

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Южно-Уральский государственный колледж»

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора по учебной работе
_____ Т.С. Занова
«27» июня 2022

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

по специальности 43.02.10 Туризм

2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе примерной программы по профессиям/специальностям среднего профессионального образования (далее - СПО) 43.02.10 «Туризм».

Рекомендована Советом Министерства образования и науки Челябинской области по примерным ОПОП НПО и СПО. Заключение Совета по примерным ОПОП № 435/у от 30 июня 2021 г.

Организация-разработчик рабочей программы: «Южно-Уральский государственный колледж»

Разработчики:

Давыдова Анна Андреевна преподаватель отделения «Туризма и гостиничного сервиса»

Ковалева Евгения Сергеевна, преподаватель отделения «Туризма и гостиничного сервиса»

Медведева Евгения Николаевна, преподаватель отделения «Туризма и гостиничного сервиса»

Рассмотрена и одобрена на заседании отделения ТиГС Протокол № 11 от «29» августа 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	23

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ППССЗ по специальности СПО 43.02.10 «Туризм», входящей в укрупненную группу специальностей СПО 43.00.00 Сервис и туризм, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Предоставление туроператорских услуг** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
2. Информировать потребителя о туристских продуктах.
3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
7. Оформлять документы строгой отчетности.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в программах дополнительного профессионального образования и профессиональной подготовке специалистов в области туристического сервиса при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

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

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

иметь практический опыт:

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

уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
- проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;

- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- оформлять страховые полисы;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование 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 турпоездов;
- 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 – 675 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 675 часов, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 330 часов, в том числе в форме практической подготовки - 510 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 165 часов;

- производственной практики – 180 часов, в том числе в форме практической подготовки: 180 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения 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 ПРИМЕРНОЕ 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	
			Всего, часов	Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося, часов	Учебная, часов	Производственная, часов (если предусмотренная рассредоточенная практика)
				В т.ч. практической подготовки	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	В том числе, курсовая работа			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	9
ОК 1.-10. ПК 3.1.-3.4.	МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности.	264	176	176	60	30	88	*	*
ОК 1.-10. ПК 3.1.-3.4.	МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	231	154	154	56		77	*	*
ОК 1.-10. ПК 3.1.-3.4.	Производственная практика, часов	180	180	180					180
	Всего:	675	510	510	116	30	165	*	180

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 работа (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
ПМ. 03. Предоставление туроператорских услуг			300	
МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности			250	
Тема. 1.1. Основы туроперейтинга	Содержание		2	
	Лекции, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Предмет, цели, основные задачи дисциплины. Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. Предмет деятельности туроператора.		
	2.	Этапы развития туроперейтинга.		
	3.	Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта.	2	
	4.	Современное состояние и тенденции развития туризма.		
	Лабораторные работы		-	
	Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки		2	
	1.	Исследование основных схем работы туроператора по разработке и реализации турпродукта.		
Тема 1.2. Типы и функции туроператоров	Содержание		2	2
	Лекции, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Операторы специализированные. Местные туроператоры. Выездные туроператоры.		
	2.	Функции туроператоров. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Организация туров для внутреннего туризма. Обеспечение прибывающих туристов.	2	
	Лабораторные работы		-	
	Практические задания, в том числе в форме практической подготовки			

