

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САЯНСКИЙ ТЕХНИКУМ СТЭМИ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МОДУЛЯ**

**ПМ 03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ**

Наименование специальности:

**43.02.10 Туризм**

Квалификация выпускника

**Специалист по туризму**

2018г.

Рассмотрена  
на заседании педагогического  
совета  
Протокол № \_\_\_\_\_  
от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_ г.

Утверждаю  
Директор ЧОУ ПО СТЭМИ  
\_\_\_\_\_/М.Н. Соболев/  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_ г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг» разработана на основе примерной программы профессионального модуля Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального СПО 43.02.10 «Туризм»

Организация-разработчик: ЧОУ ПО «СТЭМИ»

Разработчики: Меркулова Елена Анатольевна, преподаватель ЧОУ ПО «СТЭМИ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РЕКОМЕНДОВАНА МЕТОДИЧЕСКИМ СОВЕТОМ ЧОУ ПО «СТЭМИ»

## **СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	20
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	23

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

### 1.1. Область применения программы

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

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

ПК 3.2 Формировать туристский продукт.

ПК 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта.

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

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке специалистов сферы туризма, при наличии среднего (полного) общего образования.

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

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

**иметь практический опыт:**

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

**уметь:**

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;

- проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- оформлять страховые полисы;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование 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

### **1.3. Освоение программы профессионального модуля способствует формированию общих и профессиональных компетенций:**

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

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

**1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**  
всего – 496 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 352 часа, включая:  
обязательной аудиторной нагрузки обучающегося – 250 часов;  
самостоятельной работы обучающегося – 102 часов;  
учебной и производственной практики – 144 часа.



## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

### 2.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика, часов	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа	Учебная	Производственная
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	В т.ч. курсовая работа, часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 3.1-3.4 ОК 1-9	МДК. 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	182	129	72	-	53	36	36
ПК 3.1.-3.4 ОК 1-9	МДК. 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	170	121	25	20	49	36	36
	<i>Всего:</i>	352	250	97	20	102	72	72

## 2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю предоставление туроператорских услуг

Наименование профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объём, часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>МДК.03.01.Технология и организация туроператорской деятельности</b>			
<b>Раздел 1. Основы туроператорской деятельности</b>		<b>18</b>	
<b>Введение</b>	Место знаний по учебной дисциплине в процессе освоения профессиональной программы по специальности.	2	
<b>Тема 1.1.</b> Туроператорская и турагентская деятельность	<b>Содержание</b>	4	
	1. Общая характеристика организации туроператорской и турагентской деятельности. Финансовое обеспечение организаций.		2
	2. Объекты страхования ответственности туроператора. Страховые случаи и сумма страхования по договору.		2
	3. Единый федеральный реестр туроператора. Социально-экономическая сущность маркетинга		2
	4. ФЗ «Об основах туристской деятельности». ФЗ «О защите прав потребителей». Требования к организации туроператорской деятельности. Виды туроператоров.		2
	<b>Практические занятия:</b>	6	
	1. Основные положения туроператорской деятельности в нормативно-правовых документах		
	2. Основные этапы создания туроператора.		
	<b>Самостоятельная работа</b> 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.	6	

	5. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. 6. Правила оказания услуг общественного питания.		
<b>Раздел 2. Технология и организация формирования туристского продукта</b>		<b>49</b>	
<b>Тема 1.2</b> Условия создание привлекательного туристского продукта	<b>Содержание</b>	4	
	Изучение запросов потребителей. Потребительские свойства турпродукта.		
	Технология обслуживания. Классы обслуживания.		
	Пакет услуг.		
	<b>Самостоятельная работа</b> Формирование программного тура	7	
<b>Тема 1.3</b> Проектирование тура и программа обслуживания	<b>Содержание</b>	10	
	Технологическая документация проектирования тура.		
	Требования к процессу разработки турпродукта.		
	Разработка программы обслуживания туристов.		
	Составление турпакетов с использованием иностранного языка		
	Тематическая программа обслуживания и предоставление сопутствующих услуг		
	<b>Практические занятия</b>	6	
	Пути повышения качества разработки турпродукта.		
	<b>Самостоятельная работа</b> Требования к проектируемой туристской услуге. Структура маркетингового исследования туристского спроса Создание туристического продукта. Реализация тура.	6	
<b>Тема 1.4</b> Организация туристского маршрута	<b>Содержание</b>	6	
	Содержание программ туристских маршрутов		
	Обслуживания туриста в офисе		
	Ориентация на потребителя основной принцип маркетинга		
	Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг		
	Мотивы поведения потребителей		
	Оценки степени удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей		
	составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов, составлять турпакеты с использованием иностранного языка;		
	<b>Практические занятия</b>	6	
	Виды туров и их особенности.		
<b>Тема 1.5</b> Проведение	<b>Содержание</b>	4	

