

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
Уральский экономический колледж

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»

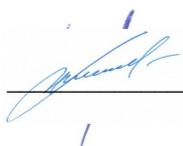
для специальности 43.02.10 «Туризм»

Екатеринбург
2018г.

Рабочая программа **рассмотрена и одобрена** предметной (цикловой) комиссией по дисциплинам профессионального учебного цикла специальностей 43.00.00 «Сервис и туризм»

Протокол № 2 от 29 мая 2018 г.

Председатель предметной (цикловой) комиссии



_____/А.Н. Шмидт/

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 «Туризм» (базовой подготовки), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07 мая 2014 года № 474.

УТВЕРЖДЕНА решением педагогического совета АНО СПО Уральский экономический колледж
Протокол № 3 от «21» июня 2018 г.

Заместитель директора по учебно-организационной работе

_____/ А.В. Болотин/

Организация разработчик: Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Уральский экономический колледж»

Преподаватель – разработчик рабочей программы:

Карева А.В.

Савина Н.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	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	25

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг» является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.10 «Туризм» (базовой подготовки), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07 мая 2014 года № 474, в части освоения основного вида профессиональной деятельности: Предоставление туроператорских услуг и соответствующих профессиональных компетенций :

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 профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся 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 туров;

предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;

использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;

использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

знать:

виды рекламного продукта;

правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;

способы обработки статистических данных;

методы работы с базами данных;

методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;

планирование программ турпоездок;

основные правила и методику составления программ туров;

правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;

способы устранения проблем, возникающих во время тура;

методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;

методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;

основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;

правила бронирования туров;

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

Данные результаты достигаются при использовании активных и интерактивных форм проведения занятий, в том числе при помощи электронных образовательных ресурсов, дискуссий, круглых столов, семинаров, подготовки индивидуальных проектов и т.д.

1.3. Требования к результатам освоения профессионального модуля:

Непосредственным результатом освоения программы профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности «Предоставление туроператорских услуг», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

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, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения 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. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля ПМ.03

«Предоставление туроператорских услуг»

Всего –444 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки студента **300** часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки студента **200** часов,

практические занятия – 70 часов;

курсовое проектирование – 20 часов;

самостоятельной работы студента **100** часов.

Учебная практика 72 часа

Производственная практика (по профилю специальности) – 72 часа.

1. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Тематический план профессионального модуля ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг» (очное отделение)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. Учебная нагрузка и практика)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная (часов)	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практ. занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов		
ПК 3.1.-3.4.	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	156	104	34	20	52		72	72
	МДК.02.02. Маркетинговые технологии в туризме	144	96	36		48			
	Всего:							72	72
	Всего	444							

Тематический план профессионального модуля ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг» (заочное отделение)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. Учебная нагрузка и практика)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика		
			Обязательная аудиторная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося		Учебная (часов)	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практ. занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов		
ПК 3.1.-3.4.	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	156	30			126	10		
	МДК.02.02. Маркетинговые технологии в туризме	144	16			128			
	Всего:	300	46			254	10		
	Всего								

3.2. Содержание обучения профессионального модуля ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»

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
	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	156	
Введение	Содержание Место знаний по учебной дисциплине в процессе освоения профессиональной программы по специальности	2	1
Раздел 1. Основы туроператорской деятельности			
Тема 1.1. Нормативно-правовая база турагентской деятельности	Содержание ФЗ «Об основах туристской деятельности». ФЗ «О защите прав потребителей». Требования к организации туроператорской деятельности. Виды туроператоров.	2	1
	Практические занятия Основные положения туроператорской деятельности в нормативно-правовых документах	2	2,3
	Самостоятельная работа	6	3
	Выполнение домашних заданий. Выполнение домашних заданий. Изучение федеральных законов: 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 17.12.1999 г., 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.		
Тема 1.2. Организационный аспект создания туроператора	Содержание Организационно-правовые формы создания туроператора. Организационные основы создания туроператора.	2	1
	Практические занятия Основные этапы создания туроператора.	2	2,3
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Доклад: Виды туризма и особенности турпродуктов. Факторы развития туроперейтинга	4	2,3
Раздел 2. Технология и организация формирования туристского продукта			
Тема 2.1. Условия создание привлекательного туристского продукта	Содержание Изучение запросов потребителей. Потребительские свойства турпродукта. Технология обслуживания. Классы обслуживания. Пакет услуг.	4	1
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Доклад: Формирование программного тура SWOT-анализ туристских аттракторов региона	6	2,3
Тема 2.2. Проектирование тура и программа обслуживания	Содержание Технологическая документация проектирования тура. Требования к процессу разработки турпродукта. Разработка программы обслуживания туристов. Тематическая программа обслуживания. .	4	1
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Доклад: 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.	10	2,3

