

Областное государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение
«Новгородский агротехнический техникум»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 03 Предоставление туроператорских услуг

основной профессиональной образовательной программы
среднего профессионального образования
программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности 43.02.10 Туризм

квалификация-специалист по туризму

Согласовано

Директор Центра туризма «Золотые
Купола»

 /О.В. Григорьева

« 31 » 08 2019

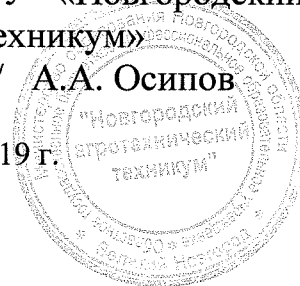
М.П.

**Утверждаю**

Директор ОГБПОУ «Новгородский
агротехнический техникум»

 / А.А. Осипов

« 3 » 09 2019 г.



Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.10. Туризм с присвоением квалификации «специалист по туризму», утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 7.05.2014 г. № 474

Организация-разработчик – ОГБПОУ «Новгородский агротехнический техникум»

Разработчики:

Васильева Е.Н., преподаватель специального учебного цикла ОГБПОУ
«Новгородский агротехнический техникум»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	29
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	33

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм, укрупненная группа специальностей **43.00.00 Сервис и туризм** 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.

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

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

иметь практический опыт:

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

уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
- проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- оформлять страховые полисы;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туруслуг;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;
- *Изучать конъюнктуру и тенденции развития рынка туристских продуктов и туристских услуг.*

- *Изучать и анализирует спрос на реализуемые туристские продукты, потребности покупателей и заказчиков туристских услуг.*
- *Обеспечивать получение дополнительных услуг;*
- *Определять цены на туристские продукты и оказываемые услуги;*
- *Обеспечивать заключение договоров о реализации туристских продуктов, оказании туристских услуг.*
- *Руководить бронированием и продажей проездных билетов, бронированием мест в гостиницах.*
- *Организовывать контроль за реализацией туристских продуктов и послепродажным обслуживанием, выполнением туроператором обязательств по заключенным договорам.*
- *Изучать жалобы и претензии туристов к качеству туристского обслуживания, ведет статистический анализ жалоб и претензий, принимает меры по устранению недостатков в обслуживании клиентов.*

знать:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- основные правила и методику составления программ 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;

- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездок;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- основные правила и методику составления программ туров;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами
- конъюнктуру рынка туристских услуг;
- основы теории статистики и анализа;
- теорию и методики маркетинга туристских продуктов;
- системы бронирования и оформления услуг;
- правила страхования туристов;

порядок заключения и исполнения гражданско-правовых договоров;

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля (вариант для НПО)

Коды профессиональных компетенций	Наименования 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		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.2.	Раздел 1 Формирование туристского продукта	69	46	16	30	23	15		
ПК 3.4.	Раздел 2. Технология реализации и продвижения туристского продукта через турагентства	141	94	32		47		47	
ПК 3.1. ПК 3.3.	Раздел 3. Маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования и расчета востребованного туристского продукта.	168	112	36		56		23	
ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4.	Учебная практика	72							
ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4.	Производственная практика (по профилю специальности), часов <i>(концентрированная)</i>	36							36
	Всего:	486	360	84	30	126	15	72	36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю Предоставление туроператорских услуг

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ 3. Раздел 1 Формирование туристского продукта		210	
МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности		69	
Тема 1.1. Способы обработки статистических данных	Содержание	12	
1.	Способы сбора и обработки данных в отрасли Методы статистики к обработке данных	8	
2.	Методики и сущность расчета социально-экономических показателей в туризме Методы анализа данных, необходимых для решения поставленных экономических и социальных задач в туризме		1
3.	Предпринимательство, как элемент туроператорской деятельности Виды, сущность и субъекты предпринимательской деятельности в тур деятельности		2
4.	<i>Основы теории статистики и анализа</i> Статистические наблюдения и его наблюдения		3
	Практические занятия	4	
1.	ПЗ№1.Применение методов статистики к обработке данных		
2.	ПЗ№2.Анализ обработки информации и анализ результатов Анализ деятельности малого предприятия		
Тема 1.2. Методы работы с	Содержание	4	

базами данных	1.	Базы данных Виды баз данных	4	1
	2	Система управления базами данных Управление базами данных в туризме		1
Тема 1.3. Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту	Содержание		12	
	1.	Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению Понятие работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению	6	3
	2	Методика работы со справочными и информационными материалами по местам и видам размещения и питания Понятие работы со справочными и информационными материалами по местам и видам размещения и питания		3
	3	Методика работы со справочными и информационными материалами по экскурсионным объектам и транспорту Понятие работы со справочными и информационными материалами по экскурсионным объектам и транспорту		3
	Практические занятия		6	
	1.	ПЗ №3 Анализ методики работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению		
	2	ПЗ №4 Анализ работы с информационными и справочными материалами по местам и видам размещения и питания		
	3	ПЗ №5 Анализ работы с информационными и справочными материалами по экскурсионным объектам и транспорту		
Тема 1.4. Планирование программы турпоездки	Содержание		18	
	1.	Требование к проектированию тура Структура составления турпакетов с использованием иностранного языка	12	1
	2.	Туристский продукт и пакет услуг Требования к туристскому продукту и пакету услуг		3
	3.	Основные и дополнительные услуги Структура основных и дополнительных услуг		3
	4.	Проектирование тура и программа обслуживания Требования к проектированию тура и программе обслуживания		3
	5.	Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы Требования к поставщикам туристских услуг		1