туристского маршрута	Туры без сопровождения руководителем группы. Туры, сопровождаемые руководителем группы			
	Этапы выполнения внутреннего тура			
	Послемаршрутное оформление документов			
	Решение проблем возникающих во время тура, принимать меры по их устранению			
Раздел 3. Расчет стоимости туристского продукта.			33	
Тема 1.6 Расчет стоимости турпродукта и ценообразование	Финансовая схема работы туроператора.		4	
	Система комиссионных вознаграждений турагентств.			
	Разработка туристского продукта			
	Ценообразование стоимости турпродукта			
	Практические занятия		6	
	Виды и методы ценообразования турпродукта.			
Тема 1.7 Учетная политика и налогообложение	Самостоятельная работа		6	
	Система скидок.			
	Безналичная форма расчетов			
Тема 1.7 Учетная политика и налогообложение	Учетная политика туроператора. Налогообложение. Оплата счетов поставщиков услуг.		4	
	Практические занятия		6	
	Расчет стоимости услуг.			
	Контрольная работа по разделу «Расчет стоимости туристского продукта»		6	
	Самостоятельная работа			
Льготы и преференции предприятий туристской отрасли.				
Анализ налоговой нагрузки на деятельность туристского предприятия.				
Понятие минимизация налогов и понятие налогового щита. Налоговые щиты, их классификация и роль в сфере туризма.				
Раздел 4. Продвижение туристского продукта			83	
Тема 1.8 Технология предреализационных процессов в сфере туризма	Содержание		4	
	1.	Этапы предреализационных процессов		
	2.	Установление договорных отношений между участниками туристского рынка		
	3.	Формирование тура или туристского продукта		
	4.	Продвижение тура. Бронирование услуг		
	Практические занятия Договора между туроператорами и с поставщиками туристских услуг. Основные требования и их регулирование		6	

	<b>Самостоятельная работа</b> Выполнение домашних заданий. Туристская услуга и ее свойства. Отличительные особенности туристского продукта Поставщики услуг Переговоры с поставщиками услуг	7	
Тема 1.9 Документация туристской фирмы	<b>Содержание</b>	5	
	1. Учредительные и иные разрешительные документы		2
	2. Документы относящиеся к разработке туров. Документы выдаваемые туристам		2
	3. Основной отчетный документ турфирмы - туристская путевка.		
	4. Ведение документооборота фирмы с использованием информационных технологий		
	<b>Практические занятия</b>	6	
	1. Технологическая карта тура и информационный листок к туристской путевке Контрольная работа по разделам 1 и 2.		
	2. Оформление туристской путевки		
	<b>Самостоятельная работа</b> Выполнение домашних заданий. Договор с гостиницей и авиаперевозчиком: особенности и условия Справочная документация туроператора	7	
Тема 1.10 Права и обязанности турфирм и туристов	<b>Содержание</b>	4	
	1. Права туристских организаций.		2
	2. Обязанности турфирмы по выполнению условий тура.		2
	3. Права туриста.		2
	4. Особенности переговоров с иностранными партнерами.		2
	5. Организация доставки туристов к месту назначения		2
	6. Организация размещения, питания и экскурсионной программы туристов.		2
	7. Система анализа маркетинговой информации		2
	<b>Практические занятия</b>	6	
	1. Формирование туристского продукта.		
	2. Составление необходимых документов для переговоров с иностранными партнерами.		

