

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«СОВРЕМЕННАЯ ГУМАНИТАРНАЯ БИЗНЕС АКАДЕМИЯ
(С УГЛУБЛЕННЫМ ИЗУЧЕНИЕМ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ)»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ. 03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ
программы подготовки специалистов среднего звена
специальности 43.02.10 Туризм
(базовая подготовка)

г.о.Тольятти 2019 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 43.02.10 Туризм (базовая подготовка).

Организация-разработчик: НОУ «Современная Гуманитарная Бизнес Академия»

Разработчик:

Николаева В.Д., преподаватель специальных дисциплин

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	стр. 4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	25
6. ПЛАНИРОВАНИЕ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АКТИВНЫХ И ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ	27

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **43.02.10 Туризм (базовая подготовка)** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Предоставление туроператорских услуг** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 3.2 Формировать туристский продукт.

ПК 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта.

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

1.2. Цели и задачи 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 туруслуг;
- 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.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – **366** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки студента **258** часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки студента **172** часа,

из них лекции- **76** часов,

лабораторные и практические занятия - **76** часов,

курсовая работа – **20** часов;

самостоятельной работы студента **86** часов.

Учебная практика -**36** часов.

Производственная практика – **72** часа.

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 команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практик и)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности)
			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
ПК 3.2 – 3.4 ОК 1-9	Раздел 1. Осуществление туроператорской деятельности	210	140	70	20	70	10		
ПК 3.1 ОК 1-9	Раздел 2. Изучение маркетинговых технологий в туризме	48	32	16	-	16	-		
ПК 3.1-3.4 ОК 1-9	Учебная практика	36						36	
ПК 3.1-3.4 ОК 1-9	Производственная практика (по профилю специальности)	72							72
	Всего:	366	172	86	20	86	10	108	

3.2. Содержание обучения профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов ПМ, междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа студентов.		Объем часов	Уровень освоения
Раздел ПМ 1. Осуществление туроператорской деятельности				
МДК. 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности			210	
Тема 1.1. Нормативно-правовая база туроператорской деятельности	Содержание учебного материала		6	
	1	ФЗ «Об основах туристской деятельности», ФЗ «О защите прав потребителей».	2	2
	2	Требования к организации туроператорской деятельности. Виды туроператоров.	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 1. Анализ основных положений туроператорской деятельности в нормативно-правовых документах		2	
	Самостоятельная работа Изучение федеральных законов: 1. ФЗ от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»; 2. Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» 3. ФЗ от 27 ноября 1992 г. №4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» 4. Международная Конвенция по контракту на путешествие.		6	
Тема 1.2.	Содержание учебного материала		8	

Организационный аспект создания туроператора	1	Организационно-правовые формы создания туроператора.	2	2
	2	Организационные основы создания туроператора.	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 2, ПЗ 3 Написание поэтапного плана создания туроператора		4	
	Самостоятельная работа Реферат: Виды туризма и особенности турпродуктов. Факторы развития туроперейтинга		6	
Тема 1.3. Условия создания привлекательного туристского продукта	Содержание учебного материала		8	2
	1	Потребительские свойства турпродукта.	2	
	2	Классы обслуживания. Пакет услуг.	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 4 Семинар Виды туров и их особенности.		2	
	ПЗ 5 Осуществление и предоставление туроператорских услуг в соответствии с запросами потребителей. Работа с каталогами и сайтами ведущих туроператоров РФ.		2	
	Самостоятельная работа Изучение запросов потребителей. Реферат: Формирование программного тура SWOT-анализ туристских аттракторов региона		6	
Тема 1.4. Проектирование тура и программа обслуживания	Содержание учебного материала		16	2
	1	Технологическая документация проектирования тура.	2	
	2	Требования к процессу разработки турпродукта.	2	
	3	Разработка программы обслуживания туристов.	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 6 Семинар: Пути повышения качества разработки турпродукта.		2	