	Технологическая схема обслуживания туристов в гостинице Понятие комплекс задач экскурсионного обслуживания. Стратегии и менеджмент обслуживания		
Тема 2.3. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг	Содержание Организационные аспекты работы с поставщиками услуг. Планирование тура. Договорной план. Переговоры с поставщикам услуг. Заключение договоров с поставщиками услуг.	4	1
	Практические занятия Договора между туроператорами и с поставщиками туристских услуг. Основные требования и их регулирование	4	2,3
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Доклад: Туристская услуга и ее свойства. Отличительные особенности туристского продукта Поставщики услуг Переговоры с поставщиками услуг	4	2,3
Тема 2.4. Туристская документация	Содержание Технологическая документация. Туристская путевка. Договора. Справочная документация.	4	1
	Практические занятия Технологическая карта тура и информационный листок к туристской путевке	2	2,3
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Доклад: Договор с гостиницей и авиаперевозчиком: особенности и условия Справочная документация туроператора	2	2,3
Раздел 3. Продвижение туристского продукта			
Тема 3.1. Формирование сбытовой сети.	Содержание Формирование сбытовой сети туроператора. Агентские соглашения. Агентские сети и франчайзинг	4	1

	Практические занятия Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора	4	2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Доклад: Формирование сбытовой сети Характеристика основных форм продажи турпродукта Подбор партнеров по сбыту Агентское соглашение	2	2,3
Тема 3.2. Реклама и нерекламные виды продвижения турпродукта.	Содержание Реклама туристского продукта. Нерекламные методы продвижения туристского продукта. Каталог туроператора. Участие в выставках.	4	1
	Самостоятельная работа	2	2,3
	Выполнение домашних заданий. Доклад: Методы и нормативная основа рекламы туристского продукта Нерекламные методы продвижения. Стимулирование продажи и пропаганда туристского продукта Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта Участие в выставках		
Тема 3.3. Информационные технологии продвижения турпродукта	Содержание	4	1
	Программные продукты бронирования туров. Интернет-технологии бронирования турпутевки. Программные продукты резервирования и автоматизации деятельности туроператоров		
	Практические занятия	4	2
	Программные продукты автоматизации деятельности туроператора и бронирования турпродукта		
	Самостоятельная работа	2	2,3
	Выполнение домашних заданий. Доклад: Развитие Интернет-технологий в туроперейтинге Информационные технологии автоматизации управления туроператором		
Раздел 4. Организация обслуживания			
Тема 4.1. Стратегия обслуживания и	Содержание	4	1