	3.	Составление договоров с предприятиями предоставляющими услуги проживания, питание и экскурсионные.		
Тема 1.11 Реализация туристского продукта	Содержание		2	2
	1.	Содержание договор о реализации турпродукта. Структура турпродукта		2
	2.	Позиционирование тупродукта. Жизненный цикл турпродукта		2
	3.	Формирование сбытовой сети туроператора.		2
	4.	Агентские соглашения. Агентские сети и франчайзинг.	2	
	Практические занятия		6	
1.	Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора			
Тема 1.12 Реклама и нерекламные виды продвижения турпродукта.		2		
1	Реклама туристского продукта.			
2	Нерекламные методы продвижения туристского продукта. Каталог туроператора. Участие в выставках			
Практические занятия		6		
1	Разработка каталога туроператора.			
Самостоятельная работа 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		7		
Тема 1.13 Информационные технологии продвижения турпродукта	Содержание		2	
	1	Программные продукты бронирования туров. Интернет-технологии бронирования турпутевок. Программные продукты резервирования и автоматизации деятельности туроператоров.		
	Практические занятия		6	
	1.	Программные продукты автоматизации деятельности туроператора и бронирования турпродукта		
	Самостоятельная работа		7	

	Развитие Интернет-технологий в туроперейтинге Информационные технологии автоматизации управления туроператором		
	<b>Дифф.Зачет</b>	2	
	<b>Итого по дисциплине</b>	<b>182</b>	
<b>МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме</b>			
Тема 2.1 Предмет, метод и задачи курса. Основные понятия маркетинговых технологий Маркетинговая среда организации.	<b>Содержание</b>	6	
	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.		
	<b>Практические занятия</b>	2	
	Виды основных методов прогнозирования продаж и спроса; график временного ряда		
	<b>Самостоятельная работа</b> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2.Работа над конспектами	6	
Тема 2.2. Уровни и координация маркетинга в туризме	<b>Содержание</b>	6	
	1. Маркетинг туризма на национальном уровне		2
	2. Рекламные исследования		2
	<b>Практические занятия</b> Составления целей рекламы Составление рекламного бюджета	3	
	<b>Самостоятельная работа</b> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2.Работа над конспектами	6	

Тема 2.3. Маркетинг-менеджмент. Комплекс-микс. Процесс развития маркетинговых технологий в туризме	<b>Содержание</b>	6	
	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. Анализ деятельности других предприятий Стратегия развития предприятия и стратегия маркетинга. Маркетинговая программа и планирование маркетинга. Функция контроля и регулирования в маркетинговой деятельности предприятия. Работать с запросами клиентов, в том числе иностранных		
	<b>Практические занятия</b>	4	
	Расчет параметров временного ряда. Прогноз продаж. Прогноз потребительских расходов. Прогноз сбыта		
Тема 2.4. Стратегии маркетинга. Типы рынков в туризме.	<b>Самостоятельная работа</b>	6	
	1 Вопросы для самоконтроля по теме 2.Работа над конспектами		
	<b>Содержание</b>	6	
	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.		
	<b>Практические занятия</b>	4	
	Краткосрочное прогнозирование спроса		
	<b>Самостоятельная работа</b>	6	
Тема 2.5. Стратегические и тактические маркетинговые решения о товаре. Товар и	<b>Содержание</b>	6	
	Товар и его характеристики. Модели представления и классификация товара (услуги).		



его коммерческие характеристики. Жизненный цикл товара.	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.		
	<b>Практические занятия</b> Точечная диаграмма исследования взаимосвязи переменных маркетинга. Корреляционный и регрессионный анализ переменных маркетинга-микс	4	
	<b>Самостоятельная работа</b> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2.Работа над конспектами	6	
Тема 2.6. Стратегические и тактические маркетинговые решения о цене. Ценовые стратегии	<b>Содержание</b> 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.	6	
	<b>Самостоятельная работа</b> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2.Работа над конспектами	6	
Тема 2.7. Стратегические и тактические маркетинговые решения о сбыте	<b>Содержание</b>	6	
	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.		
	<b>Самостоятельная работа</b> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2.Работа над конспектами	5	
Тема 2.8. Организация маркетинговой деятельности предприятия. Организация оптовой и розничной торговли. Товародвижение. Бюджет маркетинга.	<b>Содержание</b>	6	
	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.		
	<b>Самостоятельная работа</b> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2.Работа над конспектами	4	
Тема 2.9. Маркетинговый аудит. Сущность и методы проведения. Маркетинговый контроль.	<b>Содержание</b>	6	
	Процесс маркетингового контроля. Виды и методы проведения маркетингового аудита. Ревизия маркетинга		
Тема 2.10. Технология проведения маркетингового исследования и инструменты международного маркетинга. Система маркетинговой информации и методы ее сбора	<b>Содержание</b> Понятия и направления маркетинговых исследований. Создание базы данных по туристским продуктам Процесс маркетингового исследования. Методы, алгоритмы и средства маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система предприятия. Основные подсистемы маркетинговой информационной системы, их прикладное назначение. Использование результатов маркетинговых исследований для создания турпродукта и для переговоров с турагентствами. Сегментирование туристского рынка. 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 информационными и справочными материалами;	8	