	1.	Проведение деловой игры: «Сотрудничество и соперничество туроператоров массового рынка»	2	
	2	Анализирование инициативных и рецептивных туроператоров.	2	
	3	Анализирование туроператоров представленных на рынке туруслуг г. Челябинска.	2	
Тема 1.3. Основные характеристики и структура турпродукта	Содержание			
	Лекции, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Туристский продукт. Потребительские свойства турпродукта.	2	2
	2.	Три составные части турпродукта. Тур, туристско-экскурсионные услуги, товары.	2	
	3	Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта	2	
	Лабораторные работы		-	
	Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Составление анализа оптимального обслуживания туристов во время путешествия.	2	
	2.	Проведение деловой игры «Способы устранения проблем, возникающие во время тура»	2	
Тема 1.4. Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание	Содержание			
	Лекции, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Турпакет (пакетный тур). Как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета - передвижение, размещение, услуги, впечатления.	2	2
	2.	Факторы, влияющие на создание тура. Политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция.	2	
	3.	Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Обработка информационных источников.	2	
	4	Типичная временная шкала туроперейтинговой программы.	2	
	5	Основные правила и методика ведения туров.	2	
	6.	Принципы выбора мест приема. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура.	2	
	Лабораторные работы		-	
	Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Составление таблицы - временной шкалы для новой туроперейтинговой программы туроператора.	2	
	2.	Составление договорного плана каждого года в виде таблицы	2	

	3.	Анализа мотивов туриста и факторов, влияющих на создание турпактета, в конкретном регионе.	2	
	4	Составление туристского пакета, на основе проведённого анализа факторов влияющих на его создание, в конкретном регионе.	2	
Тема 1.5. Технология разработки турпродукта	Содержание			
	Лекции, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Порядок и этапы разработки турпродукта. Туристско-технологическая документация. Нормативно-правовые акты, регламентирующие процесс проектирования тура.	2	3
	2.	Информационно-методическое обеспечение тура.	2	
	3.	Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок.	2	
	4.	Потребительские свойства тура.	2	
	5.	Условия и принципы разработки тура.	2	
	6.	Этапы разработки турпродукта.	2	
	7.	Визовые формальности.	2	
	8.	Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями.	2	
	9.	Страхование туристов. Страховка в составе тура	2	
	10.	Правила оформления документов при со страховыми компаниями	2	
	11.	Duty free, Tax Free Shopping.	2	
	12.	Аэропорты всех стран.	2	
	Лабораторные работы		-	
	Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Разработка турпродукта для определенной категории туристов. (vip)	2	
	2.	Разработка массового турпродукта.	2	
	3	Анализирование основных и специфических потребностей туристов.	2	
	4	Оформление пакета документов для стран Шенгенского соглашения.	2	
	5	Деловая игра «Оформление страховых полисов».	2	
Тема 1.6. Программный туризм	Содержание			
	Лекции, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Определение программного туризма. Сущность, цели и задачи. Особенности программного туризма.	2	2
	2.	Программы обслуживания. Познавательная, спортивная, образовательная, деловая и др.	2	
	3.	Принципы формирования туристско-экскурсионных программ обслуживания.	2	

	4.	Правила бронирования туров.	2	
	5.	Особенности бронирования туров.	2	
	Лабораторные работы		-	
	Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Составление программы обслуживания для определённых групп туристов.	2	
	2.	Проведение деловой игры: «Бронирование тура для иностранных туристов»	2	
	3.	Проведение деловой игры: «Определение категории тура»	2	
	4.	Проведение сравнительного анализа программ обслуживания	2	
Тема 1.7. Цена туристского пакета	Содержание			
	Лекции, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Особенности ценообразования в туризме. Цены, ориентированные на затраты.	2	2
	2.	Ценовая политика и тактика турфирмы	2	
	3.	Факторы, влияющие на ценообразование в туризме.	2	
	4.	Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.	2	
	Лабораторные работы			
	Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Описание методики расчета стоимости определённого тура.	2	
	2.	Описание методики расчета себестоимости турпакета и определить цену турпродукта для турагента.	2	
	3.	Расчёт стоимости индивидуального тура.	2	
	4.	Расчёт стоимости группового тура.	2	
Тема 1.8. Системы распространения турпродукта	Содержание			
	Лекции, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством	2	2
	2.	Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров	2	
	3.	Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.	2	
	4.	Методика организации рекламных туров.	2	
	5.	Техники эффективного делового общения. Основы делового этикета.	2	
	6.	Деловые переговоры и их виды.	2	
	7.	Средства интернет в туризме. Системы бронирования туров в сети Internet.	2	

