

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ИНСТИТУТ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА И СТРАТЕГИЙ**



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по профессиональному модулю

ПМ. 03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

специальности

43.02.10 Туризм

форма обучения – очная

срок обучения – 2 года 10 месяцев

Рабочая программа рассмотрена
на заседании ПЦМК «Профессиональных дисциплин
специальностей Коммерция и Туризм»

«*01*» *сентября* 2022 года, протокол № *1*

Председатель ПЦМК  /Е.Н. Пудовкина/

Саратов 2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	21
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	25

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ. 03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальностям СПО 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида деятельности (ВПД): «Предоставление туроператорских услуг» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
- ПК 3.2. Формировать туристский продукт
- ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта
- ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

и соответствующих общих компетенций (ОК):

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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, повышения квалификации и

профессиональной подготовке кадров в сфере туризма при наличии основного общего и среднего общего образования. Тип предприятия - туроператорская или турагентская фирма, должность-специалист по туризму.

1.2 Место профессионального модуля в структуре ППССЗ

Профессиональный модуль ПМ.03. относится к базовой части ППССЗ по специальности 43.02.10 Туризм. Для его освоения необходимы базовые знания по следующим дисциплинам: «География туризма», «Психология делового общения», «Экономика отрасли», «Русский язык и культура речи», «Психология социально-культурного сервиса и туризма». Все эти дисциплины является предшествующими для изучения ПМ.03. В процессе реализации ПМ.03. обучающиеся проходят учебную и производственную (по профилю специальности) практику.

1.3 Цели и задачи профессионального модуля

Целью овладения ПМ 03 является усвоение теоретических знаний в области формирования, продвижения и реализации туристского продукта, организации комплексного туристского обслуживания, приобретения умений применять эти знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность, и формирование компетенций.

Задачи профессионального модуля:

- изучение запросов потребителей туристских услуг;
- изучение составляющих туристского продукта;
- рассмотрение номенклатуры туристских ресурсов – природных, исторических, социально-культурных и других объектов туристского показа, познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного назначения;
- усвоение основных понятий услуг: гостиниц и иных средств размещения; общественного питания; средств развлечения; экскурсионные, транспортные; туроператорские;
- приобретение умений применять технологии формирования, продвижения и реализации туристского продукта на практике;
- изучение справочных материалов по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран, туристские каталоги;
- умение управлять первичными трудовыми коллективами.

1.4 Требования к освоениям профессионального модуля

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

иметь практический опыт:

- проведение маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездок, составление программ тура и турпакета;
- предоставление сопутствующих услуг;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура и определения цены турпродукта;
- взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта;
- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной кампании, проведение 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 представителями 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, возникающих во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туров;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

знать:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездок;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни

**Планируемые личностные результаты
в ходе реализации образовательной программы**

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.	ЛР 1
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.	ЛР 2
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности	ЛР 13
Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость	ЛР 14
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий	ЛР 15
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации	
Гибко реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, готовый к их освоению	ЛР 16
Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику.	ЛР 17
Экономически активный, предприимчивый, готовый к самозанятости	ЛР 18

**Личностные результаты
реализации программы воспитания,
определенные ключевыми работодателями**

Активно применяющий полученные знания на практике	ЛР 19
Способный перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов; позиционирующий себя в сети как результативный и привлекательный участник трудовых отношений.	ЛР 20
Способный генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики	ЛР 21
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса	
Вступающий в конструктивное профессионально значимое взаимодействие с представителями разных субкультур.	ЛР 23

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом 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 задания.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося	Курсовая работа	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	Всего, часов	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 3.1.-3.4.	Раздел 1. Предоставление туроператорских услуг	290	196	81	94	30		
	МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	170	115	36	55	30		
	МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	120	81	45	39			
	Учебная практика	72					72	
	Производственная практика (по профилю специальности)	72						72
	Всего:	434	196	81	94	30	72	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.03. Предоставление туроператорских услуг

<p>Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем</p>	<p>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа</p>	<p>Объем</p>	<p>Уровень освоения</p>
1	2	3	4
<p>Раздел 1. Предоставление туроператорских услуг</p>			

МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности			
<i>Глава 1. Основы туроперейтинга</i>			
Тема 1.1. Понятие и виды деятельности туроператора	Содер жание	2	1
	1	В о з н и к н о в е н и е т у р о п е р а т о р с к о г о	

		п р е д п р и н и м а т е л ь с т в а · О с н о в н ы е р а з л и ч и я м е ж	
--	--	---	--

		д у т у р о п е р а т о р о м и т у р а г е н т о м .			
				Пра к ти чес кие заня тия	4
				1	И с т о р и

		я	
		р	
		а	
		з	
		в	
		и	
		т	
		я	
		т	
		у	
		р	
		о	
		п	
		е	
		р	
		а	
		т	
		о	
		р	
		с	
		к	
		о	
		й	
		д	
		е	
		я	
		т	
		е	
		л	
		ь	
		н	
		о	
		с	
		т	
		и	
		2	
		А	
		Н	

а
л
и
з
р
а
б
о
т
ы
о
д
н
о
г
о
и
з
с
а
м
ы
х
к
р
у
п
п
ы
х
т
у
р
о
п

		е р а т о р о в с т р а н ы (н а в ы б о р) : н а п р а в л е н и е	
--	--	---	--

		, клиентура, партнеры, документы.		
Тема 1.2. Пакет услуг. Проектирование тура	Содержание	2		
	1	Пак		1