	<b>Самостоятельная работа</b> 1 Вопросы для самоконтроля по теме 2.Работа над конспектами	4	
Тема 2.11. Специфика маркетинговой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	<b>Содержание</b>	8	
	Особенности международного маркетинга. Специфика маркетинговой деятельности российских туристских предприятий на внешних рынках. Маркетинговые коммуникации. Глобальный маркетинг.		
Тема 2.12. Фирменный стиль туристского предприятия	<b>Содержание</b>	8	
	1. Основные понятия и цели формирования фирменного стиля		2
	2. Элементы фирменного стиля		2
	3. Носители фирменного стиля		2
	4. Товарный знак		2
	<b>Практические занятия</b>	4	
	1. Специфика маркетинговой деятельности российских туристских предприятий на внешних рынках		
	<b>Практические занятия</b> <b>Написание курсовой работы</b>	20	
	Итоговое тестирование	2	
	Дифф.Зачет	2	
	<b>Всего по дисциплине</b>	<b>170</b>	
	<b>Всего по модулю</b>	<b>352</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

**Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов:**

- турагентской и туроператорской деятельности;
- лаборатории «Экскурсионное бюро»;

**зала:**

- библиотеки, читального зала с выходом в сеть Интернет;

**Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета междисциплинарных курсов:**

- комплект законодательных и нормативных документов;
- комплект бланков бронирования номеров;
- комплект учебно-методической документации;
- комплект образцов оформленных договоров о реализации турпродукта;
- комплект учебно-методических материалов.

**Технические средства обучения:**

- компьютер;
- мультимедиа проектор
- принтер;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения.

**Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории «Экскурсионное бюро»:**

- автоматизированное рабочее место преподавателя с выходом в Интернет;
- автоматизированные рабочие места обучающихся с выходом в Интернет;
- экран
- проектор

Реализация программы модуля предполагает итоговую (концентрированную) производственную практику.

### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **Основные источники**

1. Валева Е.О. Технология и организация туроператорской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.О. Валева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2015. — 145 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31941.html>
2. Лисевич А.В. Маркетинговые технологии в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие для ССУЗов / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова, М.А. Джала. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 68 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44182.html>

##### **Нормативные документы**

1. Федеральный закон Российской Федерации от 24.11.1996 №132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (в ред. Федерального закона от 05.02.2007 №12-ФЗ) // Собрание законодательства РФ, 02.12.1996, №49,
2. Закон Российской Федерации от 07.02.1992 №2300-1 "О защите прав потребителей" (в ред. Федерального закона от 25.11.2006 №193-ФЗ) // Собрание законодательства РФ, 15.01.1996, №3,
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.08.1997 №1025 "Об утверждении Правил бытового обслуживания населения в Российской Федерации" (в ред. Постановления Правительства РФ от 01.02.2005 №49) // Собрание законодательства РФ, 25.08.1997, №34,
4. Академия рынка: маркетинг / Под ред. А.Г.Худокормова. – М.: Экономика, 2008.
5. Баринов Н.А. Услуги (социально-правовой аспект). Саратов, 2015.
6. Кабалкин А.Ю. Сфера обслуживания: гражданско-правовое регулирование. М., 2015.

##### **Дополнительные источники**

1. Айгистова О.В. и др. Введение в бизнес туроперейтинга: Учебно-методическое пособие, Москва, РМАТ, 2006.
2. Бикташева Д.Л., Гиевая Л.П., Жданова Т.С. Менеджмент в туризме. Учебное пособие. М: Инфра-М, 2007.
3. Дурович А.П., Реклама в туризме, Москва, Новое знание, 2006.
4. Дурович А.П., Маркетинг в туризме, Москва, Новое знание, 2005.
5. Ильина Е.Н., Туроперейтинг, Организация деятельности, Москва, Физкультура и Спорт, 2005.
7. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности М.: КРОНУС 2010.
8. Основы туристского маркетинга (для туристских предприятий, работающих в условиях полного хозяйственного расчета). Методические рекомендации. М.: ЦРИБ "Турист", 2010.

