

Министерство образования и науки Самарской области

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

УТВЕРЖДАЮ

**Приказ директора колледжа
от 13.04.2022 г № 211 - 03**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг**

*программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.10. Туризм*

Самара, 2022

ОДОБРЕНО

Предметно-цикловой
(методической) комиссией
Сервисно-экономических дисциплин
и дисциплин управления
Председатель
Е.А. Каргопольцева

Составитель:
Логинова О.В., преподаватель ГБПОУ «ПГК»

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.03.10. Туризм, утвержденной приказом Министерства образования и науки РФ от 02 апреля 2014 г. № 256.

Рабочая программа разработана с учетом исследования квалификационных запросов со стороны предприятий/организаций регионального рынка труда.

Рабочая программа ориентирована на подготовку студентов к выполнению квалификационных требований работодателя.

Рабочая программа разработана в соответствии с методическими рекомендациями и шаблоном, утвержденном в ГБПОУ «Поволжский государственный колледж».

Содержание программы реализуется в процессе освоения студентами программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.03.10. Туризм.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
3.1 Тематический план профессионального модуля	10
3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю	11
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ	31
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	36
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	39
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1	52
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.2	54
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	64
.....	65

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее программа ПМ) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 43.02.10. Туризм базовой подготовки, разработанной в ГБПОУ «ПГК».

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована с целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающихся в ходе освоения профессионального модуля.

Рабочая программа составляется для очной формы обучения.

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

Базовая часть

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

иметь практический опыт:

Код	Наименование результата обучения
ПО 1	проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
ПО 2	планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;
ПО 3	предоставления сопутствующих услуг;
ПО 4	расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
ПО 5	взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
ПО 6	работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
ПО 7	планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;

уметь:

Код	Наименование результата обучения
У 1	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
У 2	проводить анализ деятельности других туркомпаний;
У 3	работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
У 4	обрабатывать информацию и анализировать результаты;
У 5	налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
У 6	работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
У 7	работать с информационными и справочными материалами;

Код	Наименование результата обучения
У 8	составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
У 9	составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
У 10	составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
У 11	оформлять страховые полисы;
У 12	вести документооборот с использованием информационных технологий;
У 13	анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
У 14	рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
У 15	рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
У 16	работать с агентскими договорами;
У 17	использовать каталоги и ценовые приложения;
У 18	консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
У 19	работать с заявками на бронирование туров; предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
У 20	использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
У 21	использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

знать:

Код	Наименование результата обучения
Зн 1	виды рекламного продукта;
Зн 2	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
Зн 3	способы обработки статистических данных;
Зн 4	методы работы с базами данных;
Зн 5	методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
Зн 6	планирование программ турпоездок;
Зн 7	основные правила и методику составления программ туров;
Зн 8	правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
Зн 9	способы устранения проблем, возникающих во время тура;
Зн 10	методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
Зн 11	методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
Зн 12	методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
Зн 13	основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
Зн 14	правила бронирования туров;
Зн 15	методику организации рекламных туров;
Зн 16	правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
Зн 17	основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
Зн 18	технику проведения рекламной кампании;
Зн 19	методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
Зн 20	техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
Зн 21	специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

Вариативная часть

Вариативный МДК.В. 03.03 Организация внутреннего туризма в России введён в ПМ 03 решением рабочей группы протокол заседания ПЦМК № 2 от 28.09. 2015 в связи с требованиями работодателей к выпускнику, который должен иметь практический опыт планирования программ турпоездов и составления турпакета по России, а также иметь соответствующие данному опыту умения и знания.

иметь практический опыт:

Код	Наименование результата обучения
ПО в 1	планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета по России

уметь:

Код	Наименование результата обучения
У в 1	вести поиск необходимой информации по туристским ресурсам регионов России
У в 2	собирать актуальную информацию об инфраструктуре туристских центров, экскурсионных объектах и специфике организации туризма в различных регионах России

знать:

Код	Наименование результата обучения
Зн в 1	основные закономерности размещения туристских ресурсов в крупных туристских регионах России
Зн в 2	основные черты туристских регионов России
Зн в 3	географию крупных туристских центров России и специфику их туристской инфраструктуры
Зн в 4	методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению, географии туристских ресурсов и регионоведению России

С целью приведения содержания рабочей программы профессионального модуля в соответствие с требованиями рынка труда осваиваются следующие трудовые действия, необходимые умения и знания в соответствии с квалификационными требованиями работодателей.

Трудовые действия квалификационных требований работодателей:

Код	Наименование результата обучения
ТД ₁ КТ	Проводить маркетинговые исследования по туристическим продуктам
ТД ₂ КТ	Составлять программу туров и туристические пакеты
ТД ₃ КТ	Расчет стоимости услуг и определение цены турпродукта
ТД ₄ КТ	Взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта
ТД ₅ КТ	Разработка рекламной компании по продвижению турпродукта
ТД ₆ КТ	Разработка рекламной компании по продвижению турпродукта по России

Умения квалификационных требований работодателей:

Код	Наименование результата обучения
У ₁ КТ	Осуществлять маркетинговые исследования и использовать их результаты при разработке турпродукта
У ₂ КТ	Анализировать деятельность конкурентов
У ₃ КТ	Организовывать работу на туристических выставках и ярмарках
У ₄ КТ	Анализировать запросы клиентов
У ₅ КТ	Расчет себестоимости турпродукта и определение стоимости тура
У ₆ КТ	Формировать турпродукт по запросам клиентов
У ₇ КТ	Осуществлять бронирование туруслуг
У ₈ КТ	Консультировать клиентов по туристическим продуктам
У ₉ КТ	Оказывать визовую и консульскую поддержку
У ₁₀ КТ	Работать с агентскими договорами
У ₁₁ КТ	Оформлять страховой полис
У ₁₂ КТ	Оказывать послепродажное обслуживание

Знания квалификационных требований работодателей:

Код	Наименование результата обучения
З ₁ КТ	Правила работы на туристических выставках и ярмарках
З ₂ КТ	Правила разработки программы туров
З ₃ КТ	основные закономерности размещения туристских ресурсов в крупных туристских регионах России
З ₄ КТ	Правила работы с документами при работе с консульскими и страховыми учреждениями
З ₅ КТ	Методику определения стоимости проживания, питания, экскурсионного обслуживания и трансфера
З ₆ КТ	Правила создания агентской сети и составления агентских договоров
З ₇ КТ	Правила бронирования туруслуг
З ₈ КТ	Методику организации рекламных туров
З ₉ КТ	Правила и методику организации рекламной компании
З ₁₀ КТ	Правила делового общения и делового этикета
З ₁₁ КТ	Основные черты туристских регионов России
З ₁₂ КТ	Географию крупных туристских центров России и специфику их туристской инфраструктуры
З ₁₃ КТ	Методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению, географии туристских ресурсов и регионоведению России

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности *предоставление туроператорских услуг*, в том числе профессиональными (ПК), указанными в ФГОС по специальности 43.02.10. Туризм.

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.

Вариативная часть профессионального модуля направлена на формирование дополнительных (вариативных) ПК:

Код	Наименование результата обучения
ПК в 1	Формировать туристский продукт по России

Результатом освоения профессионального модуля является овладение трудовыми функциями в соответствии с квалификационными требованиями работодателей:

Код ТФ	Наименование трудовой функции
ТФ 1	Мониторинг туристского продукта
ТФ 2	Консультирование и информирование заказчиков о туристском продукте
ТФ 3	Формирование туристского продукта
ТФ 4	Продвижение туристского продукта
ТФ 5	Реализация туристского продукта

В процессе освоения ПМ у студенты должны овладеть общими компетенциями (ОК):

Код	Наименование результата обучения
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.

Код	Наименование результата обучения
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг

3.1 Тематический план профессионального модуля

ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг

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 (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			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 – ПК 3.4	Раздел Технология и организация туроператорской деятельности	238	148	78	Не предусмотрено	90	Не предусмотрено		
ПК 3.1	Раздел 2.Маркетинговые технологии в туризме	150	100	40		50			
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	144							144
	Всего:	532	392	118	-	140	-	-	144

3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Код образовательного результата	Место организации обучения и/или название лаборатории, кабинета	Уровень освоения
1	2	3			4
Раздел ПМ 03 . Реализация туроператорской деятельности		100			
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности					
Тема 1.1. Формирование турпродукта	Содержание				
	1.	Туроператорская деятельность. Понятие туроператорской деятельности. Основы туроператорской деятельности. Тур проектирование и Тур планирование. Компетенции работников туроператорских услуг. Классификация групп клиентов. Стратегия обслуживания.	2	ОК1,ОК4,ОК7,Зн2,Зн4, Зн12,Зн17, З ₂ КТ	
2.	Деятельность туроператора на современном рынке туристских услуг. Виды деятельности туроператора. Направление туров.	2	ОК1,ОК4,ОК7,Зн2,Зн4,Зн12, Зн17,Зн21		1

3.	Рекламные носители турпродукта. Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению	2	ОК1,ОК4,ОК7,Зн2,Зн4,Зн12, Зн17,Зн21, З9 КТ		1
4.	Формирование туристского продукта. Понятие технологии в туристском бизнесе.Разработка турпродукта Технология формирования тура. Основные правила и методика составления программ туров	2	ОК1,ОК4,ОК7,Зн2,Зн4,Зн12, Зн17,Зн21, , З5 КТ		1
5.	Планирование программы турпоездок. Планирование программ турпоездок. Туристские предприятия и их формы. Классификация и виды туроперейтинга. Классификация и виды туроператора. Основные технологии операторского бизнеса	2	ОК1,ОК4,ОК7,Зн2,Зн4,Зн12, Зн17,Зн21, З5 КТ, З7 КТ		1
6.	Организация и проведение туристского маршрута. Разработка туристского маршрута. Этапы туристского маршрута.Проведение туристского маршрута.	2	ОК1,ОК4,ОК7,Зн2,Зн4,Зн12, Зн17,Зн21, З6 КТ, З2 КТ		1
7.	Формирование туристского пакета. Состав турпакета. Особенности формирования турпакета.	2	ОК1,ОК4,ОК7,Зн2,Зн4,Зн12, Зн17,Зн21, З5 КТ, З7 КТ		1
8.	Виды турпакета. Классификация турпакетов и их особенности. Расчет себестоимости	2	ОК1,ОК4,ОК7,Зн2,Зн4,Зн12, Зн17,Зн21, З6 КТ, З2 КТ		1