		е т у с л у г к а к к о м п л е к с н о е о б с л у ж и в а н и е . П р о е к	
--	--	---	--

		ти ро ва ни е ту ра . П ро г ра м м а о б с л у ж и в а н и я и е с	
--	--	--	--

		о д е р ж а н и е	
	Практическое занятие	4	
	1	С о с т а в л е н и е п р о г р а м м ы о	

		б с л у ж и в а н и я т у р и с т о в	
	2	Д е л о в а я и г р а « Ф о р м	

и
р
о
в
а
н
и
е
п
а
к
е
т
а
д
о
к
у
м
е
н
т
о
в
д
л
я
у
ч
р
е
ж
д
е
н

		и я ю р и д и ч е с к о г о л и ц а » .	
<p align="center">Тема 1.3. Государственное регулирование туристской деятельности</p>	<p align="center">Содер жание</p>	2	
	1	Ц е л и , м е т о д ы , п р и	2

		н ц и п ь , з а д а ч и и н а п р а в л е н и я г о с у д а р с т в е н н о г	
--	--	---	--

		о р е г у л и р о в а н и я · Н о р м а т и в н о - п р а в о в а я б а з а т	
--	--	---	--

		У р и с т с к о й д е я т е л ь н о с т и .	
	Практические занятия		4
	1	Х а р а к т е р и с	

Т
и
к
а
В
Т
С
(
р
о
л
ь
и
з
н
а
ч
е
н
и
е
,
с
т
р
у
к
т
у
р
а
и
н
а
п

р
а
в
л
е
н
и
е
д
е
я
т
е
л
ь
н
о
с
т
и
)
к
а
к
г
л
а
в
н
а
я
р
е
г
у

Л
И
Р
У
Ю
Ш
А
Я
С
Т
Р
У
К
Т
У
Р
А
П
О
Т
У
Р
И
З
М
У
·
С
Ц
Е
Н
К
А
Д
Е

я
т
е
л
ь
н
о
с
т
и
В
Т
С
з
а
п
о
с
л
е
д
н
е
е
д
е
с
я
т
и
л
е
т
и
е

		и е з н а ч е н и е д л я о б щ е с т в а .	
	2	П р о б л е м ы г о с у	

Д
а
р
с
т
в
е
н
н
о
г
о
р
е
г
у
л
и
р
о
в
а
н
и
я
т
у
р
и
с
т
с
к
о
й

		Д е я т е л ь н о с т и в р џ	
<p align="center">Тема 1.4. Заключение договоров с поставщиками услуг</p>	Содер жание	2	2
	1	П о с т а в ш и к и у с л у г т у р о п	

		е р а т о р а · П л а н и р о в а н и е т у р а и д о г о в о р н о й п л а н	
--	--	---	--

		· О с н о в н ы е п о л о ж е н и я д о г о в о р о в с п о с т а в ш и к а м	
--	--	---	--

		и у с л у г .	
	Практическое занятие		4
	1	С о с т а в л е н и е и о ф о р м л е н и я д о	

г
о
в
о
р
о
в
м
е
ж
д
у
ч
а
с
т
н
и
к
а
м
и
т
у
р
и
с
т
с
к
о
г
о
р

		ы н к а (н а в ы б о р).	
<p style="text-align: center;">Тема 1.5. Стандартизация и сертификация туристских услуг</p>	Содер жание	2	2
	1	П о н я т и е с т а н д а р т и з а ц и и	

		Сертификация лицензии зирования внутри Стандартиза	
--	--	--	--

		а ц и я в о б л а с т и т у р и з м а · С е р т и ф и к а ц и я т у р у с л у	
--	--	---	--

		г	
	Практические занятия		4
	1	Проблемы самостоятельной работы	

	2	Р а з б о р с и т у а ц и й п р е д о с т а в л е н и я н е к а ч е с	
--	---	---	--

Т
В
Е
Н
Н
Ы
Х
У
С
Л
У
Г
;
Н
Е
П
О
Л
Н
О
Г
О
П
Р
Е
Д
О
С
Т
А
В
Л
Е
Н
И

		я у с л у г т у р о п е р а т о р о м .	
<p>Тема 1.6.Туристские формальности: виды и цели</p>	<p>Содержание</p>	2	2
	1	В и з о в а я п о д д е р ж к	

		а · В и д ы з а г р а н п а с п о р т о в · В и д ы п р и г л а ш е н и й и в	
--	--	---	--

		и з · М е д и ц и н с к и е и в а л ю т н ы е Ф о р м а л ь н о с т и .	
	Пра кти чес кие	4	

занятия	
1	Медицинские формы альбостигмизма /
2	Анал

и
з
и
с
т
о
р
и
к
о
-
а
р
х
и
т
е
к
т
у
р
н
ы
х
п
а
м
я
т
н
и
к
о
в
В
с
е
м
и

		р н о г н а с л е д и я в р о с с и и .	
<i>Глава 2. Продвижение туристского продукта туроператора</i>			
Тема 2.1. Основные характеристики турпродукта и его структура	Содержание	2	2
	1	П о т р е б и т е л ь с	

		к и е с в о й с т в а т у р п р о д у к т а . П р е з е н т а ц и я т у р и с	
--	--	---	--

		Т с к о г о п р о д у к т а .	
<p style="text-align: center;">Тема 2.2. Программа обслуживания туристов</p>	<p style="text-align: center;">Содер жание</p>	2	
	<p style="text-align: center;">1</p>	<p style="text-align: center;">П о н я т и е п р о г р а м м ы о б с л у</p>	2

		Ж и в а н и я · В и д ы у с л у г и п р о г р а м м а о б с л у ж и в а н и	
--	--	--	--

		я		
<p style="text-align: center;">Тема 2.3. Документационное обеспечение управления у тризме</p>	Содер жание		2	
	1	Т у р и с т с к а я д о к у м е н т а ц и я · С о с т а в и с о д е		2

		р ж а н и е т е х н о л о г и ч е с к о й д о к у м е н т а ц и и .	
		Пра кти чес кие заня тия	4

	1	В Ы Б О Р В А Р И А Н Т О В Б Р О Н И Р О В А Н И Я У С Л У Г К О	
--	---	---	--

Н
Т
Р
А
Г
Е
Н
Т
О
В
·
Р
А
С
С
Ч
Е
Т
Н
Е
О
Б
Х
О
Д
И
М
О
Г
О
К
О
Л
И

		ч	
		е	
		с	
		т	
		в	
		а	
		м	
		е	
		с	
		т	
		р	
		е	
		д	
		с	
		т	
		в	
		а	
		х	
		р	
		а	
		з	
		м	
		е	
		ш	
		е	
		н	
		и	
		я	
		.	
	2	П	
		л	

а
н
и
р
о
в
а
н
и
е
и
р
а
з
р
а
б
о
т
к
а
п
р
о
г
р
а
м
м
ы
т
у
р
п
о

е
з
д
к
и
п
о
с
т
р
а
н
е
·
С
о
с
т
а
в
л
е
н
и
е
т
е
х
н
о
л
о
г
и
ч

е
с
к
о
й
к
а
р
т
ы
м
а
р
ш
р
у
т
а
в
р
а
м
к
а
х
п
р
о
г
р
а
м
м
ы
т

		У р а .	
<p style="text-align: center;">Тема 2.4. Договорные отношения в туроперейтинге</p>	Содер жание		2
	1	Д о г о в о р н ы е о т н о ш е н и я м е ж д у р е ц е п т и в	2

		н	
		ы	
		м	
		и	
		и	
		н	
		и	
		ц	
		а	
		т	
		и	
		в	
		н	
		ы	
		м	
		т	
		у	
		р	
		о	
		п	
		е	
		р	
		а	
		т	
		о	
		р	
		о	
		м	
		.	
	Лабораторные работы	4	
	1	С	
		о	
		с	

Т
а
в
л
е
н
и
е
п
р
о
г
р
а
м
м
ы
т
у
р
а
с
у
ч
е
т
о
м
н
а
ц
и
о

Н
а
л
ь
н
ы
х
о
с
о
б
е
н
н
о
с
т
е
й
т
у
р
и
с
т
о
в
:
р
о
с
с
и

		й с к и х и з а р у б е ж н ы х	
	2	И з у ч е н и е р е к л а м н ы х м е	

р
о
п
р
и
я
т
и
й
и
п
р
о
ц
е
с
с
о
в
с
т
и
м
у
л
и
р
о
в
а
н
и
я
с
б
ы
т
а

Тема 2.5. Формирование сбытовой сети	Содержание		2
	1	С б ы т : о п р е д е л е н и е , ц е л и , з а д а ч и .	2
	Практическое занятие		2
	1	И з	

У
ч
е
н
и
е
т
е
х
н
и
к
и
н
а
п
и
с
а
н
и
я
д
е
л
о
в
о
г
о
п
и
с
ь
м

а
·
С
б
з
о
р
и
а
н
а
л
и
з
а
г
е
н
т
с
к
и
х
д
о
г
о
в
о
р
о
в
р
а
з

		Н Ы Х Т С	
<p style="text-align: center;">Тема 2.6. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение</p>	Содер жание	2	
	1	О ц е н к а п о т е н ц и а л ь н ы х п а р т н е р о в . Т р	2

		е б о в а н и я , п р е д ъ я в л я е м ь е к а г е н т с к о м у с о г л а ш	
--	--	---	--

		е н и ю .	
	Пра к т и ч е с к о е з а н я т и е		2
	1	С с н о в н ы е н о р м а т и в н о - п р а в о в ы	

		е а к т ы Р Ф , р е г у л и р у ю ш и е т у р и с т с к у ю д е я т е	
--	--	---	--

		Л Ь Н О С Т Ь	
<i>Глава 3. Организация обслуживания туристов</i>			
	Содержание		2
	1	К а т а л о г т у р о п е р а т о р а к а к о с н о в	2

**Тема 3.1.
Каталог
туроператора**

		н о й н о с и т е л ь и н ф о р м а ц и и д л я п р о д в и ж е н и я т у р и	
--	--	---	--

		с т с к о г о п р о д у к т а . В и д ы к а т а л о г о в .		
Тема 3.2. Участие в выставках	Содер жание		2	
	1	В и д ы в ы		2

		с т а в о ч н ы х м е р о п р и я т и й в т у р и з м е , и х ц е л и и з а д	
--	--	---	--

		а ч и .	
<p style="text-align: center;">Тема 3.3. Классификация международных ярмарок</p>	Соде ржан ие		2
	1	П р о ц е д у р а з а к л ю ч е н и я в н е ш н и х с д е л о	2

		к · П о д г о т о в к а к о м м е р ч е с к и х п р е д л о ж е н и й и з а п	
--	--	---	--

		р о с о в · О с о б е н н о с т и п р о в е д е н и я д е л о в ы х п е р е г	
--	--	---	--

		о в о р о в . П о д п и с а н и е и с п о л н е н и е к о н т р а к т о в .	
--	--	--	--

	Содержание		2
	1	В ы с т а в к и с р е д и н с т р у м е н т о в м а р к е т и н г а · П	2

**Тема 3.4.
Регистрация и
оформление
выставочного
стенда**

		р о ц е с с р е г и с т р а ц и и о с б е н н о с т и о ф о р м л е н и я	
--	--	---	--

		В Ы С Т А В О Ч Н Ы Х С Т Е Н Д О В П Л А Н И Р О В А Н И Е П Р О В Е Д Е Н И	
--	--	---	--

		я в ы с т а в о к	
<p style="text-align: center;">Тема 3.5. Менеджмент и стратегия обслуживания</p>	Содер жание		2
	1	П о н я т и е с т р а т е г и и о б с л у ж и в а н и	2

		я · П р о г р а м м н о е о б с л у ж и в а н и е и г о с т е п р и и м с т в	
--	--	---	--

		о		
<p style="text-align: center;">Тема 3.6. Качество обслуживания и способы его регулирования</p>	Содержание		2	
	1	П О Н Я Т И Я : « к а ч е с т в о п р о д у к ц и и » , « к а ч е с		2

		Т В О У С Л У Г И » , « К А Ч Е С Т В О Т У Р И С Т С К О Г О Б С Л У Ж И В	
--	--	--	--

		а н и я » · р а б о т ы п о о б е с п е ч е н и ю с и с т е м ы к а ч е с т в	
--	--	---	--

		а т у р и с т с к о г о б с л у ж и в а н и я .	
Глава 4. Безопасность путешествия			
Тема 4.1. Общее понятие безопасности путешествия	Содержание	2	
	1	Т р е б о в а н и	2

		е Г О С Т а Р о с с и и 5 0 6 4 4 - 9 4 п о о б е с п е ч е н и ю б е з о п а	
--	--	---	--

		С Н О С Т И Т У Р И С Т О В И Э К С К У Р С А Н Т О В · П О Н Я Т И Е Б Е З О	
--	--	---	--

		п а с н о с т и п у т е ш е с т в и я · П л а н и р о в а н и е м е р о п р и	
--	--	---	--

		я т и й п о у с т р а н е н и ю о п а с н о с т е й н а м а р ш р у т е .	
Тема 4.2.	Содер жание	2	2

<p>Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для туристов</p>	<p>1</p>	<p>В О З М О Ж Н О С Т И В О З Н И К Н О В Е Н И Я С П Е Ц И Ф И Ч Е С К И Х Ф А</p>	
---	-----------------	--	--

		к т о р о в р и с к а в т у р и з м е · Т е х н о г е н н ы е и п р и р о д н	
--	--	---	--

		ы е ф а к т о р ы р и с к а · С о с т а в л е н и е т у р и с т и ч е с к и х	
--	--	---	--

		М а р ш р у т о в с у ч е т о м в о з м о ж н о с т и в о з н и к н о в е н и	
--	--	---	--

		я п р и р о д н ы х и т е х н о г е н н ы х к а т а с т р о ф	
Тема 4.3. Эпидемиологическа я и бактериологическа я безопасность туристов, медицинские риски	Содер	С	2
	жание		а
	1	н	
		и	
		т	

		а р н ы е Ф о р м а л ь н о с т и . О т в е т с т в е н н о с т ь т у р и с т	
--	--	---	--

		с к о й Ф и р м ы з а в а к ц и н а ц и ю т у р и с т о в п р и о т п р а в к	
--	--	---	--

		е и х в с т р а н ы и р е г и о н ы , н е б л а г о п о л у ч н ы е п о с о	
--	--	--	--

		б о п а с н ы м и н ф е к ц и я м .	
<p align="center">Тема 4.4. Страхование туристов и профессиональная ответственность туроператора</p>	<p align="center">Содер жание</p>	2	
	1	С т р а х о в ы е г а р а н т и и	2

		Ж и з н и , з д о р о в ь я и б а г а ж а п а с с а ж и р о в , з а л о ж е н	
--	--	---	--

		н ы е в а в и а б и л е т е · у с л о в и я с т р а х о в а н и я т у р и с т	
--	--	---	--

		О в , о т п р а в л я ю щ и х с я в з а р у б е ж н у ю п о е з д к у . Д о п	
--	--	--	--

О
Л
Н
И
Т
Е
Л
Ь
Н
Ы
Е
В
И
Д
Ы
С
Т
Р
А
Х
О
В
А
Н
И
Я
Т
У
Р
И
С
Т
О
В
.

*Глава 5.
Финансово-экономические
аспекты туроперейтинга*

	Содержание		2
	1	З а д а ч и ф и н а н с о в о - э к о н о м и ч е с к о й д е я т е л ь н	2

**Тема 5.1.
Финансовая схема
работы
туроператора**

		о с т и т у р о п е р а т о р а · Ф и н а н с о в ы е с х е м ы р а б о т ы и	
--	--	---	--

		н и ц и а т и в н о г о и р е ц е п т и в н о г о т у р о п е р а т о р о в .	
--	--	---	--

		О с н о в н ы е а с п е к т ы Ф и н а н с о в о - э к о н о м и ч е с к о й Д	
--	--	---	--

		е я т е л ь н о с т и т у р о п е р а т о р а .	
<p align="center">Тема 5.2. Ценообразование</p>	Содер жание		2
	1	Ф а к т о р ы , в л и я	

		Ю ш и е н а у р о в е н ь , д и н а м и к у и м е т о д и к у ц е н о о б р а	
--	--	---	--

		з о в а н и я т у р о п е р а т о р а .	
<p style="text-align: center;">Тема 5.3. Учетная политика туристской фирмы</p>	Содер жание	2	
	1	У ч е т н а я п о л и т и к а т	2

		У р и с т с к о й Ф и р м ы · О с н о в н ы е а с п е к т ы у ч е т н о й п о	
--	--	---	--

		л и т и к и т у р о п е р а т о р а .	
	Содержание	1	
Тема 5.4. Налогообложение и оплата счетов поставщиков услуг	1	Н а л о г о о б л о ж е н и е и о	2

		П Л А Т А С Ч Е Т О В П О С Т А В Ш И К О В У С Л У Г · В И Д Ы Н А Л О Г О В	
--	--	---	--

		ы х п р а в о н а р у ш е н и й . О с о б е н н о с т и о п л а т ы с ч е т о	
--	--	---	--

		в в т у р и с т и ч е с к о м б и з н е с е .	
Экзамен			
Тематика курсовых работ по МДК.03.01:		3 0	
1. Анализ визовых формальностей стран Шенгенского соглашения			
2. Особенности рекламы туристского продукта			
3. Анализ деятельности ведущего международного туроператора на			

примере конкретной
компании

4. Анализ гостиничного
предприятия по
выбору
5. Анализ популярных
туристских
направлений отдыха
россиян
6. Технология
разработки
экстремального
туристского маршрута
7. Особенности
разработки
событийного тура
8. Особенности
разработки
экологического тура
9. Особенности
организации
автобусных туров
10. Анализ основных
направлений детского
отдыха за рубежом
11. Особенности
формирования рынка
туристских услуг в
России
12. Анализ системы
страхования туристов
в России
13. Инновационные
технологии
обслуживания

клиентов (на примере).

14. Особенности работы с претензиями туристов.
15. Анализ преимуществ и недостатков франчайзинга в агентском бизнесе
16. Обучающий туризм: технология формирования туристского продукта и обслуживания туристов.
17. Анализ экзотических программ на рынке туристских услуг.
18. Проекты и программы обслуживания в области маршрутов по местам боевой славы.
19. Проекты и программы обслуживания в области лечебно-оздоровительного туризма.
20. Проекты и программы обслуживания в области горнолыжного туризма.
21. Технология разработки экстремальных туров.
22. Разработка программ ознакомительных

туров по регионам
России.

23. Проектирование туристского продукта в области паломнического туризма.
24. Использование компьютерных программ бронирования в работе туроператора.
25. Обеспечение безопасности туристов в путешествии.
26. Разработка стратегии обслуживания туристов (на примере города РФ, области РФ).
27. Работа представителей туроператоров в системе обслуживания туристов.
28. Тенденции и перспективы развития событийного туризма в России (на примере города, области, округа РФ).
29. Принципы работы туроператора и турагента в условиях франчайзинга.

30. Развитие рецептивного туроперейтинга в регионе (по регионам России).	
31. Основные правила и методика составления программ туров.	
32. Продвижение туристских продуктов на рынке туристских услуг.	
33. Рекламная деятельность туроператорской фирмы.	
34. Автоматизация рабочего места специалиста по туризму.	
35. Организация страхового и медицинского обеспечения путешествий.	
36. Туристские ресурсы г. Воронежа и перспективы их использования в туроператорской деятельности.	
37. Анализ услуг перевозки в составе туристского продукта.	
Самостоятельная работа при изучении МДК 03.01.	5
	5

Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).

Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.

Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров.

Выявление в СМИ, электронных изданиях и анализ предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором в соответствии с законодательством РФ.

Мониторинг предложений туроператоров.

Анализ причин возникновения ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг.

Составление программы экскурсионного обслуживания по маршруту в России для зарубежных туристов.

Составление программы экскурсионного обслуживания по за рубежом для российских туристов.

Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы.

Подготовка доклада на тему «Оформление рабочего места менеджера турфирмы».

Поиск информации о характеристиках российских туроператорских фирм.

Поиск информации об условиях взаимодействия и туроператоров и турагентов.

Изучение сайтов туроператоров.

Подготовка информации для оформления памятки туристу.

Подготовка информации о дополнительных страхованиях туриста.

Изучение бланков проездных документов, страховых полисов, ваучеров.

Отчет об экскурсии на предприятие туриндустрии.

Сбор информации о крупных туроператорах региона для практического занятия.

Создание компьютерной презентации.

Сбор информации о стратегиях конкретных турфирм.

Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке.

Сбор рекламных материалов, их анализ и оценка.

Подготовка компьютерной презентации программы тура для выставки.

Сбор материалов для разработки фирменного стиля туристской организации.

Посещение выставок ярмарок.
Сбор и анализ информации об участниках рынка.
Подготовка к самостоятельной профессиональной деятельности на туристских предприятиях в сфере менеджмента, ориентированного в том числе на мотивацию потребительского спроса.
Ознакомление с должностными обязанностями персонала турфирмы.
Изучение перечня основных и дополнительных услуг.
Формирование навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости услуг.
Изучение правила по технике безопасности.
Изучение графика работы предприятия.
Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства и работы с офисной техникой.
Изучение основ организации туристской деятельности.
Составление доклада на тему (на выбор):
1. «Варианты сочетания основных услуг в турпродукте»
2. «Определение доли и емкости местного туристского рынка».
3. «Определение эластичности спроса на туристский продукт».

<p>4. «Туристские центры в мировом туризме».</p> <p>5. «Методы формирования туров по России для иностранных туристов».</p> <p>6. «Организация паспортных формальностей».</p> <p>7. «Составление договора о туристском обслуживании».</p> <p>8. «Этапы разработки и утверждения туристского маршрута».</p> <p>9. «Организация страхового дела».</p> <p>Подготовка и написание курсовой работы.</p>				
<p>МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме</p>				
<i>Глава 1 Введение в маркетинг в туризме</i>				
<p>Тема 1.1 Теоретические основы и концепции маркетинга в туризме</p>	Содержание		4	1
	1	<p>Сущность и содержание маркетинга Роль маркетинга в рыночной экономике.</p>		
	2	<p>Функции маркетинга Цели, задачи и принципы маркетинга.</p>		
	Практические занятия		4	
	1	Изучение комплекса маркетинга туристских услуг.		
2	Сравнительный анализ по развитию предприятий туризма в странах мира.			
<p>Тема 1.2 Маркетинговые исследования и система маркетинговой информации туристского предприятия</p>	Содержание		4	1
	1	<p>Концепции маркетинга Виды маркетинга.</p>		
	2	<p>Маркетинговые исследования Необходимость и условия применения маркетинга в деятельности предприятий в России.</p>		
	Практические занятия		4	
	1	Проведение маркетинговых исследований рынка.		
2	Составление маркетинговых планов.			
<i>Глава 2. Исследование туристического рынка</i>				

<p>Тема 2.1. Исследование среды маркетинга туристского предприятия</p>	Содержание		4	2
	1	Задачи маркетингового исследования Исследования маркетинговой внешней и внутренней среды предприятия. Влияние внутренней и внешней среды на формирование и продвижение туристического продукта		
	2	Сбор, обработка и анализ информации маркетинговой среды Характеристика проведения исследований. Маркетинговая среда и ее слагаемые. Внутренняя среда предприятия. Микросреда. Факторы и их характеристика.	6	
	Практические занятия			
	1	Выявление сильных и слабых сторон туристического продукта.		
	2	Определение возможностей и угроз внешней среды туристических предприятий.		
	3	SWOT-анализ (исследование туристического продукта).		
<p>Тема 2.2 Поведение потребителей на рынке туристских услуг</p>	Содержание		4	2
	1	Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятия клиентом решения о покупке. Типы покупателей. Управление возражениями клиента. Функции грамотного использования вопросов. Типы вопросов клиенту: открытые и закрытые вопросы. Конструктивные и альтернативные вопросы. Риторические и контрольные вопросы. Переломные и встречные вопросы. Приемы слушания. Работа с возражениями и сомнениями клиента туристической компании. Диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. Способы и методы обработки возражений. Стимулирование клиента на покупку.		
	2	Модель поведения потребителей на рынке Сегментирование рынка в деятельности фирм. Изучение потребителя. Теории мотивации и поведения потребителей.	6	
	Практические занятия			
	1	Маркетинговые исследования (туристического продукта).		
	2	Сегментирование туристических продуктов на рынке.		
	3	Сегментирование потребителей туристического рынка.		
<p>Тема 2.3 Особенности ценообразования на рынке туристских услуг</p>	Содержание		4	2
	1	Факторы ценообразования Ценовая политика туристического предприятия. Цена турпродукта. Цена в комплексе маркетинга туристской фирмы. Основные этапы ценообразования туристского продукта.		
	2	Ценовая стратегия. Дифференциация цен, скидки Факторы, цели, методы, стратегия и тактика ценообразования в сфере туризма. Понятие качества и его виды.	4	
	Практические занятия			
	1	Расчет цены, себестоимости туристического продукта.		
	2	Расчет себестоимости тура.		

Тема 2.4. Управление распределением и сбытом услуг туристских предприятий	Содержание		4	2
	1	Сбыт в современных условиях развития туризма Сбытовые стратегии. Стимулирование торгового персонала. Стимулирование посредников. Стимулирование потребителей. Инструменты стимулирования: скидки с цен, образцы, премии, зачетные талоны, купон, презентации продукта, продажа туров в кредит, анимация продаж, конкурсы, игры, витрины, лотереи.		
	2	Каналы сбыта Договорные отношения между субъектами туррынка.	4	
	Практические занятия			
	1	Задачи на емкость туристского рынка Ресторанный бизнес.		
	2	Определение канала сбыта методом симплекс таблиц.		
Тема 2.5. Управление качеством услуг в гостинично-туристском бизнесе	Содержание		4	2
	1	Понятие качества Стандарты качества.		
	2	Управление качеством Виды качества: базовое, желаемое, требуемое	4	
	Практические занятия			
	1	Изучение поведения потребителей в туристическом бизнесе.		
	2	Семинарское занятие по теме «Система качества туристических услуг».		
Глава 3. Маркетинговые технологии в туризме				
Тема 3.1 Маркетинговая коммуникационная стратегия туристского предприятия	Содержание		4	2
	1	Сущность маркетинговых коммуникаций туристской фирмы Процесс коммуникаций в сфере туризма. Разработка коммуникационной стратегии индустрии туризма. Установление целей коммуникаций. Сравнительная характеристика основных средств продвижения туристского продукта. Факторы, влияющие на формирование структуры маркетинговых коммуникаций. Стратегия «проталкивания турпродукта». Стратегия привлечения турпродукта. Формирование бюджета фирмы. Имидж фирмы. Товарный знак.		
	2	Этапы маркетингового стратегического планирования Ситуационный анализ. Планирование целей предприятия. Разработка альтернативных стратегий. Выбор и оценка стратегии. Элементы маркетинговых стратегий туристских предприятий. Товарная стратегия. Ценовая стратегия. Сбытовая стратегия. Коммуникационная стратегия.	4	
	Практические занятия			
	1	Оценка туристических услуг в маркетинге.		
	2	Деловая игра «Развитие коммуникационных навыков».		
Тема 3.2.	Содержание		2	2

Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций	1	Признаки рекламной кампании. Планирование и осуществление рекламных кампаний. Подходы в разработке рекламного обращения. Рекламный слоган. Формирование рекламного бюджета. Определение общего объема средств на рекламу. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Нестандартные приемы продвижения турпродуктов. PR – технологии.		
	Практическое занятие		6	
	1	Использование концепции ЖЦТ.		
	2	Определение ЖЦТ туристического продукта.		
	3	Планирование рекламной компании туристических услуг.		
Тема 3.3. Организация и проведения маркетинговых исследований в туризме	Содержание		2	2
	1	Сущность, необходимость и направления маркетинговых исследований.		
	Практические занятия		3	
	1	Выбор ценовой стратегии фирмы на туристском рынке.		
	2	Наполнения продуктового портфеля фирмы. Матрица БКГ.		
Экзамен				
Самостоятельная работа обучающихся по МДК 03.02			39	
<p>Подготовить конспект на тему: «История маркетинга в туризме» Самостоятельная работа обучающихся: Составление кроссворда из известных терминов маркетинга. Подготовить сообщение на тему: «Значение маркетинга в жизни общества». Провести краткий обзор материалов журнала «Маркетинг Менеджмент» по вопросам статистического наблюдения за два года. Подобрать различные виды таблиц из статистических ежегодников и данных периодической печати. Определить основные элементы и виды таблиц по характеру разработки подлежащего и сказуемого. Изучить системы маркетинговых показателей в туризме показателей. На базе близлежащего магазина определить общий объем отдельных видов продукции, выражая отдельные ее виды в условных единицах. Подготовить реферат на тему: «Выставки и ярмарки в туризме». Подготовить доклад на тему: «История маркетинга» Выполнение электронного теста по теме. Подготовить конспект на тему: «Маркетинговые методы исследования в туризме», «Виды рекламных агентств»</p>				
Учебная и производственная практика (по профилю специальности).			144	
Виды работы: 1. Ознакомление с предприятием практики Ознакомление с организацией: ее типом, специализацией, профилем, местом расположения, режимом работы, перечнем основных и дополнительных услуг, предоставляемых клиентам. Знакомство с материально-технической базой организации: планировкой, количеством офисов, наличием подъездной зоны, зоны парковки, удобство и наличие ориентиров по местонахождению фирмы, наружная реклама.				

<p>2.Проведение маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам Изучение сложных разнородных элементов туристического продукта. Анализ жизненного цикла туристического продукта (на конкретном примере) Анализ потребительских предпочтений туристического продукта Составление базы данных по туристическим продуктам</p> <p>3.Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета, предоставление сопутствующих услуг Изучение программ тура и турпроекта конкретного агентства Анализ планирования программ турпоездок в соответствии с запросами заказчиков Составление программы тура в соответствии с программой импортозамещения и поддержки отечественного производителя. Составление турпакета с включением основных, дополнительных, сопутствующих услуг заказчику</p> <p>4.Решение проблем, возникающих на маршруте Обзор проблем часто возникающих во время туристической поездки Анализ проблем, возникающих на маршруте тура Предложение мероприятий по предупреждению возникновения проблем на маршруте тура</p> <p>5. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура и определения цены турпродукта Проведение расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура. Определение цены туристического продукта в соответствии со всеми затратами и с учетом получения прибыли организации</p> <p>6. Взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта Анализ деятельности турагента в сфере туристических услуг Изучение порядка взаимодействия туроператора и турагента Изучение ответственности туроператора и турагента по договору о реализации туристского продукта Изучение особенностей договорных отношений туроператора и турагента</p> <p>7.Анализ работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг Анализ российского рынка туристических услуг Изучение особенностей работы с российскими клиентами Изучение специфики работы с иностранными клиентами Анализ преимуществ и недостатков российских иностранных заказчиков туристического продукта</p> <p>8. Планирование рекламной кампании, проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках Составление рекламных мероприятий с целью продвижения туристического продукта Составление и проведение презентаций по продвижению туристического продукта конкретной организации</p>		
--	--	--

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета турагентской и туроператорской деятельности, а также учебного (тренингового) офиса.

Оборудование учебного кабинета:

- комплекты бланков технологической документации;
- комплект учебно-методической документации;
- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя
- комплекты учебно-наглядных пособий по разделам дисциплины;
- библиотечный фонд;

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением
- мультимедийная установка

Реализация программы профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику (по профилю специальности).

3.2 Учебно-методическое обеспечение по дисциплине

Основные учебные издания:

1. Кулибнова В.В. Сервисная деятельность. Маркетинг: учебник и практикум для СПО/ В.В. Кулибанов. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 219 с.