	6.	Договорный план Составление договорного плана		1
	Практические занятия		6	
	1.	ПЗ №6 Анализ составления турпакетов с использованием иностранного языка		
	2.	ПЗ №7 Анализ получения дополнительных услуг		
	3.	ПЗ №8 Анализ составление проекта тура и программы обслуживания		
<p align="center">Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 3.</p> <p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, подготовка к их защите.</p>			23	
<p align="center">Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <p>Сообщения</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Статистика туристских потоков. 2. Статистика туристских доходов и расходов. 3. Методы статистического учета в туризме. 4. Основные направления совершенствования статистики международного туризма. 5. Туристский продукт. 6. Факторы производства туристского продукта. 7. Сущность туристского предложения. 8. Особенности туристского предложения по секторам туристской индустрии. 9. Равновесие на рынке туризма. 10. Понятие и виды деятельности туроператора и турагента. 11. Создание туристского продукта. 12. Классы обслуживания. 13. Пакет услуг. 14. Программа обслуживания. 15. Поставщики услуг. 16. Договорный план. 17. Справочные и информационные материалы по страноведению и регионоведению 				

Раздел ПМ 03. Раздел 2. Технология реализации и продвижения туристского продукта через турагентства		141		
МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности		94		
Тема 2.1. Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров	Содержание		18	
	1.	Агентская сеть Принципы агентской сети	12	1
	2.	Методика создания агентской сети Специфика создания агентской сети		1
	3.	Документооборот с использованием информационных технологий Понятие документооборота в туристской деятельности		3
	4.	Содержание агентских договоров Форс-мажорные обстоятельства в агентском договоре		1
	5.	Особенности заключение агентских договоров Структура заключения агентских договоров		3
	6.	<i>Порядок заключения и исполнения гражданско-правовых договоров</i> Права и обязанности заключения и исполнения гражданско-правовых договоров		3
	Практические занятия		6	
	1.	ПЗ №9 Анализ ведения документооборота с использованием информационных технологий		
	2.	ПЗ №10 Анализ работы с агентскими договорами		
3.	ПЗ №11 <i>Анализ заключения и исполнения гражданско-правовых договоров</i>			
Тема 2.2. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта	Содержание		36	
	1.	Понятие технологии в туристском бизнесе Автоматизация деятельности туристских фирм	24	1
	2.	Реализация туристского продукта Формирование и продвижение туристского продукта		3
	3.	Торговые представительства других регионов и стран Структура поиска торговых представителей других регионов		3

	4.	Каталоги и ценовые предложения Понятие прайс-лист		3
	5.	Помощь партнерам в продвижении и реализации турпродукта Существенные условия в продвижении и реализации турпродукта		3
	6.	Рекламные туры для турагентов Виды туров рекламируемых для турагентов		3
	7.	<i>Контроль за реализацией туристских продуктов и послепродажным обслуживанием</i> Понятие послепродажного обслуживания в туризме		3
	8.	Разработка рекламной политики Рекомендации при планировании рекламной политики		
	9.	Нестандартные приемы продвижения турпродукта Спонсорство, благотворительность		
	10.	Повышение технологичности туроператора для привлечения турагента Онлайн бронирование		
	11.	Оплата турпродукта Круглосуточная поддержка клиентов ТА		
	12.	Технологии взаимоотношений туроператора с турагентами Ответственности сторон при заключении договоров о реализации туристских продуктов, оказании туристских услуг		1
	Практические занятия		12	
	1.	ПЗ №12 Анализ налаживания контактов с торговыми представительствами других регионов и стран		
	2.	ПЗ №13 Анализ использования каталогов и ценовых приложений		
	3.	ПЗ №14 Анализ консультирования партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта		
	4.	ПЗ №15 Содержание информации, предоставляемой турагентам по рекламным турам		
	5.	<i>ПЗ №16 Организация контроля за реализацией туристских продуктов и послепродажным обслуживанием, выполнением туроператором обязательств по заключенным договорам</i>		
	6.	<i>ПЗ №17 Анализ обеспечения заключения договоров о реализации туристских продуктов, оказании туристских услуг</i>		
Тема 2.3. Правила расчетов	Содержание		8	

с турагентами и способы их поощрения.	1.	Правила расчета с турагентами Условия расчета с турагентами	6	1
	2.	Методы поощрения турагентов, комиссионное вознаграждение Понятие комиссионного вознаграждения		2
	3.	Специфика комиссионных вознаграждений Не выплата комиссионных вознаграждений		
	Практические занятия		2	
	1.	ПЗ №18 Анализ использования различных методов поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение		
Тема 2.4. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями	Содержание		12	
	1.	Документы для консульств, оформление регистрации иностранных граждан Отказ в оформлении регистрации иностранных граждан	8	3
	2.	Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями		1
	3.	Правила оформления документов при работе с государственными организациями Требования к оформлению документов при работе с государственными организациями		1
	4.	Правила оформления документов при работе со страховыми компаниями Требования к оформлению документов при работе со страховыми компаниями		3
	Практические занятия		4	
	1.	ПЗ №19 Анализ оформления документов для консульств, регистрация иностранных граждан		
2.	ПЗ №20 Анализ оформления страховых полисов			
Тема 2.5. Правила бронирования туров	Содержание		8	
	1.	Правила бронирования туров Виды бронирования туров	4	3
	2.	<i>Бронирование и продажа проездных билетов, бронирование мест в гостиницах</i> Ответственные лица за бронирование и продажу билетов, бронирование мест в гостиницах		3
	Практические занятия		4	
	1.	ПЗ №21 Работа с заявками на бронирование туров		
2.	ПЗ №22 Анализ проведения бронированием и продажей проездных билетов, бронированием мест в гостиницах			
Тема 2.6. Способы	Содержание		6	

устранения проблем, возникающих во время тура	1.	Проблемы, возникающие во время тура Способы решения проблем возникающих во время тура	4	3
	2.	Конфликты в организации Способы решения конфликтов в организации		1
	Практические занятия		2	
Тема 2.7. Техника эффективного делового общения, протокол и этикет	1.	ПЗ №23 Анализ и решение проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы		
	Содержание		4	
	1.	Эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках Особенности проведения переговоров с иностранными партнерами	2	2
	Практические занятия		2	
Тема 2.8. Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами	1.	ПЗ №24 Использование эффективных методов общения с клиентами на русском и иностранном языках		
	Содержание		2	
	1.	Соблюдение протокола и этикета в туристской деятельности Основные аспекты работы в туристской деятельности, которые регулируются этикетом	2	2
Практические занятия		0		
<p>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 1. (при наличии, указываются задания) Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем).</p> <p>Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, подготовка к их защите.</p> <p>Проработка отдельных вопросов тем и подготовка сообщений.</p>			47	

Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы			
Сообщения <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка туристского маршрута. 2. Технология формирования тура. 3. Оценка экономической эффективности тура. 4. Технология доставки турпродукта потребителю туристских услуг. 5. Формирование сбытовой сети. 6. Подбор партнеров по сбыту. 7. Агентское соглашение. 8. Реклама туристского продукта. 9. Продвижение туристского продукта на выставке. 10. Стимулирование продажи и пропаганды туристского продукта. 11. Общегражданские и специальные заграничные паспорта. 12. Виза и визовый запрос. 13. Ваучеры и их применение в туристской деятельности. 14. Шенгенская виза. 15. Виза по приглашению. 16. Визовые ограничения. 17. Сервисное страхование. 18. Страны, не рекомендуемые для посещения туристам ввиду высокой опасности заражения инфекционными заболеваниями. 			
Раздел 3. ПМ 03.		168	
Маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования и расчета востребованного туристского продукта.			
МДК.03.02.		82	
Маркетинговые технологии в туризме			
Тема 3.1. Виды рекламного продукта	Содержание	10	
	1. <i>Введение</i>	6	1
	2. <i>Понятие рекламы</i>		2
	3. <i>Виды рекламного продукта</i>		2
	4. <i>Классификация рекламного продукта</i>		2

	5	<i>Современные тенденции развития рекламы в туристической фирме</i>		3
	6	<i>Специфика развития рекламы в России</i>		2
	Практические занятия		4	
	1.	<i>ПЗ №25 Анализ изучения конъюнктуры и тенденции развития рынка туристских продуктов и туристских услуг.</i>		
	2	<i>ПЗ №26 Анализ спроса на реализуемые туристские продукты, потребности покупателей и заказчиков туристских услуг.</i>		
Тема 3.2. Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках	Содержание		8	
	1.	<i>Методика формирования содержания дизайна рекламных материалов</i>	6	1
	2	<i>Выбор дизайна рекламных материалов</i>		2
	3	<i>Специфика выставочной деятельности</i>		1
	4	<i>Правила работы на выставках</i>		2
	5	<i>Методы анализа результатов деятельности на выставках</i>		3
	6	<i>Анализ проведения выставочной деятельности</i>		2
	Практические занятия		2	
1.	<i>ПЗ №27 Анализ работы на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации</i>			
Тема 3.3. Основные правила составления программ туров	Содержание		8	
	1.	<i>Понятие и содержание программ туров</i>	4	2
	2	<i>Основные правила составления программ туров</i>		2
	3	<i>Методика составления программ туров</i>		2
	4	<i>Классификация программ туров</i>		2
	Практические занятия		4	
	1.	<i>ПЗ №28 Анализ работы с запросами клиентов, в том числе и иностранных</i>		
	2.	<i>ПЗ №29 Составление программ туров для российских и зарубежных клиентов</i>		
Тема 3.4. Основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований	Содержание		22	
	1.	<i>Основы маркетинга</i>	16	1
	2	<i>Основные понятия в маркетинге туризма</i>		2
	3.	<i>Маркетинговые исследования и их специфика</i>		3
	4	<i>Методика проведения маркетинговых исследований</i>		2
	5.	<i>Теория и методики маркетинга туристских продуктов</i>		2
	6	<i>Виды маркетинговых исследований</i>		2
	7	<i>Конъюнктура рынка туристских услуг</i>		2

	8	<i>Сегментация рынка туруслуг</i>		2
	Практические занятия		6	
	1.	ПЗ №30 Анализ осуществления маркетинговых исследований		
	2.	ПЗ №31 Использование результатов исследований при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами		
	3.	ПЗ №32 Проведение анализа деятельности других туркомпаний		
Тема 3.5. Техника проведения рекламной компании	Содержание		10	
	1.	<i>Сущность и понятие рекламной компании</i>	8	1
	2.	<i>Анализ проведения рекламной компании</i>		1
	3.	Техника проведения рекламной компании		3
	4.	Специфика проведения рекламной компании		1
	Практические занятия			2
	2.	<i>ПЗ №33 Проведение рекламной компании туристской фирмы</i>		
Тема 3.6. Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов	Содержание		18	
	1.	<i>Понятие дизайна рекламы</i>	12	2
	2.	<i>Подборка материалов для дизайна рекламы туристского предприятия</i>		2
	3.	Методика формирования содержания дизайна рекламных материалов		2
	4.	Выбор дизайна рекламных материалов		2
	5.	<i>Брендовая политика туристского предприятия</i>		2
	6.	<i>Анализ брендовой политики туристского предприятия</i>		2
	Практические занятия		6	
		1.	<i>ПЗ №34 Анализ содержания дизайна рекламы туристского продукта</i>	
		2.	<i>ПЗ №35 Анализ проектирование рекламных буклетов туристского продукта</i>	
	3.	<i>ПЗ №36 Содержание формирования и реализации бренда туристской организации</i>		
Тема 3.7. Содержание и методы составления программ туров	Содержание		10	
	1.	Специфика содержания программ туров	8	1
	2.	Основные правила составления программ туров		2
	3.	Методы составления программ туров		2
	4.	Анализ эффективности составления программ туров		2
	Практические занятия		2	
	1.	<i>ПЗ №37 Анализ составления программ туров</i>		
Тема 3.8. Методики	Содержание		14	

расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	1.	Методики расчета стоимости питания	8	2
	2.	Методики расчета стоимости проживания		2
	3.	Методики расчета стоимости экскурсионного обслуживания		2
	4.	Методики расчета стоимости транспортного обслуживания		2
	Практические занятия		6	
	1.	ПЗ №38 Расчет стоимости проживания		
	2.	ПЗ №39 Расчет стоимости питания		
	3.	ПЗ №40 Расчет стоимости транспортного и экскурсионного обслуживания		
Тема 3.9. Методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	Содержание		12	
	1.	Определения цены турпродукта	8	2
	2.	Ценообразование в туризме		2
	3.	Методики расчета себестоимости турпакета		2
	4.	Анализ расчета себестоимости турпакета		2
	Практические занятия		4	
	1.	ПЗ №41 Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта		
	2.	ПЗ №42 Определение цены на туристские продукты и оказываемые услуги		
<p>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ03. (при наличии, указываются задания)</p> <p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем).</p> <p>Подготовка к лабораторным и практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление лабораторных и практических работ, подготовка к их защите.</p>			56	

Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы

Сообщения

1. Характеристика маркетинговых исследований в туристической сфере
2. Составление плана маркетинговых исследований
3. Составление примерного проекта рекламной компании туристической фирмы.
4. Решение задач по Маркетинговому планированию туристической фирмы
5. Изучение и анализ рекламной компании туристической фирмы
6. Организовывать исследования поведения потребителей в туристической сфере
7. Организовывать опросы и тестирования потребителей
8. Основные виды рекламы, разрабатываемые в туристских организациях
9. Организация управления маркетингом
10. Жизненный цикл туристских услуг
11. Эластичность спроса и предложения туристического продукта
12. Изучение внешней среды маркетинга туристической фирмы
13. Изучение конкурентной способности туристической фирмы
14. Основные принципы современного маркетинга туризма
15. Специфика маркетинга услуг
16. Функции маркетинга услуг
17. Сущность и задачи маркетинговых исследований
18. Бенчмаркинг как метод маркетинга
19. Направление маркетинговых исследований

Дополнительные задачи

1. Разработка рекламной компании
2. Проектирование бренда турфирмы
3. Анализ потребности турфирмы в рекламной компании
4. Расчет и методика анализа турпродукта
5. Расчет ценовых факторов в туристической индустрии
6. Анализ расчета услуг в туристической индустрии

Изучение нормативных документов

1. Федеральный закон Российской Федерации от 27 сентября 2009 г. № 228-ФЗ "О внесении изменений в Жилищный кодекс Российской Федерации и статью 19 Федерального закона "О рекламе""
2. Федеральный закон Российской Федерации от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»
3. Закона РФ "О защите прав потребителей" (в ред. 3 июня, 23 ноября 2009 г.)
4. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
5. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями)

<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор информации о деятельности организации и отдельных её подразделений 2. Составление плана работы подразделения 3. Проведение презентаций 4. Проведение инструктажа работников 5. Контроль качества работы персонала 6. Составление отчетно-плановой документации о деятельности подразделения 	72	
<p>Направление деятельности - планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Обработать информацию и анализировать результаты 8. Работать с информационными и справочными материалами 9. Составлять турпакеты с использованием иностранного языка 10. Анализировать действующие нормативные акты 11. Подготовить документацию для регистрации предприятия 12. Анализировать конкретную ситуацию, деятельность и действия фирм-конкурентов 13. Анализировать поведение потребителей 		
<p>Направление деятельности - предоставления сопутствующих услуг</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. Получения дополнительных услуг 15. Разрабатывать дополнительные и сопутствующие услуги в ходе тура 16. Расчет стоимости сопутствующих услуг 17. Проведение анализа сопутствующих услуг 		

<p>Направление деятельности - взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 18. Налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран 19. Оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам 20. Оформлять страховые полисы 21. Вести документооборот с использованием информационных технологий 22. Анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы 23. Работать с агентскими договорами 24. Использовать каталоги и ценовые приложения 25. Консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта 26. Работать с заявками на бронирование туров 27. Предоставлять информацию турагентам по рекламным турам 28. Использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение 29. Использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках 		
<p>Направление деятельности - работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 30. Обеспечение заключения договоров о реализации туристских продуктов, оказании туристских услуг 31. Руководить бронированием и продажей проездных билетов, бронированием мест в гостиницах 32. Организовать контроль за реализацией туристских продуктов и послепродажным обслуживанием, выполнением туроператором обязательств по заключенным договорам. 33. Изучить жалобы и претензии туристов к качеству туристского обслуживания, ведет статистический анализ жалоб и претензий, принимает меры по устранению недостатков в обслуживании клиентов. 		
<p>Направление деятельности - проведение маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 34. Проведение опросов и тестирования населения 35. Проведение маркетинговых исследований на основе статистической отчетности 36. Создание базы данных по востребованности туристических продуктов 37. Проведение анализа на основе данных маркетинговых исследований 		

<p>Направление деятельности - планирования рекламной компании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках</p> <p>Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> 38. Составление плана разработки рекламной компании турфирмы 39. Разработка стратегического и текущего плана рекламной компании турфирмы 40. Проведение презентаций рекламной компании 41. Технология работы на выставках 		
<p>Направление деятельности - расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта</p> <p>Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> 42. Знакомство и сбор финансовой отчетности туристской организации 43. Расчет себестоимости туристических услуг 44. Определение цены турпродукта 45. Проведение анализа расчета показателей 		

Производственная практика–(по профилю специальности)итоговая по модулю итоговая (концентрированная)

практика

Виды работ

1. Установочное занятие.
2. Прохождение инструктажа по технике безопасности.
3. Ознакомление с правилами оформления отчета по практике.
4. Получение индивидуального задания.
5. Формировать у студентов системные знания в сфере туроператорской деятельности
6. Дать представление студентам об основных тенденциях в области организации и управления туроператорской деятельности
7. Раскрыть на примере практики реального предприятия особенности и проблемы организации и управления туристическими организациями – туроператором
8. Определить место и роль туроператора в рыночной экономики
9. Знать понятийно-категориальный аппарат в области туроперейтинга и турагентской деятельности
10. Определить функциональную структуру туроператора и турагентства
11. Определить сферы и виды деятельности специалиста в области туроперейтинга и агентской деятельности
12. Работа по организации маркетинговых исследований турфирмы
13. Сбор информации о деятельности организации
14. Оформление статистической отчетности.
15. Работа по организации маркетинговых исследований.
16. Ознакомление с планом работы по осуществлению маркетинговых исследований
17. Проведение исследования и анализ результатов маркетинговой политики турфирмы
18. Сбор данных при помощи тестирования и опроса
19. Определение цены турпродукта
20. Сопоставление конкурентной способности турфирмы
21. Сбор информации о работе туристской организации
22. Разработка рекламной компании турфирмы

36

Примерная тематика курсовых работ (проектов)

1. Сущность и содержание маркетинговых технологий в туризме
2. Концепция маркетинга в туризме
3. Содержание и направления маркетинговых исследований в туризме
4. Система маркетинговой информации
5. Исследование среды маркетинга туристской компании
6. Маркетинговые исследования туристского рынка
7. Формирование маркетинговой стратегии
8. Маркетинговая ценовая стратегия туристской компании
9. Маркетинговая сбытовая стратегия туристской компании
10. Маркетинговая коммуникационная стратегия
11. Организация и контроль маркетинга туристской компании
12. Международный туристский маркетинг
13. Нормативно-правовые основы маркетинговых технологий в туризме
14. Инновационные методы проведения маркетинговых исследований в туризме
15. Специфика проведения рекламной кампании в турфирме
16. Перспективы развития маркетинга индустрии туризма в России
17. Смысл и назначение комплексного маркетингового исследования
18. Этапы осуществления маркетингового исследования
19. Виды маркетинговых исследований. Их характеристика
20. Технология разработки брендовой компании турфирмы
21. Обоснование составляющих маркетинг-микса туристского предприятия
22. Контроль в маркетинге туризма.
23. Обеспечение качества и конкурентоспособности туристского товара.
24. Маркетинговый подход к ценообразованию и ценовой политикой туристского предприятия.
25. Определение уровня конкурентоспособности туристской продукции на рынке услуг
26. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций предприятия.
27. Эффективность маркетинговых решений в деятельности туристского предприятия
28. Бизнес-план и его связь с программой маркетинга.
29. Особенности маркетинга в различных сферах туристской деятельности.
30. Международный маркетинг в деятельности предприятия.

<p style="text-align: center;">Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Установочное занятие. Выдача индивидуального задания 2. Подбор учебной литературы 3. Подбор нормативно-правовой документации 4. Разбор индивидуальных тем курсовой работы 5. Пояснение индивидуальных тем курсовой работы 6. Разбор структуры курсовой работы 7. Составление структурного плана работы. 8. Консультации по оформлению курсовой работы 9. Консультации по написанию введения и заключения 10. Консультации по написанию основной части 11. Консультации по написанию практической части на основе туристских организаций 12. Разбор и выявление проблем темы курсовой работы 13. Индивидуальные консультации по темам 14. Сбор информации о деятельности туристского предприятия 15. Проведение исследования и анализ результатов маркетинговой деятельности 16. Сдача и защита курсовой работы 	30	
Всего	486	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета предоставление турагентской и туроператорской деятельности; информационно-экскурсионной деятельности.

Технические средства обучения: автоматизированное рабочее место преподавателя; автоматизированные рабочие места учащихся; интерактивная доска;

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета турагентской и туроператорской деятельности;

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;

Стенды и витрины: требования к уровню подготовки охотоведа по модулю в соответствии с ФГОС СПО;

Плакаты и схемы: схемы предоставления туристических услуг, географическая карта мира, сегментация туристического рынка, эластичность спроса и предложения, структура цены, влияние уровня цены на загрузку гостиничных номеров,

Прспекты и видеофильмы: мультимедийное сопровождение теоретических занятий и практических работ

Таблицы: Виды туристического спроса, сегментация туристических предприятий, группировка затрат по статьям расходов.

Материалы и оборудование для лабораторных работ и практических занятий: комплект разработок по выполнению практических работ; должностные обязанности работников, занятых в туристической деятельности.