программный туризм	Менеджмент и стратегия обслуживания. Программный туризм. Анимация обслуживания Представители туроператоров. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования.		
	Самостоятельная работа	2	3
	Выполнение домашних заданий. Доклад: Компоненты и составляющие менеджмента и стратегии обслуживания Программный туризм и потребительские предпочтения Постулаты туроперейтинга Конкурентные силы туристского рынка, или насколько выгодно заниматься туроперейтингом		
Тема 4.2. Безопасность в путешествии и страхование туристов	Содержание	4	1
	Риски для туристов. Безопасность туристов в месте временного пребывания, во время перевозки. Туристская полиция. Страхование туристов выезжающих за рубеж. Страхование въездного и внутреннего туризма. Страхование различных рисков.		
	Практические занятия	4	2
	Организация страхового обеспечения путешествий.		
	Самостоятельная работа	2	2,3
	Выполнение домашних заданий. Доклад: Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для туристов Эпидемиологическая и бактериологическая безопасность туристов Безопасность туристов во время перевозки Обеспечение безопасности пассажиров при авиаперевозках Обеспечение безопасности на автобусах Туристская полиция Методы повышения качество туристского обслуживания. Виды страхования туристов и уровень страхового возмещения.		
Тема 4.3. Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера	Содержание	46	1
	Профессиональные стандарты для туризма. Квалификационные требования, предъявляемые к должности менеджера туроперейтинга		

туроперейтинга	Практические занятия	4	2
	Квалификационные требования к менеджеру туроперейтинга. Контрольная работа по разделам 3 и 4.		
	Самостоятельная работа	4	2,3
	Выполнение домашних заданий. Доклад: Профессиональные стандарты для туризма Квалификационные требования, предъявляемые к менеджеру туроперейтинга		
Раздел 5. Расчет стоимости туристского продукта			
Тема 5.1. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование	Содержание	2	1
	Финансовая схема работы туроператора. Система комиссионных вознаграждений турагентств. Ценообразование		
	Практические занятия	6	2
	Виды и методы ценообразования турпродукта.		
	Самостоятельная работа	2	2,3
	Выполнение домашних заданий. Доклад: Система скидок. Безналичная форма расчетов.		
Тема 5.2. Учетная политика и налогообложение	Содержание	2	1
	Учетная политика туроператора. Налогообложение. Оплата счетов поставщиков услуг		
	Практические занятия	2	2
	Расчет стоимости услуг. Контрольная работа по разделу «Расчет стоимости туристского продукта»		
	Самостоятельная работа	4	3
	Выполнение домашних заданий. Доклад: Налоговое законодательство в туризме. Принципы и функции налогообложения Отраслевая особенность исчисления налогов в туризме. Льготы и преференции предприятий туристской отрасли. Анализ налоговой нагрузки на деятельность туристского предприятия.		

	<p>Наиболее обременительные налоги по материалам исследования делового климата для туристских предприятий РФ 2007 г.</p> <p>Понятие минимизация налогов и понятие налогового щита. Налоговые щиты, их классификация и роль в сфере туризма.</p>		
	<p>Курсовое проектирование.</p> <p><i>Примерные темы курсовых проектов:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка туристского продукта программного туризма (по видам туризма) 2. Проект анимационной программы обслуживания туристов 3. Создание туристского продукта с использованием потенциала сельской местности. 4. Разработка проекта участия в туристской выставке. 5. Создание проекта каталога туроператора. 6. Создание инновационного туристского продукта (по видам туризма). 7. Проектирование программ обслуживания (по видам туризма). 8. Разработка программы продвижения турпродукта туроператора. 9. Разработка проекта рекламной компании туристской фирмы. 10. Создание имиджа турагентства. 11. Создание имиджа туроператора. 12. Разработка проекта внешнего и внутреннего оформления офиса турагентства. 13. Разработка мероприятий по созданию благоприятной психологической обстановки в туристском агентстве при обслуживании клиента. 14. Создание инновационной технологии обслуживания клиентов (на примере агентского бизнеса). 15. Составление программ обслуживания туристов по видам делового туризма. 16. Составление инновационных программ обслуживания с учетом потребностей молодежи. 17. Составление программ обслуживания туристов по видам спортивного туризма. 18. Формирование инновационного туристского продукта в рамках экологического туризма. 19. Составление инновационных программ обслуживания туристов в рамках событийного туризма. 20. Составление программ обслуживания туристов по видам развлекательного 	<p>20</p>	