Дополнительные учебные издания:

2. Валеева Е.О. Организация туристской индустрии [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Валеева Е.О.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 242 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31939.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Валеева Е.О. Технология и организация турагентской деятельности [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Валеева Е.О.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 74 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31940.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Веселова Н.Ю. Технология и организация сопровождения туристов [Электронный ресурс]: Учебное пособие для СПО/ Веселова Н.Ю., Иванова Н.В., Мальшина Н.А.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2018.— 61 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74506.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Восколович Н.А.— Электрон.текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 207 с.— Режим доступа:

- <http://www.iprbookshop.ru/81792.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Глоссарий профессиональных терминов по тематике туризма, гостиничного хозяйства и общественного питания [Электронный ресурс]/ М.В. Арифиллин [и др.].— Электрон.текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2017.— 92 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74716.html>.— ЭБС «IPRbooks»
 7. Горбанёв В.А. Общественная география зарубежного мира и России [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Экономика», «Социально-экономическая география» и «Природопользование»/ Горбанёв В.А.— Электрон.текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 487 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83063.html>.— ЭБС «IPRbooks»
 8. Исмаев Д.К. Организация въездного туризма в Российскую Федерацию [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Исмаев Д.К.— Электрон.текстовые данные.— М.: Книгодел, МАТГР, 2019.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/3771.html>.— ЭБС «IPRbooks»
 9. Королева Л.В. География туризма [Электронный ресурс]: Практикум/ Королева Л.В.— Электрон.текстовые данные.— М.: Российская международная академия туризма, Логос, 2015.— 64 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51856.html>.— ЭБС «IPRbooks»
 10. Мальшина Н.А. Менеджмент [Электронный ресурс]: Учебное пособие для СПО/ Мальшина Н.А.— Электрон.текстовые данные.— Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018.— 100 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76994.html>.— ЭБС «IPRbooks»
 11. Сизова Д.А. Бизнес-планирование в туризме [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Сизова Д.А.— Электрон.текстовые данные.— М.: Российский новый университет, 2015.— 144 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21264.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Методические указания для обучающихся по освоению модуля:

12. Методические рекомендации к практическим и лабораторным занятиям, утвержденные ПЦМК.
13. Методические рекомендации к самостоятельным работам, утвержденные ПЦМК.

Периодические издания:

14. Сервис plus. Издательство: Российский государственный университет туризма и сервиса. — ЭБС «IPRbooks»
15. Наука 2020. Издательство: Межрегиональная Академия безопасности и выживания. — ЭБС «IPRbooks»
16. Автономия личности. Издательство: Межрегиональная Академия безопасности и выживания. — ЭБС «IPRbooks»
17. Известия Уральского Федерального университета. Серия 3. Общественные науки. Издательство: Уральский федеральный университет. — ЭБС «IPRbooks»
18. Вестник спортивной науки: Издательство Спорт. — ЭБС «IPRbooks»

Интернет-ресурсы:

19. Журнал «Турбизнес» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.tourbus.ru/archive/>
20. ФЗ РФ от 28.07.2012 №133-ФЗ «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=182775>
21. ФЗ РФ от 24.11.1996 №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
22. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Программа профессионального модуля реализуется в течение двух семестров.

В процессе обучения основными формами являются: аудиторные занятия, включающие лекции, практические и лабораторные занятия, а также самостоятельная работа обучающегося. Тематика занятий соответствует содержанию программы данного профессионального модуля.

Теоретические занятия формируют у обучающихся системное представление об изучаемых разделах профессионального модуля, обеспечивают усвоение ими основных дидактических единиц, готовность к восприятию профессиональных технологий, а также способствуют развитию интеллектуальных способностей.

Практические и лабораторные занятия обеспечивают закрепление теоретического материала, приобретение и закрепление необходимых умений и навыков, формирование профессиональных компетенций, готовность к индивидуальной, групповой и самостоятельной работе, принятию ответственных решений в рамках определенной профессиональной компетенции.

Самостоятельная работа проводится вне аудиторных часов и составляет до 50% от обязательной аудиторной нагрузки обучающегося. Самостоятельная работа включает в себя работу с литературой, подготовку докладов и рефератов по выбранной теме, отработку практических умений, способствует развитию познавательной активности, творческого мышления обучающихся, прививает навыки самостоятельного поиска необходимой информации, а также формирует способность и готовность к самосовершенствованию, формированию общих и профессиональных компетенций.

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику (по профилю специальности). Практика проводится образовательным учреждением при освоении обучающимися профессиональных компетенций.

4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация профессионального модуля обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю модуля.

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):

Высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля)

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной направленности.

Стажировка в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин: «Технология и организация туроператорской деятельности»; «Маркетинговые технологии в туризме».

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Показатели оценки результатов, формы и методы контроля

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	- демонстрация навыков проведения маркетинговых исследований рынка туристских услуг	Устный экзамен. Экспертная оценка на практическом экзамене Экспертная оценка выбранного варианта
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	-демонстрация навыков формирования востребованного туристского продукта	Устный экзамен. Экспертная оценка на практическом экзамене Экспертная оценка выбранного варианта
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	- демонстрация навыков расчёта стоимости турпродукта	Устный экзамен. Экспертная оценка на практическом экзамене Экспертная оценка выбранного варианта
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	- изложение последовательности и содержания технологии взаимодействия с турагентами по реализации и продвижения турпродукта; - демонстрация навыков составления обоснованного плана продвижения туристских продуктов на рынок	Устный экзамен. Экспертная оценка на практическом экзамене Экспертная оценка выбранного варианта

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- обоснования выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области бронирования; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	- планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься	--постановка и выполнение задач личностного развития, -повышение интеллектуального уровня в	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.

самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	соответствии с выбранной специальностью	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.