Комплект плакатов, справочники.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета информационно-экскурсионной деятельности.

: компьютеры, принтер, сканер, проектор, программное обеспечение общего и профессионального назначения, комплект учебно-методической документации.

Комплект плакатов, справочники.

Плакаты и схемы:

Прспекты и видеофильмы: мультимедийное сопровождение теоретических занятий и практических работ

Для проведения учебной практики по модулю предполагается

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно на базе виртуального туроператора

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Любавина Н.Л. и др. Технология и организация туроператорской деятельности. Учебное пособие для спо. М.:Академия. 2019г.-288с.
2. Палаткина Г.В. Молодежный туризм. Учебное пособие для вуз. М.:КНОРУС. 2016г.-206с. (Электронный ресурс) (формат PDF).

Дополнительная литература:

1. Бикташева Д.Л. и др. Менеджмент в туризме. Учебное пособие. М.:АЛЬФА-М. 2010г.-272с.
2. Зайцева Н.А. Практикум по менеджменту туризма. Учебное пособие. М.:ФОРУМ. 2011г.-168с.
3. Свириденко Ю.П. Сервисная деятельность. Учебное пособие. М.:ИНФРА-М. 2009г.-208с.
4. Матюхина Ю.А. Экскурсионная деятельность. Учебное пособие. М.:ИНФРА-М. 2011г.-224с.
5. Чудновский А.Д. и др. Менеджмент туризма. Учебник для вуз. М.:Федеральное агентство по туризму. 2014г.-576с. (Электронный ресурс) (формат PDF)
6. Рассохина Т.В. Менеджмент туристских дестинаций .Учебник для спо. М.:Советский спорт.2014г.-248с.(Электронный ресурс) (формат PDF)Александрова А.Ю. Статистика туризма. Учебник для вуз. М.:Федеральное агентство по туризму.2014г.-464с. (Электронный ресурс) (формат PDF)
7. Простаков И.В. Иностранные термины в турбизнесе. Краткий толковый словарь. М.:Финансы и статистика. 2014г.-128с. (Электронный ресурс.)(формат PDF)
8. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Учебное пособие для спо.М.:КНОРУС. 2011г-280с. (Электронный ресурс) (формат PDF)

Интернет-ресурсы

1. [http://www. Consultant. ru](http://www.Consultant.ru) сайт разработчиков справочно-правовых систем«Консультант Плюс»
2. [http://www. garant. ru](http://www.garant.ru) сайт разработчиков справочно-правовых систем Гарант
3. [http://www. Referent. ru](http://www.Referent.ru) сайт разработчиков справочно-правовых систем Референт
4. [http://www. Microsoft.com](http://www.Microsoft.com) -Microsoft Project
5. [http://www. km.ru](http://www.km.ru) - Библиотека «Кирилл и Мефодий

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия проводятся в кабинетах информационно-экскурсионной деятельности; информационно-коммуникационных технологий; делопроизводства и оргтехники;

Учебный материал разделов и МДК выдается концентрированно. По окончании освоения очередного раздела проводится промежуточная аттестация по форме, предусмотренной учебным планом. После полного освоения модуля и окончания учебной и производственной практик проводится экзамен (квалификационный).

Реализации программы профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг предшествует изучение дисциплин: «Физическая культура»; «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации», «Иностранный язык».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг.

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

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

Результаты освоения (объекты оценивания)	Основные показатели оценки результата и их критерии	Тип задания; № задания	Форма аттестации (в соответствии с учебным планом)
<p>уметь: обрабатывать информацию и анализировать результаты знать: способы обработки статистических данных знать: <i>основы теории статистики и анализа</i></p>	<p>Обработка информации и анализ результатов</p>	<p>Практическое занятие №1-2 Устный опрос</p>	<p>Текущий контроль</p>
<p>знать: методы работы с базами данных</p>	<p>Методику работы с базами данных</p>	<p>Устный опрос</p>	<p>Текущий контроль</p>
<p>уметь: работать с информационными и справочными материалами знать: методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту</p>	<p>Работа с информационными и справочными материалами</p>	<p>Практическое занятие №3-5 Устный опрос</p>	<p>Текущий контроль</p>
<p>уметь: составлять турпакеты с использованием иностранного языка уметь: <i>получения дополнительных услуг</i> знать: планирование программ турпоездов</p>	<p>Составление турпакетов с использованием иностранного языка. Анализ получения дополнительных услуг</p>	<p>Практическое занятие №6-8 Устный опрос</p>	<p>Текущий контроль на экзамен</p>
<p>уметь: вести документооборот с использованием информационных технологий уметь: работать с агентскими</p>	<p>Ведение документооборота с использованием информационных технологий Работа с агентскими договорами</p>	<p>Практическое занятие №9-11 Устный опрос</p>	<p>Текущий контроль на экзамен</p>

<p>договорами знать: методику создания агентской сети и содержание агентских договоров знать: <i>порядок заключения и исполнения гражданско- правовых договоров</i></p>			
<p>уметь: использовать каталоги и ценовые приложения уметь: налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран уметь: консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта уметь: предоставлять информацию турагентам по рекламным турам уметь: <i>Обеспечивает заключение договоров о реализации туристских продуктов, оказании туристских услуг</i> уметь: <i>Организует контроль за реализацией туристских продуктов и послепродажным обслуживанием, выполнением туроператором обязательств по заключенным договорам</i> знать: основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта</p>	<p>Использование каталогов и ценовых приложений Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран Консультирование партнеров по турпродуктам, оказание помощи в продвижении и реализации турпродукта Предоставление информации турагентам по рекламным турам <i>Обеспечение заключения договоров о реализации туристских продуктов, оказании туристских услуг</i> <i>Организация контроля за реализацией туристских продуктов и послепродажным обслуживанием, выполнением туроператором обязательств по заключенным договорам</i></p>	<p>Практическое занятие №9-11 Устный опрос</p>	<p>Текущий контроль на экзамен</p>
<p>уметь: использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение</p>	<p>Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионного вознаграждения</p>	<p>Практическое занятие №18 Устный опрос</p>	<p>Текущий контроль на экзамен</p>