9. Попондопуло В.Ф. Коммерческое (предпринимательское) право: Учебник. М., 2008.
10. Сирик Н.В. Договор на оказание туристских услуг в гражданском праве России: Автореф. дис... канд. юрид. наук. М., 2009.

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Всё о туризме [www.topturizm.ru](http://www.topturizm.ru)
2. Туризм и путешествия - туристический информационный сайт [www.travelgroup.ru](http://www.travelgroup.ru)
3. Официальный сайт Федерального агентства по туризму [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru)
4. Официальный сайт Всемирной туристической организации [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

### **3.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Освоение программы модуля базируется на изучении общепрофессиональных дисциплин.

Реализация программы модуля предполагает итоговую (концентрированную) производственную практику. Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Предоставления туроператорских услуг» является освоение всех МДК ПМ и учебной практики.

При проведении практических занятий в зависимости от сложности изучаемой темы и технических условий возможно деление учебной группы на подгруппы.

При работе над курсовой работой (проектом) обучающимся оказывается консультационная помощь.

### **3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

- наличие высшего профессионального образования по специальности экономического направления, соответствующей профилю модуля «Предоставления туроператорских услуг»,
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы,
- преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

### **3.5 Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой**

- Дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.
- Стажировка в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.
- Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	Проведение точного и полного анализа туристского рынка Составление грамотного отчета по предоставляемым услугам на рынке.	Оценка в рамках текущего контроля на практических занятиях. Оценка защиты домашних заданий. Оценка в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик.
	Соблюдение правил и процедуры маркетинговых исследований Анализ внутренней и внешней среды Формирование правильного позиционирования турпродукта	Оценка в рамках текущего контроля на практических занятиях. Оценка защиты домашних заданий. Оценка в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик.
	Выявление факторов влияющих на потребителей туристских услуг Проведение сегментации туристского рынка по нескольким признакам Выбор целевой аудитории	Оценка в рамках текущего контроля на практических занятиях. Оценка защиты домашних заданий. Оценка в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик.
ПК 3.2 Формировать туристский продукт.	Разработка услуг, входящих в турпродукт Разработка договора с поставщиками туристских услуг	Оценка в рамках текущего контроля на практических занятиях. Оценка защиты домашних заданий. Оценка в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик.
	Определение условий направления и приема туристов Создание подробной структуры тура Ведение грамотных переговоров с партнерами (поставщиками услуг)	Оценка в рамках текущего контроля на практических занятиях. Оценка защиты домашних заданий. Оценка в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик.
ПК 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет стоимости каждой отдельной услуги Определение цены пакета услуг Учет уровня конкурирующих цен	Оценка в рамках текущего контроля на практических занятиях. Оценка защиты домашних заданий. Оценка в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик.



	<p>Определение соотношения спроса и предложения</p> <p>Анализ ценовой стратегии подходящей для данного турпродукта</p> <p>Проведение дифференциации цен на туристские услуги</p>	<p>Оценка в рамках текущего контроля на практических занятиях.</p> <p>Оценка защиты домашних заданий.</p> <p>Оценка в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик.</p>
<p>ПК3.4</p> <p>Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта .</p>	<p>Создание системы распределения и сбыта турпродуктов</p> <p>Определение каналов сбыта массовой розничной торговли</p> <p>Организация работы с турагентом</p> <p>Организация контроля за работой турагента</p>	<p>Оценка в рамках текущего контроля на практических занятиях.</p> <p>Оценка защиты домашних заданий.</p> <p>Оценка в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик.</p>
Итоговая аттестация по модулю		Оценка в рамках экзаменационных мероприятий по модулю (квалификационный экзамен)

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
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля	Социологический опрос. Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы.	Социологический опрос. Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т.п.	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии	Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы
Организовывать собственную деятельность,	Результативность организации собственной деятельности для	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и

выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	выполнения профессиональных задач	производственной практикам
	Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях;	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
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;	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач, включая электронные;	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ;	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ;	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ;	Оценка результатов выполнения заданий на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике
Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам.
	Результативность	Наблюдение и оценка на

	взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями	практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Результативность внеаудиторной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля;	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности;	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности;	Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам.
Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).	Участие в мероприятиях военно-патриотической, спортивной направленности	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Анкетирование.
	Адекватность решения ситуационных задач, возникающих в ходе военных сборов, полученным профессиональным знаниям и компетенциям	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Анкетирование.