	8.	Автоматизированные системы бронирования.	2	
			2	
	9.	Туристические серверы.		
	Лабораторные работы		-	
	Практические занятия, в том числе в форме практической подготовки			
	1.	Описание методики расчетов комиссионного вознаграждения для турагентов	2	
	2.	Проведение деловой игры: «Методы поощрения турагентов»	2	
	3	Описание методики расчетов комиссионного вознаграждения для субагентов.	2	
	4	Подготовка рекламного тура в Грецию, Турцию, Тайланд. (групповая работа)	2	
	5	Калькуляция себестоимости рекламного тура в страны (на выбор на преподавателя). (групповая работа)	2	
	6	Презентация рекламных туров. (групповая работа)	2	
	7	Деловая игра «Заключение эксклюзивного договора между туроператором и турагентом.»	2	
Самостоятельная работа при изучении МДК 03.01. ПМ.03. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление творческих отчетов, практических работ и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение деятельности конкретных организаций, продвигающих турпродукт.			88	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы 1. Виды и формы обслуживания туристов. 2. Мотивация интенсивного и качественного труда в туроперейтинге. 3. Принципы качественного обслуживания. 4. Содержание процесса обслуживания и продажи туристского продукта. 5. Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг и оценка их деятельности 6. Процедура выбора туров на рынке производителей. 7. Процесс разработки, определения категории тура исходя из уровня обслуживания туристов на маршруте. 8. Посещение специализированных выставок. 9. Проблемы развития туризма, пути их решения. 10. Приоритетные виды и направления туризма в Уральском регионе. 11. Детский туризм и его проективные и технологические особенности. 12. Экотуризм и его проектирование и технологические особенности. 13. Туризм выходного дня и его проективные и технологические особенности. 14. Основные виды туристских фирм в туристском бизнесе и их характеристики. 15. Классы туристского обслуживания их характеристика. 16. Технологическая документация тура				

17. Методы контроля качества обслуживания.			
18. Основные положения договоров с поставщиками тур услуг.			
19. Информационный листок к тур.путевке.			
20. Информационный каталог туроператора.			
МДК. 03.02. Маркетинговые технологии в туризме		210	
Тема 2.1. Основы маркетинга	Содержание		22
	1.	Предмет, цели и задачи дисциплины.	2
	2.	Концепция рыночной экономики.	2
	3.	Структура маркетинговой деятельности.	2
	4.	Объекты маркетинговой деятельности.	2
	5	Теории мотивации , их значение в маркетинге	2
	6	Субъекты маркетинговой деятельности.	2
	7	Покупательское поведение поребителей	2
	8.	Окружающая среда маркетинга.	2
	9	Конкурентная среда.	2
	10	Конкурентные стратегии	2
	11	Методы маркетинга.	2
	Лабораторные работы		-
	Практические занятия		14
	1	Исследование структуры маркетинговой деятельности в туризме.	2
	2	Проведение классификации потребностей на рынке турпродукта	2
	3	Исследование внешней среды на примере заданной организации	2
	4	Изучение потребностей потребителей	2
	5	Изучение покупательского поведения потребителей	2
	6	Проведение конкурентоспособности заданной организации, выявление её конкурентных преимуществ	2
	7	Проведение анализа деятельности туркомпаний – конкурентов, на примере заданной организации	2
Тема 2.2. Маркетинговые исследования	Содержание		54
	1.	Информационное обеспечение в системе маркетинга.	2

рынка турпродукта			
	2	Виды маркетинговых исследований.	2
	3	Элементы аналитической маркетинговой системы.	2
	4	Процесс маркетингового исследования: определение проблемы, формулировка цели исследования.	2
	5		2
	6	Источники информации необходимые для процесса маркетингового исследования.	2
	7.	Методы сбора первичных данных.	2
	8	Составление плана выборки	2
	9	Способы связи с аудиторией	2
	10	Анализ полученных данных в ходе маркетингового исследования	2
	11	Способы обработки статистических данных маркетингового исследования	2
	12	Методы работы с базами данных.	2
	13	Качественные исследования, методы их проведения	2
	14	Количественные исследования, методы их проведения	2
	15	Методы сбора информации	2
	16	Понятие сегментирования рынка, его цели, признаки сегментирования рынка.	2
	17	Принципы сегментирования рынка турпродукта	2
	18	Методы сегментирования рынка турпродукта	2
	19	Мотивационные критерии сегментации туристского спроса.	2
	20	Психологические критерии сегментации туристского спроса	2
	21	Поведенческие стереотипы туристов	2
	22	Выбор и оценка целевых сегментов рынка турпродукта	2
	23	Подготовка и составление отчета о маркетинговой деятельности	2
	24	Процесс принятия маркетинговых решений по результатам исследования	2
	25	Процедура внедрения маркетинговых решений в деятельность организации.	2
	26	Система показателей для исследования рынка.	2
	27	Факторы, влияющие на емкость рынка Модель анализа рынка.	2
	Лабораторные работы		
	-		
	Практические занятия		24
	1. Разработка программы маркетингового исследования		2
	2	Обработка статистических данных маркетингового исследования	2
	3.	Выбор метода сбора информации	2
	4.	Разработка инструмента для сбора информации	2

	5.	Проведение опроса по выявлению потребностей	2	
	6.	Проведение обработки информации и анализа полученных результатов	2	
	7.	Разработка мероприятий , направленных на создание туристского продукта и для переговоров с турагентствами на основе результатов маркетингового исследования.	2	
	8.	Разработка рекламной кампании на основе результатов маркетингового исследования	2	
	9	Анализ сегментирования туристского рынка в России.	2	
	10	Анализ сегментирования рынка в г. Челябинске.	2	
	11	Сравнительный анализ сегментации рынка в России и в г. Челябинске.	2	
	12	Анализ поведенческих стереотипов туристов	2	
Тема 2.3. Продвижение и реализация турпродукта	Содержание		22	
	1	Техника проведения рекламной кампании, основные каналы распространения рекламы	2	3
	2	Виды рекламного продукта, специфика туристской рекламы	2	
	3	Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов; стратегия и средства продвижения туристского продукта на рынке	2	
	4	Основные направления PR, формы и методы персональных продаж.	2	
	5	Правила работы на выставке, методы анализа результатов действия на выставках	2	
	6	Методы повышения эффективности коммуникационного комплекса.	2	
	7	Роль цены в предоставлении туроператорских услуг. Факторы ценообразования. Ценовая политика и ценовая стратегия турфирмы	2	
	8	Каналы сбыта: от туроператора до туриста, функции канала сбыта, критерии выбора турпосредника.	2	
	9	Техника составления бизнес-плана, модели прогнозирования спроса,.	2	

	10	Процедура планирования маркетинга в туризме,	2	
	11	Стратегия и тактика маркетинга, маркетинговый контроль, техника продаж турпродукта	2	
	Лабораторные работы			
	-			
	Практические занятия		18	
	1 Подготовка рекламной кампании.		2	
			2	
	2	Разработка рекламных листовок для продвижения турпродукта на рынок	2	
	3	Деловая игра «Персональная продажа турпродукта»	2	
	4	Посещение выставки «Туризм.Спорт.Отдых». Анализ работы представителей туркомпаний на выставке.	2	
	5	Разработка ценовой стратегии для динамично развивающегося турагенства в г. Челябинске.	2	
	6	Подготовка бизнес-плана для открывающегося турагенства в г. Челябинск.	2	
	7	Защита бизнес-планов.	2	
	8	Разработка рекламной стратегии для туркомпаний.	2	
	9	Разработка рекламной стратегии для туркомпаний.	2	
Самостоятельная работа при изучении МДК 03.02. ПМ.03. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление творческих отчетов, практических работ и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение деятельности конкретных организаций, продвигающих турпродукт.			77 180	

<p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор информации о сформировавшемся спросе на виды туристического продукта 2. Ознакомление с требованиями к специалисту по туризму 3. Анализ тенденций развития рынка туристических услуг 4. Проведение оценки факторов внешней среды на конкретном примере 5. Проведение анализа методов изучения спроса на конкретном примере 6. Выделение факторов , влияющих на потребительские предпочтения 7. Разработка анкеты 8. Проведение сбора информации по изучаемой проблеме 9. Проведение анализа собранной информации по конкретной проблеме 10. Разработка рекомендаций по устранению конкретной проблемы 11. Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг и оценка их деятельности 12. Проведение сегментирования рынка турпродукта 13. Формирование ассортимента предоставляемых услуг 14. Проведение анализа конкурентоспособности турпродукта 15. Создание потребительских предпочтений в заданных ситуациях 16. Разработка рекламной кампании по продвижению турпродукта на конкретном примере. 17. Проведение оценки рекламы на конкретном примере 18. Изучение примеров использования антимакетинга в России 19. Посещение специализированных выставок, ярмарок. 20. Проведение оценки работы компаний, участвующих в специализированных выставках. 		
<p>Производственная практика (по профилю специальности), в том числе в форме практической подготовки</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с требованиями к специалисту по туризму 2. Проведение оценки факторов внешней среды на конкретном предприятии 3. Проведение анализа методов изучения спроса на конкретном предприятии 4. Выделение факторов , влияющих на потребительские предпочтения 5. Сбор информации о конкурентах компании, работающей на рынке туристических услуг и оценка их деятельности 6. Проведение сегментирования рынка турпродукта 7. Проведение анализа конкурентоспособности турпродукта 8. Проведение оценки рекламы на конкретном предприятии 9. Принимать участие на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации 10. Оформление документов для консульств 11. Оформление страховых полисов. 12. Рассчитывать стоимость турпакетов. 13. Использовать каталоги и ценовые приложения. 14. Использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках. 15. Бронировать туруслуги. 	30	

16. Планировать программы турпоездок.		
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)		
Примерная тематика курсовых работ (проектов) PR-компания в туристическом агентстве как инструмент продвижения нового торгового предложения. Sales Promotion мероприятия в сфере туристического и гостиничного бизнеса. Анализ внешней и внутренней среды туристической фирмы. Анализ использования интернет-рекламы в туризме. Анализ сфер услуг туристической деятельности в г. Челябинске. Анализ туристского рынка Челябинского края. Анимационные программы: задачи, цели, перспективы. Бальнеологические курорты России. Вклад туризма в сохранение мира. Влияние объектов культурного наследия на туризм Челябинской области. Выставочный бизнес, его связь с туризмом. География и рекреация туризма в Челябинской области. Детский туризм. Дифференцированный подход к созданию культурно-деловых программ на базе гостиничного комплекса. Защита прав туристов. Изучение жизненного цикла турпродукта. Калькуляция себестоимости турпродукта. Культурный туризм. Проблемы и перспективы его развития. Маркетинг в сервисе и туризме. Международный туризм: современное состояние, проблемы и перспективы развития. Технология деятельности туристского предприятия в процессе формирования нового тура. Деловой тур-участие в конференции. Программное обслуживание в туризме: цели, виды, значение. Разработка типовых программ обслуживания. Формирование инновационного туристского продукта в рамках экологического туризма. Рекреационная деятельность в туризме. Рекреационная деятельность отдыхающих как один из основных видов рекреационной деятельности и основа программного туризма. Экскурсионные услуги в туризме. Значение экскурсионных услуг при разработке программ обслуживания. Разработка инновационных программ обслуживания туристов в рамках событийного туризма в России. Научно-экспедиционный туризм: технология организации и проведения экспедиции. Парки развлечений в России и за рубежом. История и перспективы развития деревенского туризма. Принципы обслуживания туристов в рамках деревенского туризма. Экзотические программы на туррынке туристских услуг. Молодёжный туризм: исторический опыт, современное состояние, перспективы развития. Подготовка и ведение договорной кампании туроператора с поставщиками услуг.	15	

Разработка программы продвижения турпродукта туроператора. Внешнее и внутренне оформление офиса турагентства. Анимация в отелях: российский и зарубежный опыт.		
Самостоятельная работа по курсовой работе	675	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие кабинета теоретического обучения «Турагентской и туроператорской деятельности»; кабинета для проведения практических занятий;

мастерских ____ - ____; лабораторий - Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма).

Оборудование кабинетов и рабочих мест кабинетов:

- персональные компьютеры
- рабочее место преподавателя

Технические средства обучения:

- программное обеспечение общего и профессионального назначения
- мультимедийная установка
- принтер

Комплект учебно-методической литературы

Наглядный материал

Оборудование мастерской и рабочих мест мастерской: ____ - ____.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории:

- персональные компьютеры
- рабочее место преподавателя

Технические средства обучения:

- программное обеспечение общего и профессионального назначения .

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: Учебник для СПО, М.: КноРус, 2020- 294с.
2. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: Практикум, М.: КноРус, 2020- 294с
3. Любавина Н.Л. Кроленко Л.А. Технология и организация туроператорской деятельности, М.: Издательский центр «Академия», 2014
4. Кусков А.С. Технология и организация туроператорской деятельности. Москва : КНОРУС, 2018. — 384 с.
5. Завгородняя А.А., Ямпольская Д.О. «Маркетинговое планирование», СПб., М., Харьков, Минск: Питер, 2018— 356 с.

Дополнительная литература:

1. Айгистова О.В. и др. Введение в бизнес туроперейтинга: Учеб.-метод. пособие. – М.: РМАТ, 2008. – 189с.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М.; СПб.: Невский фонд, Олбис, 2009. – 328с.
3. Гуляев В.Г. Формуляры, контракты, соглашения в туристской деятельности: Учебно-практич. пособ. – М.: Изд-во ПРИОР, 2010. – 287с.
4. Ильина Е.Н. Менеджмент транспортных услуг: Учеб. – М.: РМАТ, 2009.- 182с.
5. Ильина Е.Н. Туризм – путешествия. Создание туристской фирмы. Агентский бизнес: Учеб. – М.: РМАТ, 2009. – 267с.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебные занятия междисциплинарных курсов проводятся в соответствии с календарным учебным графиком.

Предусмотрено в целях реализации компетентностного подхода использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Учебная и производственная (по профилю специальности) практики проводятся в специально выделенный период (концентрированно) после изучения тем междисциплинарного курса. В ходе учебной и производственной практик обучающимся оказываются консультации.

Освоению профессионального модуля «Предоставление турагентских услуг» должно предшествовать изучение дисциплин:

«Общий гуманитарный и социально-экономический цикл»:

История

Иностранный язык

Русский язык и культура речи

«Математический и общий естественнонаучный цикл»:

Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

География туризма

Цикла «Общепрофессиональные дисциплины»:

Организация туристской индустрии

Психология делового общения (практикум)

Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам:

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля Предоставление туроператорских услуг, а также общепрофессиональных дисциплин: «География туризма»; «Организация туристской индустрии»; «Психология делового общения (практикум)».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

- обязателен опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

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

Результаты (освоенные профессиональные	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
---	--	---

компетенции)		
<p>ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.</p>	<p>- разработка программы маркетингового исследования; - проведение маркетингового исследования, сбор, обработка информации - разработка рекомендаций по востребованному туристскому продукту</p>	<p><i>Тестирование</i> - <i>Оценка процесса</i> <i>Оценка результатов</i> «5» - 90 – 100% <i>правильных ответов,</i> «4» - 80-89% <i>правильных ответов,</i> «3» - 70-80% <i>правильных ответов,</i> «2» - 69% и менее <i>правильных ответов.</i> <i>Экзамен</i> «5» - ответ полный, правильный, понимание материала глубокое; «4» - материал усвоен хорошо, но изложение недостаточно систематизировано, отдельные умения недостаточно устойчивы, в терминологии, выводах и обобщениях имеются отдельные неточности; «3» - ответ обнаруживает понимание основных положений темы, однако, наблюдается неполнота знаний; умения сформированы недостаточно, выводы и обобщения слабо аргументированы, в них допущены ошибки; «2» - речь непонятная, скудная; ни один из вопросов не объяснен, навыки обобщения материала и аргументации отсутствуют.</p>

<p>ПК 3.2. Формировать туристский продукт.</p>	<p>- создание турпродукта на основе проведённых маркетинговых исследований - планирование программы турпоездки - соблюдение основных правил и методик составления туров.</p>	<p>Тестирование - Оценка процесса Оценка результатов «5» - 90 – 100% правильных ответов, «4» - 80-89% правильных ответов, «3» - 70-80% правильных ответов, «2» - 69% и менее правильных ответов. Экзамен «5» - ответ полный, правильный, понимание материала глубокое; «4» - материал усвоен хорошо, но изложение недостаточно систематизировано, отдельные умения недостаточно устойчивы, в терминологии, выводах и обобщениях имеются отдельные неточности; «3» - ответ обнаруживает понимание основных положений темы, однако, наблюдается неполнота знаний; умения сформированы недостаточно, выводы и обобщения слабо аргументированы, в них допущены ошибки; «2» - речь непонятная, скудная; ни один из вопросов не объяснен, навыки обобщения материала и аргументации отсутствуют. Практическая работа Экспертное наблюдение</p>
--	--	--

		<p>Оценка процесса</p> <p>Оценка результатов</p> <p>«5» - 90-100% правильно выполненного задания;</p> <p>«4» - 80-89% правильно выполненного задания;</p> <p>«3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%)</p> <p>«2» - выполнение менее 70% всей работы.</p>
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость турпродукта.	<p>- применение основных методик расчёта себестоимости турпакета</p> <p>- разрабатывать правила расчётов с турагентами и способы их поощрения.</p>	<p>Тестирование -</p> <p>Оценка процесса</p> <p>Оценка результатов</p> <p>«5» - 90 – 100% правильных ответов,</p> <p>«4» - 80-89% правильных ответов,</p> <p>«3» - 70-80% правильных ответов,</p> <p>«2» - 69% и менее правильных ответов.</p> <p>Экзамен</p> <p>«5» - ответ полный, правильный, понимание материала глубокое;</p> <p>«4» - материал усвоен хорошо, но изложение недостаточно систематизировано, отдельные умения недостаточно устойчивы, в терминологии, выводах и обобщениях имеются отдельные неточности;</p> <p>«3» - ответ обнаруживает понимание основных положений темы, однако, наблюдается неполнота знаний;</p>

		<p>умения сформированы недостаточно, выводы и обобщения слабо аргументированы, в них допущены ошибки;</p> <p>«2» - речь непонятная, скудная; ни один из вопросов не объяснен, навыки обобщения материала и аргументации отсутствуют.</p> <p>Практическая работа</p> <p>Экспертное наблюдение</p> <p>Оценка процесса</p> <p>Оценка результатов</p> <p>«5» - 90-100% правильно выполненного задания;</p> <p>«4» - 80-89% правильно выполненного задания;</p> <p>«3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%)</p> <p>«2» - выполнение менее 70% всей работы.</p>
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	<p>- разработка предложений по продвижению туристского продукта на рынке турагентов</p> <p>- разработка предложений по продаже туристского продукта</p>	<p>Тестирование -</p> <p>Оценка процесса</p> <p>Оценка результатов</p> <p>«5» - 90 – 100% правильных ответов,</p> <p>«4» - 80-89% правильных ответов,</p> <p>«3» - 70-80% правильных ответов,</p> <p>«2» - 69% и менее правильных ответов.</p> <p>Экзамен</p> <p>«5» - ответ полный, правильный, понимание материала глубокое;</p> <p>«4» - материал усвоен хорошо, но</p>

		<p>изложение недостаточно систематизировано, отдельные умения недостаточно устойчивы, в терминологии, выводах и обобщениях имеются отдельные неточности; «3» - ответ обнаруживает понимание основных положений темы, однако, наблюдается неполнота знаний; умения сформированы недостаточно, выводы и обобщения слабо аргументированы, в них допущены ошибки; «2» - речь непонятная, скудная; ни один из вопросов не объяснен, навыки обобщения материала и аргументации отсутствуют. Практическая работа Экспертное наблюдение Оценка процесса Оценка результатов «5» - 90-100% правильно выполненного задания; «4» - 80-89% правильно выполненного задания; «3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%) «2» - выполнение менее 70% всей работы.</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. Обучающиеся проходят – дифференцированный зачет по междисциплинарным курсам МДК.03.01, МДК.03.02,

- дифференцированный зачёт по производственной практике;
- экзамен (квалификационный) по профессиональному модулю.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии	Ситуационная задача Оценка процесса «5» - 90-100% правильно выполненного задания; «4» - 80-89% правильно выполненного задания; «3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%) «2» - выполнение менее 70% всей работы.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- демонстрация применения методов и способов решения профессиональных задач в области организации работы коллектива исполнителей, оценка эффективности и качества выполнения	Ситуационная задача Оценка процесса «5» - 90-100% правильно выполненного задания; «4» - 80-89% правильно выполненного задания; «3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%) «2» - выполнение менее 70% всей работы.
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации работы	Ситуационная задача Оценка процесса «5» - 90-100%

в нестандартных ситуациях.	коллектива исполнителей	<p>правильно выполненного задания; «4» - 80-89% правильно выполненного задания; «3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%) «2» - выполнение менее 70% всей работы.</p>
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<p>Ситуационная задача Оценка процесса «5» - 90-100% правильно выполненного задания; «4» - 80-89% правильно выполненного задания; «3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%) «2» - выполнение менее 70% всей работы.</p>
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков работы на компьютерах с использованием современных программных средств;	<p>Ситуационная задача Оценка процесса «5» - 90-100% правильно выполненного задания; «4» - 80-89% правильно выполненного задания; «3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%) «2» - выполнение менее 70% всей работы.</p>
ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с	- демонстрация взаимодействия с обучающимися, преподавателями в ходе обучения	<p>Ситуационная задача Оценка процесса «5» - 90-100% правильно</p>

коллегами, руководством, потребителями.		<p>выполненного задания;</p> <p>«4» - 80-89% правильно выполненного задания;</p> <p>«3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%)</p> <p>«2» - выполнение менее 70% всей работы.</p>
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	<p>- демонстрация взаимодействия с обучающимися, преподавателями в ходе обучения;</p> <p>- демонстрация способности решать проблемы, оценивать и принимать решения;</p>	<p>Ситуационная задача</p> <p>Оценка процесса</p> <p>«5» - 90-100% правильно выполненного задания;</p> <p>«4» - 80-89% правильно выполненного задания;</p> <p>«3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%)</p> <p>«2» - выполнение менее 70% всей работы.</p>
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<p>- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня</p>	<p>Ролевая игра</p> <p>Оценка процесса</p> <p>«5» - 90-100% правильно выполненного задания;</p> <p>«4» - 80-89% правильно выполненного задания;</p> <p>«3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%)</p> <p>«2» - выполнение менее 70% всей работы.</p>
ОК 9. Быть готовым к смене технологий профессиональной деятельности.	<p>- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.</p>	<p>Ситуационная задача</p> <p>Оценка процесса</p> <p>«5» - 90-100% правильно выполненного</p>

		<p>задания; «4» - 80-89% правильно выполненного задания; «3» - выполнение практически всей работы (не менее 70%) «2» - выполнение менее 70% всей работы.</p>
--	--	--