<p>знать: правила расчетов с турагентами и способы их поощрения</p>			
<p>уметь: оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам уметь: оформлять страховые полисы знать: правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями знать: <i>правила страхования туристов</i></p>	<p>Оформление документов для консульств, Оформление регистрации иностранных граждан</p>	<p>Практическое занятие №19-20 Устный опрос</p>	<p>Текущий контроль</p>
<p>уметь: работать с заявками на бронирование туров уметь: <i>Руководит бронированием и продажей проездных билетов, бронированием мест в гостиницах</i> знать: правила бронирования туров</p>	<p>Работа с заявками на бронирование туров <i>Бронирование и продажа проездных билетов, бронированием мест в гостиницах</i></p>	<p>Практическое занятие №21-22 Устный опрос</p>	<p>Текущий контроль</p>
<p>уметь: анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы знать: способы устранения проблем, возникающих во время тура</p>	<p>Анализ и решение проблемы, возникающие во время тура, меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы</p>	<p>Практическое занятие №23 Устный опрос</p>	<p>Текущий контроль</p>
<p>уметь: использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках знать: техники эффективного</p>	<p>Использование эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках</p>	<p>Практическое занятие №24 Устный опрос</p>	<p>Текущий контроль</p>

делового общения, протокол и этикет			
знать: специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами	Нормы общения с иностранными клиентами и агентами	Устный опрос	Текущий контроль
Умения: проводить анализ деятельности других туркомпаний	Проведение анализа деятельности других туркомпаний в соответствии с ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности» от 3.05.2012г	Практическое занятие №31	Текущий контроль
	Пользование нормативно-правовой документацией	Практическое занятие №31	Текущий контроль
	Пользование информационно правовыми системами	Практическое занятие №31	Текущий контроль
Умения: работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации	Проведение и работа на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространение рекламных материалов и сбора информации в соответствии с ФЗ №38 «О рекламе»	Практическое занятие №27,34	Текущий контроль
	Ориентирование в ФЗ №38 «О рекламе»	Практическое занятие №35	Текущий контроль
	Сбор информации по сбытовой политике тур предприятия	Практическое занятие №36,37	Текущий контроль
Знания: правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;	Формулирование правил работы на выставках	Устный опрос 3.2.1.	Текущий контроль
	Понимание методология деятельности на выставках	Устный опрос 3.2.2	Текущий контроль
	Правильность осуществления анализа при деятельности на выставках	Устный опрос 3.2.3	Текущий контроль
Умения: работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных	Правильность работы с запросами клиентов в том числе и с иностранными в соответствии с правилами работы с клиентами.	Практическое занятие №28	Текущий контроль
	Правильность работы с запросами иностранных клиентов	Практическое занятие №28	Текущий контроль
	Формулирование потребностей потребителя	Практическое занятие №28	Текущий контроль
Знания: основы маркетинга и	Формулирование основных понятий маркетинга и	Курсовая работа	Дифференцированный зачет

методику проведения маркетинговых исследований	поведения маркетинговых исследований исследований в соответствии с ФЗ№381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» от 28.12.2009г.		по учебной дисциплине
Знания: основные правила и методику составления программ туров; теорию и методики маркетинга туристских продуктов	Формулирование основных понятий при составлении программ туров	Устный опрос 3.7.1	Текущий контроль,
	Формулирование основных правил составления программ туров	Устный опрос 3.7.2	Текущий контроль
	Формулирование методик составления программ туров	Устный опрос 3.7.3	Текущий контроль
Умения: составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов	Правильность составление программ туров для российских клиентов в соответствии с ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности» от 3.05.2012г.	Практическое занятие№29	Текущий контроль,
	Правильность составление программ туров для зарубежных клиентов в соответствии с ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности» от 3.05.2012г.	Практическое занятие№29	Текущий контроль
	Правильность составление анализа продаж туров	Практическое занятие№29	Текущий контроль
Знания: виды рекламного продукта	Формулирование понятия рекламного продукта	Устный опрос № 4.1.1	Текущий контроль
	Правильность разграничения рекламного продукта по видам	Устный опрос № 4.1.1	Текущий контроль
	Формулирование классификации рекламного продукта и выставочной деятельности в туризме	Устный опрос № 4.1.1	Текущий контроль
Умения: проводить анализ деятельности других туркомпаний	Правильность проведения анализа деятельности других туркомпаний в соответствии ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности» от 3.05.2012г	Курсовая работа	Дифференцированный зачет по учебной дисциплине
Умения: Изучает конъюнктуру и тенденции развития рынка туристских продуктов и туристских услуг	Ориентирование и изучение конъюнктуры и тенденций развития рынка туристских продуктов и туристских услуг в	Практическое занятие № 25	Текущий контроль