	ПЗ 7, ПЗ 8 Разработка туристского продукта для клиентов по различным направлениям.		4	
	ПЗ 9, ПЗ 10 Составление оптимальной программы обслуживания по разработанному турпродукту.		4	
	Самостоятельная работа Реферат: Требования к проектируемой туристской услуге. Структура маркетингового исследования туристского спроса Создание туристического продукта. Реализация тура. Поставщики услуг. Переговоры с поставщиками услуг. Классы обслуживания. Пакет услуг. Технологическая схема обслуживания туристов в гостинице		8	
	Содержание учебного материала		12	
Тема 1.5. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг	1	Организационные аспекты работы с поставщиками услуг. Планирование тура.	2	2
	2	Переговоры с поставщиками услуг. Заключение договоров с поставщиками услуг.	2	
	3	Заключение договоров между туроператорами	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 11, ПЗ 12 Оформление договоров между туроператорами и поставщиками туристских услуг.		4	
	ПЗ 13 Оформление договоров между туроператорами.		2	
	Самостоятельная работа Реферат: Туристская услуга и ее свойства. Отличительные особенности туристского продукта		6	
	Содержание учебного материала		10	
Тема 1.6. Туристская документация	1	Технологическая документация. Туристская путевка.	2	2
	2	Справочная документация.	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 14 Составление технологической карты тура. Составление списка документов, получаемых туристом при оформлении тура.		2	
	ПЗ 15 Составление заявки и листа бронирования.		2	

	ПЗ 16 Создание информационного листа к туристской путевке (по одной из стран на выбор)		2	
	Самостоятельная работа Реферат: Договор с гостиницей и авиаперевозчиком: особенности и условия Справочная документация туроператора		6	
Тема 1.7. Формирование сбытовой сети.	Содержание учебного материала		6	2
	1	Формирование сбытовой сети туроператора.	2	
	2	Агентские соглашения. Агентские сети и франчайзинг.	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 17 Деловая игра. Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора		2	
	Самостоятельная работа Реферат: Формирование сбытовой сети Характеристика основных форм продажи турпродукта Подбор партнеров по сбыту Агентское соглашение		6	
Тема 1.8 Реклама и нерекламные виды продвижения турпродукта.	Содержание учебного материала		16	2
	1	Нормативная основа рекламы туристского продукта. Реклама туристского продукта.	2	
	2	Нерекламные методы продвижения. Стимулирование сбыта	2	
	3	Нерекламные методы продвижения. Public Relations	2	
	4	Личные продажи	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 18 Разработка рекламного буклета туроператора		2	
	ПЗ 19 Разработка каталога туроператора.		2	
	ПЗ 20 Продвижение турпродукта на внутреннем и внешних рынках		2	
	ПЗ 21 Составление плана действий туроператора для участия в туристской выставке.		2	

	Самостоятельная работа Реферат: Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта. Участие в выставках. Написание курсовой работы		6	
Тема 1.9. Стратегия обслуживания и программный туризм	Содержание учебного материала		10	
	1	Программный туризм. Анимация обслуживания	2	2
	2	Представители туроператоров.	2	
	3	Качество туристского обслуживания и способы его регулирования.	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 22 Семинар: Организация обслуживания туристов на маршруте		2	
	ПЗ 23 Семинар: Права и обязанности руководителя туристской группы. Правила поведения на внутреннем пешеходном туристском маршруте.		2	
	Самостоятельная работа Реферат: Компоненты и составляющие менеджмента и стратегии обслуживания Программный туризм и потребительские предпочтения. Постулаты туроперейтинга. Конкурентные силы туристского рынка, или насколько выгодно заниматься туроперейтингом. Написание курсовой работы		8	
Тема 1.10. Безопасность в путешествии и страхование туристов	Содержание учебного материала		10	2
	1	Понятие и сущность безопасности туристов.	2	
	2	Безопасность туристов во время перевозки на различных видах транспорта	2	
	3	Страхование туристов выезжающих за рубеж и внутреннего туризма. Страхование различных рисков.	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 24 Оформление страховых полисов для выезжающих за рубеж		2	
	ПЗ 25 Составление перечня стран, не рекомендуемых для посещения туристами, ввиду высокой опасности заражения инфекционными заболеваниями (чума, холера, желтая лихорадка, малярия)		2	

	Самостоятельная работа Реферат: Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для туристов. Эпидемиологическая и бактериологическая безопасность туристов. Обеспечение безопасности пассажиров при авиаперевозках Обеспечение безопасности на автобусах. Туристская полиция Написание курсовой работы		6	
Тема 1.11. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование	Содержание учебного материала		10	
	1	Финансовая схема работы туроператора.	2	2
	2	Понятие и виды ценообразования в туризме. Методики расчета стоимости турпродукта	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 26 – ПЗ 28 Расчет стоимости турпродукта. Составление калькуляции.		6	
	Самостоятельная работа Реферат: Система комиссионных вознаграждений турагентств. Ценообразование. Система скидок. Безналичная форма расчетов. Написание курсовой работы		6	
Тема 1.12. Режимы и правила пересечения границ различных стран	Содержание учебного материала		8	
	1	Визовый и безвизовый режим въезда гражданами Российской Федерации.	2	2
	2	Шенгенское соглашение. Правила пересечения границ стран, входящих в Шенгенское соглашение, гражданами Российской Федерации.	2	
	ПЗ 29 Составить перечень стран, имеющих режим визового и безвизового въезда граждан Российской Федерации.		2	
	ПЗ 30 Составить перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение.		2	
	Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)		20	
	Тематика курсовых работ по модулю		Формируемые ПК	
	1. Выявление особенностей планирования турпродукта для выездного туризма.		ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4	
	2. Выявление особенностей планирования турпродукта для внутреннего туризма.		ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4	
	3. Выявление особенностей планирования турпродукта для въездного туризма.		ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4	
	4. Анализ деятельности ведущего международного туроператора на примере конкретной компании.		ПК 3.4	

5. Анализ взаимоотношения туроператора и турагента.	ПК 3.4
6. Организация сотрудничества туроператора с поставщиками услуг.	ПК 3.2, ПК 3.4
7. Организация сотрудничества туроператора с поставщиками транспортных услуг.	ПК 3.2, ПК 3.4
8. Оценка стратегии и менеджмент обслуживания туристов	ПК 3.2, ПК 3.4
9. Анализ роли анимации в обслуживании туристов.	ПК 3.2
10. Формирование сбытовой сети туроператора	ПК 3.2, ПК 3.4
11. Подбор методов создания привлекательного туристского продукта.	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
12. Выявление специфики работы с индивидуальными клиентами	ПК 3.2, ПК 3.4
13. Выявление специфики работы с корпоративными клиентами.	ПК 3.2, ПК 3.4
14. Анализ деятельности организации визовой поддержки туроператорской компанией.	ПК 3.4
15. Оценка роли выставочной деятельности в туризме.	ПК 3.2
16. Выявление роли каталога туроператора, как основного носителя информации для продвижения турпродукта.	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
17. Анализ современного состояния, тенденций и перспектив развития туроперейтинга в России.	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
18. Организация сотрудничества туроператора с предприятиями размещения.	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
19. Анализ организации сотрудничества туроператора со страховыми предприятиями.	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
20. Технология разработки экстремальных туров.	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
21. Оценка перспектив экстремального туризма.	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
22. Выявление новых видов комбинированных программ с использованием туристско-рекреационного потенциала (на примере...).	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
23. Оценка инновационных технологий детского туризма (на примере...).	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
24. Анализ лечебно-оздоровительных программ (на примере...).	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
25. Анализ туристических программ с учетом рекреационных возможностей (на примере...).	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
26. Анализ туристических программ в рамках гастрономического туризма (на примере...).	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
27. Оценка перспектив программного туризма с использованием ресурсов (на примере...).	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
28. Оценка перспектив новых подходов в экскурсионной деятельности (на примере...).	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4
Защита курсовой работы	

Раздел ПМ 2. Изучение маркетинговых технологий в туризме			
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме		48	
Тема 1. Сущность и основные понятия маркетинга. Маркетинг в туризме.	Содержание учебного материала		2
	1	Понятие маркетинга и маркетинговых технологий. Основопологающие принципы маркетинга. Основные функции маркетинга. Понятие маркетинговой стратегии. Маркетинг в туризме: регионов, туристских центров, гостиниц, ресторанов, транспортных организаций.	2
	Самостоятельная работа 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		2
Тема 2. Маркетинговые исследования среды туристского предприятия.	Содержание учебного материала		4
	1	Сущность и задачи маркетинговых исследований. Методы и этапы проведения маркетинговых исследований. Сущность и структура маркетинговой среды предприятия. Внутренняя и внешняя среда туристского предприятия.	2
	Практические занятия		
	ПЗ 1 Исследование маркетинга туристского предприятия (на примере местного туроператора).		2
	Самостоятельная работа 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		2
Тема 3.	Содержание учебного материала		4

Маркетинговые исследования туристского рынка, конкурентов, туристского продукта и потребителей туристских услуг.	1	Понятие, классификация и особенности туристского рынка. Качественная структура туристского рынка. Понятие и виды конкурентов турпредприятия. Понятие и структура туристского продукта. Позиционирование и жизненный цикл туристского продукта. Сущность и задачи маркетингового исследования потребителей туруслуг. Внешние и внутренние побудительные факторы.	2	2
	Практические занятия			
	ПЗ.2 Позиционирование турпродукта по преимуществам. Построение карты восприятия для различных туроператоров.		2	
	Самостоятельная работа 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		2	
Тема 4. Сегментация рынка	Содержание учебного материала		4	
	1	Понятие, цель и способы сегментации рынка. Выбор целевого рынка. Методы выбора оптимальных сегментов рынка	2	
	Практические занятия			
	ПЗ 3 Сегментация и выбор целевого рынка (на примере)		2	
	Самостоятельная работа 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		2	
Тема 5. Формирование маркетинговой стратегии	Содержание учебного материала		10	2
	1	Понятие и уровни стратегического планирования. Ситуационный анализ. Разработка программы маркетинга. Формирование бюджета маркетинга. Понятие и задачи продуктовой маркетинговой стратегии. Разработка и внедрение новых продуктов.	2	
	2	Цели и методы ценообразования. Стратегии продвижения турпродукта. Разработка сбытовой стратегии. Каналы сбыта туристского продукта. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Разработка бюджета и анализ результатов коммуникационной стратегии.	2	
	Практические занятия			
	ПЗ. 4 Составление SWOT – анализа		2	

	ПЗ. 5 Планирование целей предприятия		2	
	ПЗ. 6 Разработка рекламного тура для туристских агентств (с презентацией)		2	
	Самостоятельная работа 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		4	
Тема 6. Система маркетинговой информации турпредприятия.	Содержание учебного материала		4	2
	1	Понятие и принципы маркетинговой информации, её значение и классификация. Система маркетинговой информации: внутренней и внешней. Методы сбора первичной маркетинговой информации. Система анализа маркетинговой информации	2	
	Практические занятия			
	ПЗ. 7 Разработка опросного листа для сбора первичной маркетинговой информации.		2	
	Самостоятельная работа 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		2	
Тема 7. Фирменный стиль туристского предприятия.	Содержание учебного материала		4	2
	1	Понятие и цели формирования фирменного стиля турпредприятия. Элементы фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Виды и функции товарного знака	2	
	Практические занятия			
	ПЗ. 8 Разработка фирменного стиля туроператора		2	
	Самостоятельная работа 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		2	

<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг. 2. Изучение видов туров и направлений отдыха для россиян по России и за рубежом, каталогов и сайтов ведущих туроператоров РФ. <p>Подготовка рефератов (презентаций) на одну из выбранных тем.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение документооборота в туроперейтинге. 2. Подготовка к оформлению договоров между туроператором и турагентом. 3. Разработка туристского продукта для клиентов по разным направлениям: города России и страны СНГ. 4. Оформление туристских памяток и программ (общего вида). <ol style="list-style-type: none"> 1. Составление калькуляции по разработанному туристскому продукту. 1. Составление схемы формирования сбытовой сети и подбора партнеров по сбыту. 2. Работа с турагентами. 	36	
---	----	--

Производственная практика (по профилю специальности)**Виды работ**

Изучить в организации и проанализировать два летних сезона в 2016-м и 2017-м годах туристических предпочтений, виды и направления туризма. Провести сравнительный анализ. Составить диаграмму двух этих периодов и заполнить таблицу, в которой нужно указать количественные и качественные причины предпочтений.

Программы	Причины изменения спроса и предложения.

Изучить в организации, на примере пяти разных видов туристических продуктов, российских туроператоров и проведите оценку их потребительских свойств. Сделайте выводы по каждому туру и сравните их.

Виды туристских продуктов	Потребительские свойства.

Изучение документооборота в туроперейтинге (между туроператором и турагентом; между туроператором и поставщиками услуг – средствами размещения, объектами питания, транспортными предприятиями, музейными, выставочными и развлекательными объектами);

Подготовка к оформлению договоров между туроператором и турагентом. Определить с какими туроператорами (турагентами) предпочитают работать и почему;

Провести анализ по работе с партнерами по различным направлениям турпродукта в зимний сезон 2016-2017 года. Составить в виде таблицы;

Разработка туристского продукта для клиентов по 2-3-м направлениям на выбор (руководителя практики или студента).

Составление туристского маршрута (схемы – с определением вида маршрута по трассе) по разработанному туристскому продукту;

Составление информационного листка для клиента (любого из направлений вида отдыха);

Разработка памятки для клиентов по: активному горнолыжному туру; по автобусному туру; по туру с использованием ж/д транспорта; по туру с использованием авиационного транспорта;

72

<p>Рассмотреть из предложенных программ в организации за 2016 год перечень документов указывающих на формирование стоимости разных видов услуг турпродукта. Проанализировать и определить основные причины влияющих на формирования стоимости продукта;</p> <p>Рассчитать стоимость по ранее разработанному турпродукту для группы туристов – 10чел, 25чел, 30чел. (один из вариантов);</p> <p>Изучить в организации за 2016 год и проанализировать способы и виды реализации продвижения турпродукта. Определите эффективность каждого из вида реализации и заполните таблицу.</p> <table><tr><td>Виды реализации</td><td>Эффективность продаж</td></tr><tr><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td></tr></table> <p>Изучение видов рекламы, используемой на предприятии для продвижения своего продукта;</p> <p>Создание рекламной информации с целью продвижения разработанного турпродукта;</p> <p>Формирование сбытовой сети. Подбор партнеров по сбыту. Составить план продвижения турпродукта на предприятии, используя необходимые варианты взаимодействия с рекламными компаниями по продвижению и реализации туристических продуктов.</p>	Виды реализации	Эффективность продаж					
Виды реализации	Эффективность продаж						
Итого	366						

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета турагентской и туроператорской деятельности.

Оборудование учебного кабинета:

- стол ученический 3-х местный;
- стол учительский;
- стул полумягкий «Форма»;
- стул полумягкий «Форма» с пюпитрами;
- кресло компьютерное;
- доска магнитная 3-х секционная;
- жалюзи;
- кондиционер –ZANUSSI;
- шкафы со стеллажами, библиотечные.

Технические средства обучения:

- плазменный телевизор SHARP;
- мобильный компьютерный класс;
- компьютер (ноутбук) Lenovo ideapad 100-15IBY.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Валеева Е.О. Технология и организация туроператорской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.О. Валеева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2015. — 145 с. — 2227-8397. ЭБС IPRbooks Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31941.html>
2. Маркетинг в туризме : учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова ; под ред. Е.И. Богданова.— М. : ИНФРА-М, 2019. — 214 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1013811>

Дополнительные источники:

1. Туристские ресурсы России : практикум / Н.Г. Можаяева. — М. : Форум : НИЦ ИНФРА-М, 2017. — 112 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/546722>
2. Организация сервисного обслуживания в туризме: Учебное пособие / Т.А. Джум, С.А. Олышанская. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 368 с. ЭБС Znanium Режим доступа: <http://znanium.com/> по паролю
3. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.: ЭБС Znanium Режим доступа: <http://znanium.com/> по паролю
4. Организация туристской деятельности: Учебное пособие / Сухов Р.И. - Рн/Д:Южный федеральный университет, 2016. - 267 с.: ISBN 978-5-9275-2003-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/991783>

Журналы:

Афиша-мир электронный адрес <https://mir.afisha.ru/events/filters/january>
Вокруг света электронный адрес <http://www.vokrugsveta.ru/vs/>
ГЕО электронный адрес <http://www.geo.ru/>
Вояж электронный адрес <http://voyagemagazine.ru/>
Газета «Туринфо» электронный адрес <http://www.tourinfo.ru/>

Интернет-ресурсы:

<http://www.acase.ru>
<http://www.hotel.uralregion.ru>
<http://www.goste.ru>
<http://www.hotelcentr.ru>
<http://www.hotelkosmos.ru> и другие
<http://www.russiatourism.ru>
<http://www.turizm.ru>
<http://geosfera.info>
<http://www.travel.ru>
<http://puteshestvia.com>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение профессионального модуля **Предоставление туроператорских услуг** производится в соответствии с учебным планом по специальности 43.02.10 Туризм и календарным графиком, утвержденным исполнительным директором Академии.

Образовательный процесс организуется строго по расписанию занятий, утвержденному исполнительным директором Академии.

Освоение профессионального модуля **Предоставление туроператорских услуг** предполагает одновременное освоение МДК «Технология и организация туроператорской деятельности», «Маркетинговые технологии в туризме», включающих в себя как теоретические, так и практические занятия. При работе над курсовой работой (проектом) обучающимся оказываются консультации.

Учебная и производственная практики проводятся концентрированно после изучения всех разделов профессионального модуля **Предоставление туроператорских услуг**.

С целью оказания помощи студентам при освоении теоретического и практического материала, выполнения самостоятельной работы разрабатываются учебно-методические комплексы.

С целью методического обеспечения прохождения производственной практики разрабатываются методические рекомендации для студентов.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующее профилю модуля **Предоставление туроператорских услуг** и специальности 43.02.10 Туризм.

Педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - определять последовательность действий при подготовке к участию турфирмы к выставке; - определять визовый режим. 	<p>Форма – практическое задание.</p> <p>Метод оценивания – экспертная оценка</p>
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	<ul style="list-style-type: none"> - подбирать необходимые туруслуги; - анализировать предоставляемые туруслуги. 	<p>Форма – практическое задание.</p> <p>Метод оценивания – экспертная оценка</p>
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - соблюдать методику расчета туристского продукта; - составлять калькуляцию стоимости тура. 	<p>Форма – практическое задание.</p> <p>Метод оценивания – экспертная оценка</p>
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - определять средства политики продвижения туристского продукта на каждом этапе жизненного цикла турпродукта; - обосновывать выводы о рациональности использования выбранных средств продвижения. 	<p>Форма – практическое задание.</p> <p>Метод оценивания – экспертная оценка</p>

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрировать интерес к будущей профессии.	Экспертное наблюдение и оценка в процессе учебной и производственной практик
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> - выбирать и применять методы и способы решения маркетинговых задач в сфере туризма; - оценивать эффективность и качество выполнения маркетинговых задач. 	Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- решать стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области туристического бизнеса	Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- искать необходимую информацию для эффективного выполнения маркетинговых задач, профессионального и личностного развития.	Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- использовать информационно - коммуникационные технологии в маркетинговой деятельности	Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий
ОК 6 Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения.	Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	- анализировать и корректировать результаты собственной работы	Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- планировать процесс самообразования, самовоспитания для профессионального и личностного развития; - осуществлять самоконтроль в процессе обучения и внеучебной деятельности.	Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- анализировать инновации в области маркетинговой деятельности. —	Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий

6. ПЛАНИРОВАНИЕ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АКТИВНЫХ И ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

Краткая характеристика вида занятий	Используемые активные и интерактивные формы	Объем занятий в интерактивных формах (часы)
Лекции	разбор конкретных ситуаций	30
Практические занятия, семинары:	опрос/коллоквиум	31
Лабораторные занятия:	не предусмотрено	-
ВСЕГО:		61