		турпакета.				
	9.	Договорно-правовая документация Договор с поставщиками услуг. Турагентский договор. Туристская документация	2	ОК1,ОК4,ОК7,Зн2,Зн4,Зн12, Зн17,Зн21, З ₁₃ КТ		1
	10.	Предоставление турпродукта потребителю. Технология доставки турпродукта потребителю туристских услуг	2	ОК1,ОК4,ОК7,Зн2,Зн4,Зн12, Зн17,Зн21, З ₁₃ КТ		1
	Лабораторные работы		Не предусм отрено			
	Практические занятия		18		Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2.3
	1.	Анализа и разработка проекта тура по России для иностранных туристов.	4	ПК3.2,У1,У3,У5,У8,У14,У17, У21	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2.3
	2.	Анализ и разработка проекта зарубежного тура для российских туристов.	4	ПК3.2,У1,У3,У5,У8,У14,У17, У21	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2.3
	3.	Анализ и разработка проекта туристского маршрута на основе каталогов и баз данных	4	ПК3.2,У1,У3,У5,У8,У14,У17, У21	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2.3
	4.	Анализ и оценка туристской привлекательности маршрута	4	ПК3.2,У1,У3,У5,У8,У14,У17, У21	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2.3
	5.	Анализ и оценка экономической эффективности тура	2	ПК3.2,У1,У3,У5,У8,У14,У17, У21	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2.3
Тема 1.2. Расчёт стоимости туристского продукта	Содержание					1
	1.	Реклама турпродукта. Каталоги. Виды каталогов Каталоги и ценовые приложения по турпродуктам. Автоматизация работы туристских фирм. Роль автоматизации и деятельности туристских организаций	2	ОК 3,Зн3,Зн5,Зн11,З ₈ КТ		1
	2	Расчет сформированного турпродукта.	2	ОК 3,Зн3,Зн5,Зн11,З ₅ КТ		1

	Методики расчёта туров. Расчет себестоимости турпакета. Формирование цены по этапам движения турпродукта на рынке				
3	Взаимодействия с поставщиками услуг. Критерии и формы выбора с поставщиками. Взаимодействия с поставщиками. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура.	2	ОК 3,3н3,3н5,3н11, 3 ₅ КТ		1
4	Ценовая политика турпродуктов. Определение стоимости турпродукта. Ценовая категория.	2	ОК 3,3н3,3н5,3н11, 3 ₅ КТ		1
5	Структура цены на туристский продукт. Графики и схемы построение изменений ценовых предложений на мировом туристском рынке.	2	ОК 3,3н3,3н5,3н11, 3 ₅ КТ		1
Лабораторные работы		Не предусм отрено			
Практические занятия		30			2
1.	Определение состава турпакета с учётом запросов потребителя.	4	ПК3.3,У4,У7,У11,У16,У17,У19, У20,У21,У22	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	
2	Деловая игра «Использование каталогов и ценовых приложений для расчёта тура»	4	ПК3.3,У4,У7,У11,У16,У17,У19, У20,У21,У22	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2.3
3	Анализ расчёта стоимости услуг проживания.	4	ПК3.3,У4,У7,У11,У16,У17,У19, У20,У21,У22	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2.3
4	Анализ и расчёт стоимости транспортного обслуживания.	4	ПК3.3,У4,У7,У11,У16,У17,У19, У20,У21,У22	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2.3
5	Анализ и расчёт стоимости экскурсионного обслуживания	6	ПК3.3,У4,У7,У11,У16,У17,У19, У20,У21,У22	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2.3
6	Анализ и расчёт себестоимости турпакета	4	ПК3.3,У4,У7,У11,У16,У17,У19, У20,У21,У22	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2.3
7	Анализ и расчёт стоимости тура.	4	ПК3.3,У4,У7,У11,У16,У17,У19,	Кабинет турагентской и туроператорской	2.3

			У20,У21,У22	деятельности	
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 1.		40			
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.					
Учебная практика					
Виды работ					
Раздел ПМ 03.					
Маркетинговые технологии в туризме					
МДК 03.02.					
Маркетинговые технологии в туризме					
Тема 2.1. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	Содержание				1
	1	Основы маркетинга и проведение маркетинговых исследований. Социально-экономическая сущность маркетинга и маркетинговых исследований.	4	ОК1,ОК5,ОК7,Зн3,Зн5,Зн8,Зн9, Зн14,Зн15, З ₁₃ КТ	
	2	Специфика маркетинга услуг. Статистические данные в туризме и способы их обработки.	4	ОК1,ОК5,ОК7,Зн3,Зн5,Зн8,Зн9, Зн14,Зн15, З ₁₃ КТ	1
	3	Система маркетинговой информации в туризме. Информационные ресурсы, используемые в туризме	4	ОК1,ОК5,ОК7,Зн3,Зн5,Зн8,Зн9, Зн14,Зн15, З ₁₃ КТ	1
	4	Сбор и анализ маркетинговой	4	ОК1,ОК5,ОК7,Зн3,Зн5,Зн8,Зн9,	1

		информации. Базы данных по турпродуктам. Система сбора маркетинговой информации.формации.		Зн14,Зн15, З ₁₃ КТ		
5		Методы работы с базами данных. Анализ и экспериментальная оценка маркетинговой ин	4	ОК1,ОК5,ОК7,Зн3,Зн5,Зн8,Зн9, Зн14,Зн15, З ₁₃ КТ		1
Лабораторныеработы			Не предусм отрено			
Практические занятия						
1		Составление плана мероприятий проведения маркетинговых исследований. Анализ оформления и подбор информации для формирования базы данных по турпродуктам.	6	ПК3.1,У4,У7,У11,У16,У17,У19, У20,У21,У22	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2
2		Анализа деятельности туркомпаний Самары.	4	ПК3.1,У4,У7,У11,У16,У17,У19, У20,У21,У22	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2,3
Тема 2.2. Продвижение турпродукта		Содержание				1
1		Маркетинговое исследование туристского рынка. Продвижения турпродукта на внутреннем и внешних рынках.	4	ОК3,ОК4,ОК7,Зн1,Зн2,Зн7,Зн13, Зн16,Зн17,Зн19,Зн22, З ₁ КТ, З ₉ КТ		
2		Маркетинговое исследование потребителей туристских услуг. Основы маркетинга Основные понятия в маркетинге туризма Маркетинговые исследования и их специфика Методика проведения маркетинговых исследований Теория и методики маркетинга туристских продуктов Виды маркетинговых	14	ОК3,ОК4,ОК7,Зн1,Зн2,Зн7,Зн13, Зн16,Зн17,Зн19,Зн22, З ₁ КТ, З ₉ КТ		1

	<p>исследований Конъюнктура рынка туристских услуг Сегментация рынка туруслуг Стимулирование продажи и пропаганды туристского продукта.</p> <p>Управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия</p> <p>Стратегическое планирование и маркетинговая программа. Маркетинговая информационная система предприятия и методы сбора информации. Организация и содержание маркетинговых исследований. Организационная структура маркетинговых служб предприятия и основные требования к ее построению. Контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности.</p>	8			
3	<p>Виды рекламного продукта</p> <p><u>Понятие рекламы. Виды рекламного продукта .Классификация рекламного продукта . Формы рекламы и методы. Специфика развития рекламы в России</u> <u>Современные тенденции развития рекламы в туристической фирме</u></p>	8	ОК3,ОК4,ОК7,Зн1,Зе2,Зн7,Зн13, Зн16,Зн17,Зн19,Зн22, З1 КТ, З9 КТ		1
4	<p>Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Виды рекламного продукта. Разработка программы стимулирование сбыта.</p>	4	ОК3,ОК4,ОК7,Зн1,Зе2,Зн7,Зн13, Зн16,Зн17,Зн19,Зн22, З1 КТ, З9 КТ		1

	<p>5 Рекламная компания.</p> <p>Разработка рекламного бюджета. Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов Оценка эффективности рекламной деятельности</p>	4	<p>ОК3,ОК4,ОК7,Зн1,Зе2,Зн7,Зн13, Зн16,Зн17,Зн19,Зн22, З1 КТ, З9 КТ</p>		1
	<p>6 Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках</p> <p>Методика формирования содержания дизайна рекламных материалов. Выбор дизайна рекламных материалов. Специфика выставочной деятельности. Правила работы на выставках. Методы анализа результатов деятельности на выставках Анализ проведения выставочной деятельностиПродвижение туристского продукта на выставке. Характеристика выставочных мероприятий.</p>	8	<p>ОК3,ОК4,ОК7,Зн1,Зе2,Зн7,Зн13, Зн16,Зн17,Зн19,Зн22, З1 КТ, З9 КТ</p>		1
	<p>7 Основные правила составления программ туров</p> <p>Понятие и содержание программ туров. Основные правила составления программ туров. Методика составления программ туров Классификация программ туров Методика организации рекламных туров</p>	8	<p>ОК3,ОК4,ОК7,Зн1,Зе2,Зн7,Зн13, Зн16,Зн17,Зн19,Зн22, З1 КТ, З9 КТ</p>		1
	<p>8 Продвижение дестинаций</p> <p>Организация системы продвижения дестинаций. Формирование информационной системы обеспечения территориального маркетинга и продвижения дестинаций. Разработка комплекса продвижения дестинаций.</p>	8	<p>ОК3,ОК4,ОК7,Зн1,Зе2,Зн7,Зн13, Зн16,Зн17,Зн19,Зн22, З1 КТ, З9 КТ</p>		
	<p>Лабораторные работы</p>	<p>Не предусм отрено</p>			

	Практические занятия					2
	1	Составление плана продвижения турпродукта.	4	ПК3.4,У1,У2,У7,У15,У21	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2,3
	2	Анализ и разработка мероприятий по продвижению и реализации турпродукта	4	ПК3.4,У1,У2,У7,У15,У21	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2,3
	3	Деловая игра «Выбор рекламного материала»	4	ПК3.4,У1,У2,У7,У15,У21	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2,3
	4	Создание рекламного продукта по туру	4	ПК3.4,У1,У2,У7,У15,У21	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2
	5	Деловая игра «Организация рекламного тура»	4	ПК3.4,У1,У2,У7,У15,У21		
	6	Проектирование презентации тура для специализированной выставке.	4	ПК3.4,У1,У2,У7,У15,У21	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2
Тема 2.3. Взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта	Содержание					1
	1	Агентская сеть. Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров	4	ОК2,ОК5,ОК7,Зн2,Зн12,Зн14, Зн17,Зн19,Зн20,Зн21,Зн22, З8 КТ, З9 КТ		
	2	Сбытовая политика туристского предприятия. Формирование сбытовой сети. Подбор партнеров по сбыту	4	ОК2,ОК5,ОК7,Зн2,Зн12,Зн14, Зн17,Зн19,Зн20,Зн21,Зн22, З8 КТ, З9 КТ		1
	3	Договорные взаимоотношения в туризме. Договорно-правовая документация: договор с турагентами	4	ОК2,ОК5,ОК7,Зн2,Зн12,Зн14, Зн17,Зн19,Зн20,Зн21,Зн22, З8 КТ, З9 КТ		1
	4	Деловой этикет. Техники эффективного делового общения, протокол, этикет	4	ОК2,ОК5,ОК7,Зн2,Зн12,Зн14, Зн17,Зн19,Зн20,Зн21,Зн22, З8 КТ, З9 КТ,З10 КТ		1
	5	Обслуживание иностранных клиентов на туристском предприятии. Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами	4	ОК2,ОК5,ОК7,Зн2,Зн12,Зн14, Зн17,Зн19,Зн20,Зн21,Зн22, З8 КТ, З9 КТ,З10 КТ		1
	6	Взаимодействия ТО и ТА.	4	,ОК2,ОК5,ОК7,Зн2,Зн12,Зн14, Зн17,Зн19,Зн20,Зн21,Зн22, З8 КТ,		1

	Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта		3 ₉ КТ, 3 ₁₀ КТ		
7	Бронирование туристских услуг. Правила бронирования туруслуг	4	ОК2, ОК5, ОК7, 3 _{н2} , 3 _{н12} , 3 _{н14} , 3 _{н17} , 3 _{н19} , 3 _{н20} , 3 _{н21} , 3 _{н22} , 3 ₈ КТ, 3 ₉ КТ, 3 ₁₀ КТ		1
8	Форс- мажорные обстоятельства. Проблемы, возникающие во время тура и способы их устранения. Работа туроператора с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями	4	ОК2, ОК5, ОК7, 3 _{н2} , 3 _{н12} , 3 _{н14} , 3 _{н17} , 3 _{н19} , 3 _{н20} , 3 _{н21} , 3 _{н22} , 3 ₈ КТ, 3 ₉ КТ, 3 ₁₀ КТ		1
Лабораторные работы		Не предусм отрено			
Практические занятия				Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2
1	Составление проекта агентского соглашения с турагентом по реализации турпродукта	4	ПК3.2, ПК3.3, ПК3.4, У1, У5, У7, У11, У16, У18, У19, У20	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2,3
2	Анализ и разработка плана переговоров с турагентом.	2	ПК3.2, ПК3.3, ПК3.4, У1, У5, У7, У11, У16, У18, У19, У20	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2,3
3	Деловая игра «Использование различных методов поощрения турагентов»	2	ПК3.2, ПК3.3, ПК3.4, У1, У5, У7, У11, У16, У18, У19, У20	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	3
4	Деловая игра «Использование эффективных методов общения с клиентами (турагентами) на русском и иностранном языках»	2	ПК3.2, ПК3.3, ПК3.4, У1, У5, У7, У11, У16, У18, У19, У20	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2,3
5	Деловая игра «Консультация партнёров по турпродуктам»	2	ПК3.2, ПК3.3, ПК3.4, У1, У5, У7, У11, У16, У18, У19, У20	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2,3
6	Анализ и разработка вариантов предоставления информации турагентам по рекламным турам	2	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, У 1, У5, У7, У11, У16, У18, У19, У20	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2,3
7	Составление заявки на бронирование туруслуг	2	ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, У 1, У5, У7, У11, У16, У18, У19, У20	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2,3
8	Деловая игра «Решение проблемных ситуаций, возникающих во время тура»	2	ПК3.2, ПК3.3, ПК3.4, У1, У5, У7, У11, У16, У18, У19, У20	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности	2,3
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ2.		100			
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы					

<p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).</p> <p>Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составление конспекта темы «Виды маркетинговых исследований» 2. Составление конспекта темы «Источники информации в маркетинге» 3. Анализ маркетинговых концепций с рекомендациями по их реализации 4. Анализ схемы проведения маркетинговых исследований 5. Построение прогнозов развития туризма в городе на основе проведенных маркетинговых исследований. 6. Составление конспекта темы «Формы взаимодействия туроператора с турагентом». 7. Составление конспекта темы «Аспекты деятельности совместной работы туроператоров и турагентств». 8. Составление конспекта темы «Условия эффективного сотрудничества турфирм». 9. Составление конспекта темы «Условия осуществления туроператорской деятельности». 10. Составление конспекта темы «Методы распространения турпродукта, стимулирование сбыта и продвижение турпродукта». 11. Составление конспекта темы «Способы стимулирования спроса на туристские товары и услуги» 12. Анализ рекламного макета рекламного проспекта для турпродукта 			
<p>Производственная практика</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка программы тура по территории России. 2. Разработка программы тура по Самарской области. 3. Составление турпакета в соответствии с результатами маркетинговых исследований. 4. Разработка планов турпоездок. 5. Составление проекта договора с АТП. 6. Составление проекта договора с гостиницей. 7. Составление проекта договора с предприятием питания. 8. Составление проекта договора с экскурсионным бюро. Составление калькуляции цен на туруслуги. 9. Выполнение расчёта общей стоимости тура. 10. Разработка прайс-листов. 	108		

<ul style="list-style-type: none"> 11. Проведение исследования конкурентной среды (составление аналитической справки по рынку туристских услуг региона). 12. Проведение исследования туристских потребностей жителей города (анкетирование). 13. Формирование базы данных по турпродуктам. 14. Составление проекта договора с турагентом 15. Составление публичной оферты туроператора 16. Проектирование рекламной кампании. 17. Проведение презентации тура. 18. Рассылка предложений в виде рекламных материалов. 19. Выставление счёта туроператором по заявке турагента. 			
Всего		532	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы ПМ требует наличия учебных кабинетов -

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методических пособий.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением и выходом в Интернет;
- мультимедийный комплект.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: - не предусмотрено.

Реализация рабочей программы ПМ предполагает обязательную учебную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения (перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы)

Основные источники

Для преподавателей

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Герда, 2015.
2. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: учеб.пособие М.: Нолидж, 2014.
3. Дурович А., Сергеева Т., Бондаренко Г. Организация туризма. – М.: Новое знание, 2016.
4. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта: учебник – М.: Финансы и статистика, 2014
5. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: учеб. Пособие. СПб.: “Издательский дом Герда”, 2015
6. Кусков А.С., Джадалян Ю.А. Основы туризма: учебник. М.: КНОРУС, 2014.
7. Черных Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов: Учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2016.

Для студентов

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Герда, 2015.
2. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: учеб.пособие М.: Нолидж, 2014.
3. Дурович А., Сергеева Т., Бондаренко Г. Организация туризма. – М.: Новое знание, 2016.

- Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта: учебник – М.: Финансы и статистика, 2014.
- Каурова А.Д. Организация сферы туризма: учеб. Пособие. СПб.: “Издательский дом Герда”, 2015
- Кусков А.С., Джадалян Ю.А. Основы туризма: учебник. М.: КНОРУС, 2014.
- Черных Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов: Учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2016.

Дополнительные источники

Для преподавателей

- Борейко Т. Россия гостеприимная: Обзор рынка въездного туризма// Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2013.
- Головлев А.А. Экономическая география Российской Федерации: учебное пособие: в 3 ч. – Ч.1. под ред. В.В.Воронина. – Самара:Из-во СГЭУ, 2011.
- Долженко Г.П. Экскурсионное дело: учебное пособие. 3-е изд., испр. И доп. Ростов н/Д : «Феникс»; М.: ИКЦ «Март»; Ростов н/Д : Издательский центр “Март”б 2014.
- Долженко Г.П. История туризма в дореволюционной России и СССР, Ростов н/Д: Издательский центр “Март”, 2013.
- Дурович А.П., Кабушкин Н.И., Сергеева Т.М. Организация туризма: Учебное пособие. – М., Новое знание, 2012.
- Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник. М.: Финансы и статистика, 2014.
- Овчаров А.О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы. М.: ИНФРА – М, 2013.
- Остроумов О.В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность. – М.: Изд-во “Финансы и статистика”, 2014.
- Федеральный закон от 01.12.2011 № 310-ФЗ “Об организации и о проведении XXII олимпийских игр и XI паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации” (ред. От 30.12.2011).
- Федеральный закон от 21.07.2011 № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях» (ред. От 30.06.2011).
- Федеральный закон от 22.07.2012 № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» (ред. от 23.07.2011).
- Федеральный закон от 24.11. 2012. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 20.12.2008).

Для студентов

- Борейко Т. Россия гостеприимная: Обзор рынка въездного туризма// Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2014.

2. Головлев А.А. Экономическая география Российской Федерации: учебное пособие: в 3 ч. – Ч.1. под ред. В.В.Воронина. – Самара: Из-во СГЭУ, 2013
 3. Долженко Г.П. Экскурсионное дело: учебное пособие. 3-е изд., испр. И доп. Ростов н/Д : «Феникс»; М.: ИКЦ «Март»; Ростов н/Д : Издательский центр «Март»б 2012.
 4. Долженко Г.П. История туризма в доореволюционной России и СССР, Ростов н/Д: Издательский центр «Март», 2013.
 5. Дурович А.П., Кабушкин Н.И., Сергеева Т.М. Организация туризма: Учебное пособие. – М., Новое знание, 2013.
 6. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник. М.: Финансы и статистика, 2014.
 7. Овчаров А.О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы. М.: ИНФРА – М, 2014.
 8. Остроумов О.В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность. – М.: Изд-во «Финансы и статистика», 2013.
 9. Федеральный закон от 01.12.2013 № 310-ФЗ «Об организации и о проведении XXII олимпийских игр и XI паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (ред. От 30.12.2008).
 10. Федеральный закон от 21.07.2014 № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях» (ред. От 30.06.2008).
 11. Федеральный закон от 22.07.2014 № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» (ред. от 23.07.2008).
- Федеральный закон от 24.11.2013 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации.

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса.

Освоение ПМ *Предоставление туроператорских услуг* производится в соответствии с учебным планом по специальности 43.02.10. Туризм и календарным графиком, утвержденным директором колледжа.

Образовательный процесс организуется строго по расписанию занятий, утвержденному заместителем директора по УР. График освоения ПМ предполагает последовательное освоение **МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности**, **МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме**, **МДК 03.03. Организация внутреннего туризма в России**, включающих в себя как теоретические, так и лабораторно-практические занятия.

Освоению ПМ предшествует обязательное изучение учебных дисциплин Психология делового общения (практикум), Организация туристской индустрии, Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации, ОП.04. Безопасность жизнедеятельности, Туристское регионоведение России. ПМ.01 Предоставление турагентских услуг. ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов.

Изучение теоретического материала может проводиться как в каждой группе, так и для нескольких групп (при наличии нескольких групп на специальности).

При проведении лабораторных работ/практических занятий проводится деление группы студентов на подгруппы, численностью не более 12 чел. Лабораторные работы проводятся в специально оборудованной лаборатории лабораторий - учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг – турфирма.

В процессе освоения ПМ предполагается проведение рубежного контроля знаний, умений у студентов. Сдача рубежного контроля (РК) является обязательной для всех обучающихся. Результатом освоения ПМ выступают ПК, оценка которых представляет собой создание и сбор свидетельств деятельности на основе заранее определенных критериев.

С целью оказания помощи студентам при освоении теоретического и практического материала, выполнения самостоятельной работы разрабатываются учебно-методические комплексы (кейсы студентов).

С целью методического обеспечения прохождения учебной и/или производственной практики, выполнения курсового проекта/курсовой работы разрабатываются методические рекомендации для студентов.

При освоении ПМ каждым преподавателем устанавливаются часы дополнительных занятий, в рамках которых для всех желающих проводятся консультации. График проведения консультаций размещен на входной двери каждого учебного кабинета и/или лаборатории.

При выполнении курсовой работы проводятся как групповые аудиторные консультации, так и индивидуальные. Порядок организации и выполнения курсового проектирования определен в нормативном документе колледжа - *не предусмотрен*.

Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля «*Предоставление туроператорских услуг*» является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля «*Предоставление туроператорских услуг*» .

Текущий учет результатов освоения ПМ производится в журнале по ПМ. Наличие оценок по ЛПР и рубежному контролю является для каждого студента обязательным. В случае отсутствия оценок за ЛПР и ТРК студент не допускается до сдачи квалификационного экзамена по ПМ.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по МДК:

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «*Предоставление туроператорских услуг*».

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих проведение ЛПР:

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «*Предоставление туроператорских услуг*».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

- дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, регулярно проходящие стажировку в турфирмах, повышающие квалификацию на курсах. Опыт деятельности в образовательных учреждениях является обязательным.

**5. 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.	<ul style="list-style-type: none"> – Составление аналитической справки маркетинговой структуры рынка туристской индустрии в соответствии с планом работы. – Определение сегментов туристского рынка. – Разработка рекламных материалов презентации турпродукта. 	<p>Форма – практическое задание.</p> <p>Метод оценивания – экспертная оценка</p>
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	<ul style="list-style-type: none"> – Составление аналитической справки потребностей заказчика турпродукта. – Определение стратегических позиций туристского продукта. – Разработка плана мероприятий по взаимодействию с потребителями. – Создание проекта путешествия. 	<p>Форма – практическое задание.</p> <p>Метод оценивания – экспертная оценка</p>
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	<ul style="list-style-type: none"> – Определение состава турпакета с учётом запросов потребителя. – Расчёт стоимости турпакета по заявке потребителя. 	<p>Форма – практическое задание.</p> <p>Метод оценивания – экспертная оценка</p>
ПК3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> – Составление проекта агентского соглашения с турагентом по реализации турпродукта. – Составление проект агентского соглашения с турагентом по продвижению турпродукта. – Составлен план реализации и продвижения турпродукта 	<p>Форма – практическое задание</p> <p>Метод оценивания – сравнение с эталоном, модельная ситуация.</p>
ПКв 1 Формировать туристский продукт по России	<ul style="list-style-type: none"> – Составление аналитической справки потребностей заказчика турпродукта. – Определение стратегических позиций туристского продукта. – Разработка плана мероприятий по взаимодействию с потребителями. – Создание проекта путешествия по России. 	<p>Форма – практическое задание.</p> <p>Метод оценивания – экспертная оценка</p>

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	Демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, накопительная оценка, отзывы руководителей практики, компетентно-ориентированное задание
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач	Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в сфере туристического бизнеса	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области туристического бизнеса	
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Эффективный поиск необходимой информации; Использование различных источников, включая электронные	
Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Выполнение рекламных буклетов, презентаций	
Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие обучающихся с преподавателями	
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция результатов собственной работы	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Организация самостоятельных заданий при изучении профессионального модуля	
Ориентироваться в условиях, частой смены технологий в профессиональной деятельности	Анализ инновация в области туризма	

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1

к рабочей программе профессионального модуля Выполнение работ по одной или нескольким профессиям, разработанного на основе изучения квалификационных требований работодателей

Перечень квалификационных требований производственных компаний/организаций, установленных в ходе изучения квалификационных запросов к деятельности рабочих и/или специалистов по специальности 43.02.10 «Туризм»

Трудовая функция	Мониторинг туристского продукта
Трудовые действия	Проводить маркетинговые исследования по туристическим продуктам
Умения	Осуществлять маркетинговые исследования и использовать их результаты при разработке турпродукта; вести поиск необходимой информации по туристским ресурсам регионов России собирать актуальную информацию об инфраструктуре туристских центров, экскурсионных объектах и специфике организации туризма в различных регионах России Анализировать деятельность конкурентов; Анализировать запросы клиентов;
Знания	Правила разработки программы туров; Правила делового общения и делового этикета; Основные закономерности размещения туристских ресурсов в крупных туристских регионах России; Основные черты туристских регионов России; Географию крупных туристских центров России и специфику их туристской инфраструктуры Методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению, географии туристских ресурсов и регионоведению России
Трудовая функция	Формирование туристского продукта
Трудовые действия	Расчет стоимости услуг и определение цены турпродукта
Умения	Расчет себестоимости турпродукта и определение стоимости тура
Знания	Методику определения стоимости проживания, питания, экскурсионного обслуживания и трансфера
Трудовая функция	Продвижение и реализация туристского продукта
Трудовые действия	Взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта Разработка рекламной компании по продвижению турпродукта
Умения	Организовывать работу на туристических выставках и ярмарках; Работать с агентскими договорами Оказывать послепродажное обслуживание
Знания	Правила создания агентской сети и составления агентских договоров; Правила работы на туристических выставках и ярмарках Методику организации рекламных туров; Правила и методику организации рекламной компании

Руководитель рабочей группы
(методист)

С.Н.Дерявская

Член рабочей группы
(преподаватель)

О.В.Логинова

Представители «Астория- Тур»:

Должность

зам. директора

Е.Г.Кошкина

М.П.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

к рабочей программе профессионального модуля

ПЛАНИРОВАНИЕ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АКТИВНЫХ И ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

№ п/п	Тема учебного занятия	Кол-во часов	Активные и интерактивные формы и методы обучения	Код формируемых компетенций
1.	Виды деятельности туроператора	4	Деловая игра, презентация, ролевая игра	ПК 3.2, ОК 2
2.	Разработка турпродукта в процессе оказания туроператорских услуг	2	Ролевая игра	ПК 3.2,ОК4
3.	Планирование программ турпоездов	4	Деловая игра, презентация	ПК 3.2, ПК 3.4,ОК 6
4.	Разработка туристского маршрута	2	Деловая игра	ПК 3.2,ОК 5
5.	Договорно-правовая документация: договор с поставщиками услуг	4	Деловая игра, дискуссии	ПК 3.2, ПК 3.4,ОК4
6.	Каталоги и ценовые приложения по турпродуктам	6	Деловая игра, презент ация	ПК 3.3,ОК 1
7.	Методы работы с базами данных	2	Ролевая игра	ПК 3.3, ПК 3.4,ОК7
8.	Реклама туристского продукта	2	Презентация	ПК 3.4,ОК 5
9.	Проведение рекламной компании	2	Ролевая игра	ПК 3.4,ОК 6
10.	Выбор рекламного материала	2	Деловая игра	ПК 3.4,ОК 2
11.	Организация рекламного тура	2	Деловая игра	ПК 3.3, ПК 3.4,ОК 6
12.	Проектирование презентации тура для специализированной выставке.	2	Презентация	ПК 3.4,ОК4
13.	Использование различных методов поощрения турагентов	2	Деловая игра	ПК 3.1,ОК 5
14.	Использование эффективных методов общения с клиентами (турагентами) на русском и иностранном языках	2	Деловая игра	ПК 3.1,ОК 2
15.	Консультация партнёров по турпродуктам	2	Деловая игра	ПК 3.1,ОК 5
16.	Решение проблемных ситуаций, возникающих во время тура	2	Деловая игра	ПК 3.1,ОК 7
17.	Разработка программы тура в регионе	2	Презентация	ПК в 1,ОК1,ОК 5

СВЕДЕНИЯ

об адаптации рабочей программы для инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

Рабочая программа учебной дисциплины/профессионального модуля (*лишнее удалить*) адаптирована для организации образовательного процесса для инвалидов и студентов, имеющих ограниченные возможности здоровья (далее – ОВЗ) в части выбора форм, методов и педагогических технологий.

Адаптация рабочей программы проведена с учетом требований ФЗ № 273–ФЗ, ст. 79, письма Минобрнауки РФ от 03.08.2014 г. № 06-281 «Требования к организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в ПОО, в том числе оснащенности образовательного процесса», а также методическими рекомендациями по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования от 22.04.2015 г. № 06–830 вн.

Адаптация рабочей программы проведена для инвалидов и обучающихся с ОВЗ, имеющих следующие особенности (*лишнее удалить*): нарушение речи; нарушение слуха; нарушение опорно-двигательного аппарата, в т.ч. ДЦП; нарушения функций и систем организма, не препятствующих обучению по специальности.

Задачи адаптации рабочей программы:

- 1) формирование индивидуальной образовательной траектории для инвалидов и обучающихся с ОВЗ;
- 2) создание условий, способствующих социальной адаптации для инвалидов и обучающихся с ОВЗ в учебной группе;
- 3) повышение уровня доступности получения информации для инвалидов и обучающихся с ОВЗ;
- 4) формирование мотивации к обучению на основе применения современных педагогических технологий.

Формы, методы и технологии адаптации рабочей программы

Адаптационные формы и методы:

- наглядная опора в обучении;
- алгоритмы в обучении;
- комментированное управление;
- поэтапное формирование умственных действий;
- опережающее консультирование по трудным темам;
- игнорирование негативных поступков;
- задания с нарастающей степенью трудности;
- смена видов деятельности;
- поэтапная помощь педагога;
- дифференцированные формы заданий;
- чередование форм организации учебной деятельности (индивидуальная, парная, групповая);
- использование специальных технических средств приема-передачи учебной информации коллективного и индивидуального пользования;
- использование специальных дидактических материалов, печатных и электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к обучению инвалидов и обучающихся с ОВЗ;
- проведение групповых и индивидуальных консультаций.

Педагогические технологии, обеспечивающие адаптацию образовательного процесса для инвалидов и обучающихся с ОВЗ:

- здоровьесберегающие технологии;
- технологии программированного обучения;
- информационно-коммуникационные технологии;
- технологии дистанционного обучения;
- технологии уровневой дифференциации.