	соответствии с ФЗ№381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» от 28.12.2009г.		
	Понимание разделения рынка на сегменты	Практическое занятие №25	Текущий контроль,
	правильность тенденций развития туристского рынка	Практическое занятие №25	Текущий контроль
Знания: конъюнктуру рынка туристских услуг;	Формулирование теории и методики маркетинга туристских продуктов	Устный опрос 3.4.1	Текущий контроль
	Формулирование конъюнктуры рынка туристских услуг	Устный опрос 3.4.2	Текущий контроль
	Формулирование методики проведения маркетинговых исследований	Устный опрос 3.4.3	Текущий контроль
Умения: Изучает и анализирует спрос на реализуемые туристские продукты, потребности покупателей и заказчиков туристских услуг.	Определение и изучение спроса на реализуемые туристские продукты, потребности покупателей и заказчиков туристских услуг в соответствии с ФЗ№381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» от 28.12.2009г.	Практическое занятие № 26	Текущий контроль
	Правильность осуществления маркетинговых исследований	Практическое занятие №29	Текущий контроль
	Правильность использования результатов исследований при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;	Практическое занятие №30	Текущий контроль
Умения: осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;	Правильность и полнота осуществления маркетинговых исследований и использование их результатов при создании туристского продукта и для переговоров с турагентами в соответствии с ФЗ№381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» от	Курсовая работа	Дифференцированный зачет по учебной дисциплине

	28.12.2009г.		
Знания: технику проведения рекламной кампании; методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов; основные правила и методику составления программ туров	Формулирование техники проведения рекламной кампании	Устный опрос 3.5	Текущий контроль
	Формулирование методики формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов	Устный опрос 3.6	Текущий контроль
	Формулирование основных правил и методику составления программ туров	Устный опрос 3.7	Текущий контроль
Умения: рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;	Правильность и полнота расчета стоимости питания, транспортного и экскурсионного обслуживания в соответствии с ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности» от 3.05.2012г	Практическое занятие №35,36	Текущий контроль
	Правильность расчета стоимости проживания	Практическое занятие №37	Текущий контроль
	Правильность и полнота расчета стоимости транспортного и экскурсионного обслуживания в соответствии с ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности» от 3.05.2012г	Практическое занятие №38,39, 40	Текущий контроль
Знания: методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	Формулирование методики расчета стоимости проживания	Устный опрос 3.8.1	Текущий контроль
	Определение методики расчета стоимости питания	Устный опрос 3.8.2	Текущий контроль
	Определение методики расчета стоимости транспортного и экскурсионного обслуживания	Устный опрос 3.8.3	Текущий контроль
Умения: рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта цены на туристские	Полнота и правильность расчета себестоимости турпакета и в соответствии с ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности» от 3.05.2012г	Практическое занятие № 41	Текущий контроль

продукты	Определение цен турпродукта	Практическое занятие № 42	Текущий контроль
	Правильность формирования и обоснование цены на туристские продукты в соответствии с ФЗ №381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» от 28.12.2009г.	Практическое занятие № 42	Текущий контроль
Знания: методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;	Формулирование методики расчета себестоимости турпакета	Устный опрос 3.9.1	Текущий контроль
	Определение цены турпакета	Устный опрос 3.9.2	Текущий контроль
	Определение эффективности расчета себестоимости турпакета	Устный опрос 3.9.1	Текущий контроль

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 через: - повышение качества обучения по ПМ; - участие в НСО; - участие в студенческих олимпиадах, научных конференциях; - участие в органах студенческого самоуправления; - участие в социально-проектной деятельности;	анализ результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, портфолио
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области туризма и работы офиса; - организовывать применение методов и способов решения профессиональных задач при выполнении работ на практических занятиях, тренинги-лаборатории - оценка эффективности и качества выполнения профессиональных задач	оценка эффективности и качества выполнения работ на учебной и производственной практике
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Актуальность и обоснованность принятых решений стандартных и нестандартных профессиональных задач в области использования инновационных методов работы в офисе - выбор и применение методов и способов решения стандартных и нестандартных профессиональных задач в области использования инновационных методов работы в офисе	практические работы на моделирование и решение нестандартных ситуаций
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Эффективный поиск необходимой информации; Использование различных источников, включая электронные. – получение необходимой информации с использованием различных источников, включая электронные	эффективный поиск необходимой информации, подготовка рефератов, докладов, использование электронных источников
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Обоснованное использование прикладных программ для выполнения всех необходимых расчётов при решении профессиональных задач в области работы с функциональным подразделением - оформление результатов самостоятельной работы с использованием ИКТ; - работа на автоматизированном рабочем месте.	наблюдение за навыками работы в глобальных, корпоративных и локальных информационных сетях
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие со студентами, преподавателями в ходе обучения и практики - умение работать в группе;	наблюдение за ролью обучающихся в группе;

	<ul style="list-style-type: none"> - наличие лидерских качеств; - участие в студенческом самоуправлении; 	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> - проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий; – самоанализ и коррекция результатов собственной работы 	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<p>Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля</p> <ul style="list-style-type: none"> – организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля - самостоятельный, профессионально-ориентированный выбор тематики творческих и проектных работ (курсовых, рефератов, докладов и т.п.); - составление резюме; - посещение дополнительных занятий; - освоение дополнительных рабочих профессий; - обучение на курсах дополнительной профессиональной подготовки; <p>уровень профессиональной зрелости</p>	анализ результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, портфолио
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	<p>Анализ инноваций в области разработки профессиональных задач</p> <ul style="list-style-type: none"> - быть готовым к смене технологий работы, - анализ инноваций в области развития туристической деятельности - не бояться овладевать новыми технологиями путем самостоятельной подготовки, работы в сети Интернет 	эффективный поиск необходимой информации, подготовка рефератов, докладов, использование электронных источников, участие в семинарах, учебно-практических конференциях, конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах