МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГБПОУ МО «СЕРПУХОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа
_____ Федорова Т.В.
(подпись)
«__28__» ____08_____ 2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг
(название учебной дисциплины/профессионального модуля)

для специальности 43.02.10 Туризм

на базе основного общего образования

Разработчик Николаева Елена Анатольевна

Рассмотрена на заседании предметно-цикловой комиссии по специальности 43.02.10 Туризм

Протокол № _1__ от «_28__» ___августа_ 2020____г.

Председатель ПЦК _____/ Е.А.Николаева

Серпухов
2020

Рабочая программа Профессиональный модуль ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм

Организация-разработчик: ГБПОУ МО «Серпуховский колледж»

Разработчики:

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	стр. 4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	26

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 **Туризм** в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **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.
ПК 3.5 Организовать продвижение туристического продукта на рынке туристических услуг

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в рамках специальностей 43.02.10 Туризм и использована для курсов повышения квалификации специалистов по туристским услугам.

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

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

иметь практический опыт:

- проведение маркетинговых исследований и создание базы данных по туристским продуктам;
- планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета;
- предоставление сопутствующих услуг;
- расчеты себестоимости услуг, включенных в состав тура, определение цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами, реализацию турпродукта;
- работа с российскими и иностранными клиента и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной компании, проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен 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 презентации, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- работать с запросами клиентов, в том числе иностранными;
- 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 предложения;
- 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:
- 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, возникающие 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 турагентствами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- правила расчетов с турагентствами и способы их поощрения;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 684 часа, в том числе:

МДК03.01- 288час.

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 192 часов;

курсовое проектирование – 20 час.

самостоятельной работы обучающегося –96 часов;

МДК 03.02 -216час.

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 144 часов;

самостоятельной работы обучающегося –72 часов;

учебной практики – 36 часов;

производственной практики – 144 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
ПК 3.5	Организовать продвижение туристического продукта на рынке туристических услуг
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях .
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности),** часов
			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	
ОК 1-10 **ПК 3.1-3.4**	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	**288**	**192**	82	20	**96**			
ОК 1-10 **ПК 3.1-3.4**	МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	**216**	**144**	72		**72**			
	Учебная практика	36						36	
	Производственная практика, (по профилю специальности), часов	144							144
	Всего:	**684**	**336**	**154**	**20**	**168**		**36**	**144**

* Раздел профессионального модуля – часть примерной программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

** Производственная практика (по профилю специальности) может проводиться параллельно с теоретическими занятиями междисциплинарного курса (рассредоточено) или в специально выделенный период (концентрированно).

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	**Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)** *(если предусмотрены)*		**Объем часов**	**Уровень освоения**
1	**2**		**3**	**4**
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности			192	
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности	**Содержание**		**12**	
	1.	Понятие туристской деятельности. Факторы туристской деятельности.		2
	2	Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности.		
	3.	Организационно – правовые формы функционирования туроператоров.		2
	4.	Документация туристской фирмы, ведение туристской отчетности Документация туроператорской фирмы. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста. Работа с агентскими договорами. Технология оформления страхового полиса. Ведение туристской отчетности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туристской деятельности в России.		2

	Практические занятия		**4**	
	1.	Деловая игра «Формирование пакета документов для учреждения юридического лица»		
	2.	Технология оформления договоров.		
	Самостоятельная работа Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров. Изучение нормативно-правовых актов: 1. ФЗ от 24 ноября 1996г.№132-фЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»; 2. О Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 17.12.1999г., 30.12.2001 г.); 3. ФЗ от 27 ноября 1992 г. №4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (в ред. от 31.12.1997г., 20.11.1999 г., 21.03.2002 г.); 4. Международная Конвенция по контракту на путешествие. 5. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. 6. Правила оказания услуг общественного питания.		**32**	
Тема 1.2. Технология разработки туристского продукта	**Содержание**		**44**	
	1.	Понятие технологии и разработки туристского продукта.		2
	2	Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации.		2
	3.	Свойства и цели выявленного в дестинации турпродукта.		2
	4.	Условия создания оптимального турпродукта.		3
	5.	Выбор схемы работы в дестинации.		3
	6.	Основные правила и методика составления программ туров		3
	7.	Организация транспортного обслуживания туристов		3

	8	Технология бронирования туруслуг		3
	9.	Расчет стоимости тура		3
	Практические занятия		**32**	
	1.	Анализ ресурсов выбранной дестинации.		
	2.	Определение базовых услуг по заданным показателям.		
	3.	Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов.		
	4.	Планирование себестоимости проектируемого турпродукта.		
	5.	Расчет необходимого количества мест в средствах размещения.		
	6.	Планирование программ турпоездок.		
	7.	Определении наиболее оптимальных		
	8.	Составление программ тура.		
	9.	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.		
	10.	Составление турпакетов с использованием иностранного языка.		
	11	Расчет стоимости тура		
	Самостоятельная работа Мониторинг предложений туроператоров		**6**	
Тема 1.3 Туристские формальности	**Содержание**		**10**	2
	1.	Паспортно-визовые формальности Особенности оформления виз в некоторые страны. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями. Визовые ограничения.		
	2	Страхование услуг		2
	3.	Таможенные формальности Порядок перемещения валюты через государственную границу. Порядок ввоза и вывоза различных товаров, животных.		3

		Пассажирская таможенная декларация. Формы и необходимость декларирования товаров. Таможенные сборы и пошлины. Беспошлинная торговля.		
	Практические занятия		**16**	
	1.	Оформление документов для консульств		
	2	Оформление регистрации иностранным гражданам.		
	3	Изучение порядка ввоза различных товаров, денежной валюты, животных и др.		
	4	Изучение порядка вывоза различных товаров, денежной валюты, животных и др.		
	Самостоятельная работа Сбор документов на оформление визы. Выявление и анализ сведений, подлежащих указанию в таможенной декларации. Изучение сведений, содержащихся в таможенном кодексе.		**19**	
Тема 1.4. Технология взаимодействия с турагентами	**Содержание**		**18**	
	1.	Организация деятельности с турагентствами по реализации турпродукта		
	2.	Формы и способы бронирования туров. Правила работы с заявками на бронирование.		3
	3.	Ведение документооборота с использованием информационных технологий		3
	4.	Правила расчетов с турагентствами и методы их поощрения Использование различных методов поощрения турагентов, расчет комиссионного вознаграждения.		3
	5.	Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.Предоставление информации турагентам по рекламным турам.		3

	6.	Формирование контрагентской сети.		3
	Практические занятия		**16**	
	1.	Работа с заявками на бронирование туруслуг		
	2.	Взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта		
	3.	Деловая игра «Создание контрагентской сети»		
Тема 1.5. Оптимизация представления туруслуг	**Содержание**		**18**	
	1.	Практика делового общения и переписки. Формирование коммуникативных навыков. Понятие корпоративной культуры. Профессиональная этика работников туроператорской компании. Неотъемлемые компоненты деловой переписки. Значение партнерских взаимоотношения в туристкой индустрии.		2
	2.	Работа с информационно-справочными материалами Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. Использование каталогов и ценовых предложений.		2
	3.	Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме. Решение проблем с помощью правового регулирования. Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения.		3
	4.	Вопросы безопасности в туризме. Предоставление сопутствующих услуг.		3
	5.	Оптимизация деятельности туроператора		3
	Практические занятия		**16**	
	1.	Деловая игра «Практика делового общения»		
	2.	Техника написания делового письма		
	3.	Работа с информационно-справочными материалами		
	4.	Решение ситуационных задач с помощью правового регулирования		
	Самостоятельная работа Изучение профессиональной этики работников туроператорской компании.		**19**	

	Анализ публикаций в периодических туристских изданиях и материалах учебных пособий по вопросам эпидемиологической безопасности. Изучение инструктажа по эпидемиологической безопасности туристов. Анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг.		
Курсовая работа	**Содержание**	**20**	
	Технология сбора материала и составления плана работы		
	Технология написания введения, формулирования цели и задач		
	Технология написания 1 главы		
	Технология написания 2 главы		
	Технология разработки рекомендаций, написания заключения.		
	Методика написания доклада и составления презентации для защиты курсовой работы.		
	Защита курсовой работы		
	Защита курсовой работы		
	Самостоятельная работа по курсовой работе Написание введения Написание 1 главы Написание 2 главы Разработать рекомендации и написать заключение Написание доклада и составление презентации для курсовой работы	**20**	
	Зачет		
Тематика домашних заданий МДК 03.01 Систематическое изучение электронного учебника, работа с Интернет-ресурсами по заданию преподавателя, обращение к основной и специальной литературе по заданию преподавателя. Изучение информационно-справочных изданий, каталогов, ценовых предложений.			

МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме			**144**	
Тема 2.1. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	**Содержание**		**38**	
	1.	**Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме** Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга в туризме. Становление и развитие маркетинга в туризме. Принципы маркетинга туризма. Маркетинг в профессиональной деятельности специалиста по туризму.		**2**
	2.	**Концепции маркетинга в туризме.** Концепции рыночной деятельности. Концепция маркетинга в туризме. Современные тенденции развития маркетинга. Уровни и координация маркетинга в туризме. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Управление маркетингом туристской организации.		**3**
	3.	**Окружающая среда маркетинга.** Рынок туристских услуг. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Экономические закономерности туристского рынка. Основные элементы окружающей среды туристской фирмы. Макросреда и микросреда. STEP-анализ, SWOT-анализ.		**3**
	4.	**Содержание, направления и методы маркетинговых исследований в туризме.** Информационное обеспечение маркетинга. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Организационные формы проведения маркетинговых исследований. Методологические основы		**3**

		маркетинговых исследований. Опрос и его инструментарий. Наблюдение. Эксперимент. Экспертные оценки. Метод фокус-групп. Другие методы маркетинговых исследований. Способы обработки статистических данных. Методы работы с базами данных, со справочными и информационными материалами.		
	5.	**Маркетинговые исследования рынка туризма** Субъекты и объекты маркетинга. Рынок туризма как объект маркетингового исследования. Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости и доли рынка. Конкуренция как фактор маркетинговой среды. Оценка конкурентной среды туристской организации Анализ конкурентов. Построение конкурентной карты рынка.		**3**
	6.	**Маркетинговые исследования потребителей** Потребители как объект маркетинговых исследований. Моделирование поведения потребителей и факторы маркетинговой среды, влияющие на поведение потребителей туристских услуг. Анализ личностных факторов. Исследование мотивов поведения потребителей. Исследование процесса принятия решения о покупке туристского продукта. Особенн6ости покупательского поведения организаций-потребителей.		**3**
	Практические занятия		**24**	
	1.	Изучение технологии STEP-анализа и SWOT-анализа туристской организации.		
	2.	Разработка плана и организация маркетингового исследования для создания нового продукта.		
	3.	Изучение способов обработки статистических данных, методов работы с базами данных, справочными и информационными материалами.		
	4.	Анализ туристского спроса и факторов, влияющих на него. Графический анализ данных о спросе на туристские услуги. Пути		

		повышения спроса.		
	5.	Проведение анализа деятельности организаций-конкурентов (на примере конкретной туристской организации).		
	6.	Разработка материалов для проведения маркетингового исследования потребностей в новых продуктах у постоянных потребителей туристской организации.		
	Самостоятельная работа Разработка материалов для проведения маркетингового исследования. Сбор информации о крупных туроператорах региона для практического занятия. Создание компьютерной презентации Проведение маркетингового исследования		24	
Тема 2. Использование маркетинговых технологий при формирование турпродукта	**Содержание**		**30**	
	1.	**Формирование маркетинговой стратегии** Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии туристской организации. Виды маркетинговых стратегий. Программа маркетинга. Бюджет маркетинга.		2
	2.	**Определение целевого рынка** Сущность и роль сегментации рынка. Базовые признаки сегментации и основные сегменты рынка туризма. Методы сегментации. Система «Евростиль». Особенности сегментации российского туристского рынка. Выбор целевого рынка. Позиционирование туристского продукта.		2
	3.	**Разработка комплекса маркетинга** Маркетинговый комплекс. Планирование и разработка туристского продукта. Жизненный цикл турпродукта. Внедрение на рынок нового турпродукта. Стратегии установления цены на туристский продукт. Формирование сбытовой политики, управление каналами сбыта. Контакты с торговыми представительствами других регионов и стран.		3

	Практические занятия		**24**	
	1.	Проведение сегментации по искомым выгодам рынков для различных турпродуктов.		
	2.	Позиционирование турпродукта по преимуществам. Построение карты восприятия для различных туроператоров.		
	3.	Разработка стратегии ценообразования на туристский продукт		
	4.	Анализ маркетинговых стратегий турфирм региона, разработка программы маркетинга виртуальной турфирмы.		
	Самостоятельная работа Сбор информации о стратегиях конкретных турфирм. Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке. Сбор материалов для разработки фирменного стиля туристской организации.		24	
Тема 2.3. Взаимодействие с субъектами рынка по реализации и продвижению туристского продукта.	**Содержание**		**28**	
	1.	**Коммуникационная политика турфирмы.** Сущность и роль маркетинговых коммуникаций. Формирование коммуникационной политики туристской организации. Организация продвижения турпродукта. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламного продукта в туриндустрии. Рекламные кампании в маркетинговой деятельности. Личная продажа. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Выставки и ярмарки, правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках. Фирменный стиль туристской организации. Брендинг в туриндустрии.		3
	2.	**Организация и контроль маркетинга туристской организации** Современный подход к маркетинговой деятельности туристской организации. Организация службы маркетинга. Маркетинг взаимоотношений. Внутренний маркетинг. Система маркетингового контроля. Эффективность управления		2

		маркетингом компании и пути ее повышения.		
	Практические занятия		**24**	
	1.	Разработка программы продвижения турпродукта, разработка рекламной кампании.		
	2.	Формирование содержания рекламных продуктов.		
	3.	расчет рекламного бюджета.		
	4.	Разработка фирменного стиля организации в тупринДустрии.		
	5.	Разработка показателей эффективности маркетинга туристской организации.		
	Самостоятельная работа Отчет об экскурсии на предприятие туриндустрии Сбор рекламных материалов, их анализ и оценка. Подготовка компьютерной презентации программы тура для выставки.		24	
	Зачет			
тематика домашних заданий МДК 03.02 Систематическое изучение электронного учебника, работа с Интернет-ресурсами по заданию преподавателя, обращение к основной и специальной литературе по заданию преподавателя.				
Учебная практика профессионального модуля **Виды работ:** 1. Посещение выставок ярамарок. Сбор и анализ об участниках рынка 2. Разработка плана маркетинга туристкого предприятия. 3. Решение ситуационных задач 4. Закрепить полученные знания и навыки в процессе теоретического обучения. 5. Подготовиться к самостоятельной профессиональной деятельности на туристских предприятиях в сфере менеджмента, ориентированного в том числе на мотивацию потребительского спроса. 6. Овладеть навыками сбора информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений. 7. Ознакомление с должностными обязанностями персонала турфирмы. 8. Изучение перечня основных и дополнительных услуг. 9. Формирование навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости услуг.			36	

10. Изучить правила по технике безопасности. 11. Изучить график работы предприятия. 12. Овладеть навыками работы с офисной техникой. 13. Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства 14. Изучить основы организации туристской деятельности 15. Овладеть навыками отчетности в туризме		
Производственная практика по профилю специальности **Виды работ** 1. Проведение маркетингового исследования объектов туристского рынка. Выявление целевых сегментов рынка. Позиционирование туристского продукта. *2.* Фирменный стиль туристского предприятия. Рекламная продукция. *3.* Осуществление планирования турпоездок, составление программ тура и турпоездок. *4.* Предоставление сопутствующих услуг турфирмы. *5.* Решение проблем, возникающих на маршруте. *6.* Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта. *7.* Применение полученных в процессе обучения знаний и навыков. *8.* Сбор информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений. *9.* Формирование практических навыков по анализу функциональной и отраслевой структуры турфирмы. *10.* Описание структуры и кадровой политики турфирмы. *11.* Закрепление навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости туров. *12.* Соблюдение правил техники безопасности. *13.* Практика работы с офисной техникой. *14.* Работа со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства. 15. Практика работы с туристской документацией и отчетностью.	144	
Тематика курсовых работ		
1. Состояние и перспективы развития индустрии туризма в Центральной России 2. Состояние и перспективы развития индустрии туризма на Юге России		

3. Состояние и перспективы развития индустрии туризма на Урале 4. Состояние и перспективы развития индустрии туризма в Северо-западной части России 5. Состояние и перспективы развития индустрии туризма в Сибири 6. Состояние и перспективы развития индустрии туризма на Дальнем Востоке 7. Продвижение туристского продукта (на конкретном примере) 8. Проблемы и перспективы развития въездного туризма в Российской Федерации 9. Проблемы и перспективы развития выездного туризма в Российской Федерации 10. Формирование турпродукта в регионе РФ, с целью развития въездного туризма 11. Разработка рекламной кампании инициативного туроператора 12. Взаимоотношения туроператора с поставщиками основных туристских услуг 13. Методы оценки экономической эффективности турпродукта 14. Опыт создания и развития туроператорского предприятия (на конкретном примере) 15. Динамика и перспективы развития рынка туристских услуг (на примере конкретного региона) 16. Стимулирование потребительского спроса в туристской отрасли 17. Специфика организации рекламных туров 18. Способы рекламы туристского продукта 19. Особенности организации внутреннего лечебно – оздоровительного туризма. 20. Организация и технология внутреннего туризма в Центрально-Европейской части России. 21. Основные направления развития технологии организации тура в рамках въездного туризма (на конкретном примере). 22. Использование различных видов рекламы в продвижении туристского продукта 23. Организация выставочной деятельности в туризме 24. Разработка программы продвижения турпродукта туроператора. 25. Разработка макета рекламного обращения. 26. Разработка макета каталога туроператора (на примере российского туроператора). 27. Разработка плана участия туроператора в международной туристской выставке. 28. Разработка рекламного буклета (на примере любого российского направления). 29. Создание имиджа туроператора. 30. Сравнительный анализ деятельности ведущих туроператоров по выездному туризму.		
Всего	*432*	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинета «Турагентской и туроператорской деятельности», кабинет «Гуманитарных и социальных дисциплин» лаборатории «Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:
Компьютеры, сервер, выход в Интернет, локальная сеть, проектор, экран, интерактивная доска комплект учебно-методической документации, ДВД, фотоаппатат, видеокамера, калькулятор, телефон – факс, МФУ
Технические средства обучения:
- АРМ преподавателя;
- мультимедийное оборудование;
- лицензионное программное обеспечение

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории:
Компьютеры, сервер, выход в Интернет, ноутбук, телевизор, комплект учебно-методической документации, фотоаппатат, видеокамера, калькулятор.

Технические средства обучения:
- АРМ преподавателя
- мультимедийное оборудование
- лицензионное программное обеспечение

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Федеральные законы

1. "Об основах туристской деятельности", ФЗ-132 от 24.11.96 с изменениями и дополнениями.

2. "О защите прав потребителей", ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями.
3. "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара" от 23.09.92.
4. "Об информации, информатизации и защите информации", ФЗ-24 от 20.02.95.
5. "О рекламе", ФЗ-108 от 18.07.95.

1.Учебное пособие Технология и организация туроператорской деятельности Любавина Н.Л. и др. ОИЦ"Академия 2014
2. Учебник Технология и организация операторских и агентских услуг Жуков А.А., Дерябина С.О. ОИЦ"Академия 2014
3. Учебник Туристские формальности Бгатоа А.П. ОИЦ"Академия 2013
4. Учебник Туристско-рекреационное проектирование Джанджугазова Е.А. ОИЦ"Академия 2016
5.ЭВИ Учебное пособие Технология и организация туроператорской деятельности Любавина Н.Л. и др. ОИЦ"Академия 2016
6. Электронная Учебное пособие Маркетинг в туризме Дурович А.П. ИНФРА-М 2015

Дополнительные источники:

1. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. СПб.: Питер, 2008.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1990.
3. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетин. Гостеприимство и туризм. М.: ЮНИТИ, 2007.
4. Мак-Дональд М. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство к маркетинговому планированию. – М.: Эксмо, 2009.

Интернет-ресурсы:

- www.turprofi.ru Портал для турагента
- www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
- www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
- www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При освоении профессионального модуля в целях реализации компетентностного подхода, предусматривается использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов, деловых и

ролевых игр, анализа производственных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

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

Практика является обязательным разделом данного модуля. При реализации программы профессионального модуля предусматривается учебная практика, практика по профилю специальности, которая реализуется в рамках изучения модуля после его освоения. Учебная практика составляет 36 час. Практика по профилю специальности составляет 108 часа. Производственная практика проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам изучения профессионального модуля проводится с учетом результатов производственной практики, подтвержденных документами соответствующих организаций. Консультации для обучающихся предусматриваются в период изучения модуля в объеме, предусмотренным учебным планом образовательного учреждения.

Освоение модуля базируется на изучении модуля «Технология организации турагентской деятельности» и дисциплин «Информационные и коммуникационные технологии в туризме», «Основы права», «Основы бухгалтерского учета». Программа модуля тесно связана с профессиональным модулем «Предоставление турагентских услуг», «Предоставление услуг по сопровождению туристов»

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): реализация основной профессиональной образовательной программы по профессии среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: реализация основной профессиональной образовательной программы по специальностям среднего

профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Инженерно-педагогический состав: реализация основной профессиональной образовательной программы по профессии среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти преподаватели и мастера производственного обучения должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	- оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований; - качество организации и проведения сбора данных - качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований	Текущий контроль в форме защиты практических занятий
Формировать туристский продукт	Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий	Текущий контроль в форме защиты практических занятий
Рассчитывать стоимость туристского продукта	Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта	Текущий контроль в форме защиты практических занятий
Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	Эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта Подготовка электронной презентации тура. - разработка качественного рекламного продукта; оценка эффективности программы продвижения турпродукта; - разработка фирменного стиля туристской фирмы.	Текущий контроль в форме защиты практических занятий

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 01Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к будущей профессии. Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 02 Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 03 Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике
ОК04 Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике
ОК05 Использовать	Демонстрация навыков	Экспертное

информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике
ОК06 Работать в коллективе и в команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и в ходе обучения	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике
ОК07 Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	Развитие самоменежмента обучающегося Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, учебной и производственной практик
ОК08 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК09 Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы