планировать и самостоятельно проводить повышение своей квалификации.</p>	<p>-экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной (производственной) практики; - экспертная оценка портфолио работ и документов обучающегося</p>
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>- демонстрация умения осваивать новые правила ведения учета имущества и источников формирования имущества организации; - демонстрация умения осваивать технику заполнения первичных учетных документов, регистров учета.</p>	<p>-экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной (производственной) практики; - экспертная оценка портфолио работ и документов обучающегося</p>