	<p>туризма.</p> <p>21. Составление программ обслуживания туристов по видам познавательного туризма.</p> <p>22. Обучающий туризм: технология формирования туристского продукта и обслуживания туристов.</p> <p>23. Составление программ обслуживания туров выходного дня.</p> <p>24. Составление программ обслуживания туристов в рамках инсентив-туризма.</p> <p>25. Составление программ молодежного обмена.</p>		
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме		144	
Тема 1.1 Предмет, метод и задачи курса. Основные понятия маркетинговых технологий Маркетинговая среда организации	Содержание	6	1
	Маркетинговая технология как наука, философия бизнеса и вид деятельности на предприятии туриндустрии. Состояние и перспективы развития маркетинговых технологий. Определения и основные понятия маркетинговых технологий. Функции технологий маркетинга, их сущность. Назначение и область применения маркетинговых технологий в деятельности предприятия туризма. Маркетинговая среда организации. Глобализации экономики и эволюция маркетинговых концепций поведения предприятия на рынке. Стратегические и конъюнктурные приоритеты маркетинга		
	Практические занятия	2	2
	Виды основных методов прогнозирования продаж и спроса; график временного ряда		
	Самостоятельная работа Тематика домашних заданий: 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания	6	3
Тема 1.2. Маркетинг-менеджмент. Комплекс-микс. Процесс развития маркетинговых технологий в туризме.	Содержание	6	1
	Процесс развития маркетинговых технологий в туризме. Маркетинговая технология и способы ее реализации. Целеполагание и корпоративные цели предприятия.		

	Анализ как функция маркетингового управления, ее прикладное значение в технологии маркетинговой деятельности предприятия. Стратегия развития предприятия и стратегия маркетинга. Маркетинговая программа и планирование маркетинга. Функция контроля и регулирования в маркетинговой деятельности предприятия.		
	Практические занятия	4	2
	Расчет параметров временного ряда. Прогноз продаж. Прогноз потребительских расходов. Прогноз сбыта		
	Самостоятельная работа	4	3
	Тематика домашних заданий: 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		
Тема 1.3. Стратегии маркетинга. Типы рынков в туризме	Содержание	6	1
	Стратегия и система маркетинга. Типы туристских рынков. Оценка конкурентоспособности товара. Марка и марочная политика. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий. Позиционирование товара на рынке.		
	Практические занятия	2	2
	Краткосрочное прогнозирование спроса		
	Самостоятельная работа	4	3
	Тематика домашних заданий: 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		
Тема 1.4 Стратегические и тактические маркетинговые решения о товаре. Товар и его коммерческие характеристики. Жизненный цикл товара.	Содержание	6	1
	Товар и его характеристики. Модели представления и классификация товара (услуги). Товарные линии и группы, их характеристики. Стратегические и тактические решения о развитии товарных линий и групп. Инновация как способ повышения конкурентоспособности продукции предприятия. Модификация товара. Управление ассортиментом. Марочная политика, стратегия, тактика, правовая защита Сервисное обслуживание. Виды сервиса в туризме.		
	Практические занятия	4	2

	Точечная диаграмма исследования взаимосвязи переменных маркетинга. Корреляционный и регрессионный анализ переменных маркетинга-микс		
	Самостоятельная работа	4	3
	Тематика домашних заданий: 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		
Тема 1.5. Стратегические и тактические маркетинговые решения о цене. Ценовые стратегии	Содержание	4	1
	Виды цен и особенности их применения. Цели и задачи ценообразования. Алгоритм формирования базовой цены. Виды цен и особенности их применения. Методы ценообразования. Методы расчета цен. Ценовые стратегии предприятия. Тактические решения по ценам. Виды скидок и условия их применения.		
	Практические занятия	4	2
	Метод экспоненциального сглаживания		
	Самостоятельная работа	4	3
	Тематика домашних заданий: 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания 3.		
Тема 1.6. Стратегические и тактические маркетинговые решения о сбыте.	Содержание	6	1
	Каналы распределения: назначение, уровни, организация, критерии оценки эффективности. Посредники, их функции и мотивация. Торговые посредники и их классификация, каналы распределения: уровни и типы организации. Дилеры и дистрибьюторы. Товародвижение: решения по обработке заказов, созданию запасов готовой продукции, ее хранению, транспортировке. Логистические подходы в маркетинге.		
	Практические занятия	4	2
	Прогнозирование сбыта и использование уравнения регрессии		
	Самостоятельная работа	4	3
	Тематика домашних заданий: 1 Вопросы для самоконтроля по теме		

	2. Выполнение исследовательского задания		
Тема 1.7. Организация маркетинговой деятельности предприятия. Организация оптовой и розничной торговли. Товародвижение. Бюджет маркетинга.	Содержание	4	1
	Подходы к организационному построению службы маркетинга. Организация маркетинговой деятельности. Роль службы маркетинга на предприятии туристической индустрии. Функции подразделений службы маркетинга и специалистов по маркетингу. Бюджет маркетинга. План маркетинга.		
	Практические занятия	4	2
	Точечная диаграмма исследования переменных маркетинга		
	Самостоятельная работа	4	3
	Тематика домашних заданий: 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		
Тема 1.8. Маркетинговый аудит. Сущность и методы проведения. Маркетинговый контроль.	Содержание	4	1
	Процесс маркетингового контроля. Виды и методы проведения маркетингового аудита. Ревизия маркетинга		
	Практические занятия	4	2
	Решение ситуационных задач по материалам предприятия туризма		
	Самостоятельная работа	6	3
	Тематика домашних заданий: 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		
Тема 1.9. Технология проведения маркетингового исследования и инструменты международного маркетинга. Система маркетинговой информации и методы ее сбора.	Содержание	12	1
	Понятия и направления маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Методы, алгоритмы и средства маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система предприятия. Основные подсистемы маркетинговой информационной системы, их прикладное назначение. Прикладное использование результатов маркетинговых исследований. Сегментирование туристского рынка. Подготовка аналитического отчета.		
	Практические занятия	4	2
	Методы прогнозирования объема продаж и спроса.		
	Самостоятельная работа	6	3
	Тематика домашних заданий:		

	1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания		
Тема 10. Специфика маркетинговой деятельности на внутреннем и внешнем рынках. Модель М. Портера	Содержание	4	1
	Особенности международного маркетинга. Специфика маркетинговой деятельности российских туристских предприятий на внешних рынках. Маркетинговые коммуникации. Глобальный маркетинг.		
	Практические занятия Специфика маркетинговой деятельности российских туристских предприятий на внешних	4	2
	Самостоятельная работа Тематика домашних заданий: 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2. Выполнение исследовательского задания рынках	6	3
Учебная практика. Виды работ: Ознакомление с должностными обязанностями персонала турфирмы; Изучение перечня основных и дополнительных услуг; Изучить правила по технике безопасности; Изучить график работы предприятия; Овладеть навыками работы с офисной техникой; Овладеть навыками сбора информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений; Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства; Изучить основы организации туристской деятельности; Овладеть навыками отчетности в туризме.		72	3

<p>Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ: Составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; Рассчитывать стоимость туристского продукта. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта. Оформлять документы для консульств; Оформлять страховые полисы; Анализировать и решать проблемы, возникающие ввремя тура; Проведение маркетингового исследования объектов туристского рынка. Выявление целевых сегментов рынка. Позиционирование туристского продукта. Фирменный стиль туристского предприятия. Рекламная продукция. Участие в рекламных акциях Разработка плана маркетинга туристского предприятия.</p>	72	3
--	----	---

Уровень освоения учебного материала используются следующие обозначения

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Программа профессионального модуля реализуется на базе учебных кабинетов «Стандартизация и сертификация туристских услуг», «Менеджмент и маркетинг в туризме», «Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности».

Оборудование учебного кабинета:

- персональные компьютеры ;
- рабочее место преподавателя;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- мультимедийная установка (проектор, экран);
- принтер;
- комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения: - компьютер с лицензионным программным обеспечением и средства мультимедиа (проектор, экран).

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Нормативная база

1. Федеральный Закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” № 132 - ФЗ от 24.11.96.
1. Федеральный Закон “О защите прав потребителей” № 2 – ФЗ от 09.01.96.
2. Федеральный Закон “О техническом регулировании”, принят Государственной Думой 15 декабря 2002 г.
3. Федеральный Закон “О лицензировании отдельных видов деятельности” от 08.08.2001.
4. Приказ Министерства спорта, туризма и молодежной политики РФ от 01.01.01 г. N 35 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи"
5. . ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц».
6. ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования».
7. ГОСТ Р 286810-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения».

Основные источники

1. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учеб. пособие для СПО / В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 165 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02282-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/organizaciya-turistskoy-industrii-pravovye-osnovy-414986
2. Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии : учеб. пособие для СПО / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; отв. ред. В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 205 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07372-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/organizaciya-turistskoy-industrii-422972

Дополнительные источники

1. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 366 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07713-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/menedzhment-v-turizme-423609
2. Скобкин, С. С. Экономика организации в гостиничном сервисе : учебник и практикум для СПО / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 373 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09811-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/ekonomika-organizacii-v-gostinichnom-servise-428657
3. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для СПО / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 293 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10541-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/finansovyy-menedzhment-v-turizme-i-gostinichnom-hozyaystve-430790
4. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/marketing-turistskih-uslug-424719

Интернет ресурсы

1. <http://www.rata.ru> – сайт Российского союза туристической индустрии.
2. <http://www.russiatourism.ru> - сайт Федерального агентства по туризму РФ.

3. <http://www.tourbus.ru> - сайт журнала «Турбизнес» - электронная версия.
4. <http://www.travelglossary.ru> – издательство профессиональной туристской литературы и информационный портал.
5. <http://www.travelinform.ru> – информационная система для профессионалов туристического бизнеса.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности, с рабочим учебным планом, программой профессионального модуля, с расписанием занятий; с требованиями к результатам освоения профессионального модуля: компетенциям, практическому опыту, умениям и знаниям.

В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: деловые игры, индивидуальные и групповые проекты, анализ производственных ситуаций, и т.п. в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

Оценка качества освоения профессионального модуля включает текущий контроль знаний и промежуточную аттестацию. Текущий контроль проводится в пределах учебного времени, отведенного на соответствующий раздел модуля, как традиционными, так и инновационными методами, включая компьютерные технологии. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Учебные занятия междисциплинарных курсов проводятся в соответствии с календарным учебным графиком. Предусмотрено в целях реализации компетентного 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»: 23 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». Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: - обязателен опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

По программе профессионального модуля, обеспечивается организация и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается промежуточной аттестацией, которую проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающегося не позднее двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательными учреждениями создаются фонды оценочных средств.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК-3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	- заполняет разовые заявки под конкретного и реального клиента; - ведет документацию на электронных и бумажных носителях	Текущий контроль в форме: - защиты
ПК -3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	- рассчитывает стоимость турпакета в соответствии с заявкой	Текущий контроль в форме: - защиты
ПК-3.2. Формировать туристский продукт	- оформляет турпакет; - оформляет ваучеры;	Текущий контроль в форме: - защиты

	- оформляет страховые полисы; - ведет документацию на электронных и бумажных носителях	
ПК-3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	разрабатывает анкеты; составляет опросные листы; информирует анкетированного о последовательности проведения социологического исследования; обрабатывает полученные результаты; ведет документация на электронных и бумажных носителях	Текущий контроль в форме: - защиты

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения проверяют у студентов не только сформированности 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	демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	выбор и применение методов и способов решения маркетинговых задач в сфере туризма; оценка эффективности и качества выполнения маркетинговых задач.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	решение стандартных и нестандартных маркетинговых ситуаций.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	поиск необходимой информации для эффективного выполнения задач, профессионального и личностного развития	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	использование информационно-коммуникационных технологий в маркетинговой деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	анализ инноваций в области маркетинговой деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 10. Обеспечивать безопасные условия труда в профессиональной деятельности	демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы