

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

2021 г.

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования **43.02.10 Туризм** (базовой подготовки), входящей в состав укрупненной группы специальностей 43.00.00 СЕРВИС И ТУРИЗМ.

Организация-разработчик: ЧПОУ «Магнитогорский колледж современного образования»

Разработчик:

Чистякова Александра Александровна, преподаватель ЧПОУ «Магнитогорский колледж современного образования»

Рассмотрена на заседании методического совета ЧПОУ «Магнитогорский колледж современного образования»

протокол № 5 от « 24 » июня 2021г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. Паспорт программы профессионального модуля	4
2. Результаты освоения профессионального модуля	7
3. Структура и содержание профессионального модуля	8
4. Условия реализации программы профессионального модуля	16
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	18

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

1.1 Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм (базовая подготовка), укрупненной группы специальностей 43.00.00 СЕРВИС И ТУРИЗМ, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): формирование, продвижение и реализация туристского продукта, организация комплексного туристского обслуживания и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования, рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
2. ПК 3.2. Формировать туристский продукт.
3. ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.
4. 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	<ul style="list-style-type: none"> - проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам - планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета - предоставления сопутствующих услуг - расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта - взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта - работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг - планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках
уметь	<ul style="list-style-type: none"> - 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

	<ul style="list-style-type: none"> - вести документооборот с использованием информационных технологий; - анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы - рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания - рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта - работать с агентскими договорами - использовать каталоги и ценовые приложения - консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта - работать с заявками на бронирование туров - предоставлять информацию турагентам по рекламным турам - использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение - использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках
знать	<ul style="list-style-type: none"> - виды рекламного продукта - правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках - способы обработки статистических данных - методы работы с базами данных - методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту - планирование программ турпоездов - основные правила и методику составления программ туров - правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями - способы устранения проблем возникающих во время тура - методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания - методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта - методику создания агентской сети и содержание агентских договоров - основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта - правила бронирования туров - методику организации рекламных туров - правила расчетов с турагентами и способы их поощрения - основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; - технику проведения рекламной кампании - методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов - техники эффективного делового общения, протокол и этикет - специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами

В рамках программы профессионального модуля осуществляется **формирование личностных результатов** реализации программы воспитания по специальности:

ЛРв 1) Осознающий себя гражданином и защитником великой страны

ЛРв 2) Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций

ЛРв 3) Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих

ЛРв 13) Выполняющий профессиональные навыки в сфере сервиса туризма и гостиничного дела

ЛРв 14) Выполняющий профессиональные навыки в сфере сервиса гостиничного дела с учетом специфики субъекта Российской Федерации

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 548 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 404 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 274 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 130 часов;

производственной практики - 144 часа

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования, рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2	Формировать туристский продукт
ПК 3.3	Расчислять стоимость туристского продукта
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно – коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	в т.ч. в форме практической подготовки	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 (вкл. в форме практ. подгот)	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов (вкл. в форме практ. подгот)	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 3.1 – ПК 3.4	Раздел 1 МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	289	177	196	86	*	93			144	
ОК 1 – ОК 9	Раздел 2 МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	115	70	78	39		37				
	Учебная практика										
	Производственная практика	144	144								
	Всего:	548	391	274	125		130			144	

3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.03 Технология и организация туроператорской деятельности

Наименование разделов 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.03 Основы формирования и реализации турпродукта															
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности		157(105)													
Раздел 1 Основы создания и продвижения турпродукта															
Тема 1.1 Основы туроператорской деятельности	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)														
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="495 762 555 794">1</td> <td data-bbox="555 762 1834 794">Понятие «туроператор». Роль туроператора на рынке</td> </tr> <tr> <td data-bbox="495 794 555 826">2</td> <td data-bbox="555 794 1834 826">Тенденция развития туристической индустрии. Факторы устойчивости туроператора на рынке</td> </tr> <tr> <td data-bbox="495 826 555 858">3</td> <td data-bbox="555 826 1834 858">Виды и типы туроператоров</td> </tr> <tr> <td data-bbox="495 858 555 890">4</td> <td data-bbox="555 858 1834 890">Функции туроператора</td> </tr> <tr> <td data-bbox="495 890 555 922">5</td> <td data-bbox="555 890 1834 922">Схемы работы туроператоров</td> </tr> <tr> <td data-bbox="495 922 555 954">6</td> <td data-bbox="555 922 1834 954">Стратегии турфирм</td> </tr> </table>	1	Понятие «туроператор». Роль туроператора на рынке	2	Тенденция развития туристической индустрии. Факторы устойчивости туроператора на рынке	3	Виды и типы туроператоров	4	Функции туроператора	5	Схемы работы туроператоров	6	Стратегии турфирм	12(12)	1
	1	Понятие «туроператор». Роль туроператора на рынке													
	2	Тенденция развития туристической индустрии. Факторы устойчивости туроператора на рынке													
3	Виды и типы туроператоров														
4	Функции туроператора														
5	Схемы работы туроператоров														
6	Стратегии турфирм														
Лабораторные работы															
Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Профессиональные задачи туроператора Операторы массового рынка. Специализированные операторы Взаимодействие туроператоров с поставщиками услуг на туры Субъекты туристского рынка	8(8)														
Контрольные работы Самостоятельная работа обучающихся Задачи туроператора в области продвижения турпродукта Организация каналов сбыта	10														
Тема 1.2 Правовые основы туроператорской деятельности	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)														
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="495 1294 555 1326">1</td> <td data-bbox="555 1294 1834 1326">Туристские правоотношения</td> </tr> <tr> <td data-bbox="495 1326 555 1358">2</td> <td data-bbox="555 1326 1834 1358">Правовое регулирование использования и охраны туристских ресурсов</td> </tr> <tr> <td data-bbox="495 1358 555 1390">3</td> <td data-bbox="555 1358 1834 1390">Общая характеристика правового регулирования туристской деятельности</td> </tr> <tr> <td data-bbox="495 1390 555 1422">4</td> <td data-bbox="555 1390 1834 1422">Публичная организация деятельности в области туристских перевозок</td> </tr> <tr> <td data-bbox="495 1422 555 1449">5</td> <td data-bbox="555 1422 1834 1449">Общая характеристика правового регулирования гостиничной деятельности и оказания услуг общественного</td> </tr> </table>	1	Туристские правоотношения	2	Правовое регулирование использования и охраны туристских ресурсов	3	Общая характеристика правового регулирования туристской деятельности	4	Публичная организация деятельности в области туристских перевозок	5	Общая характеристика правового регулирования гостиничной деятельности и оказания услуг общественного	10(10)	1		
	1	Туристские правоотношения													
	2	Правовое регулирование использования и охраны туристских ресурсов													
	3	Общая характеристика правового регулирования туристской деятельности													
4	Публичная организация деятельности в области туристских перевозок														
5	Общая характеристика правового регулирования гостиничной деятельности и оказания услуг общественного														

		питания		
		Лабораторные работы		
		Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Правовой статус субъектов деятельности в сфере туризма Правовое регулирование создания, обеспечения, функционирования и использования объектов туристической индустрии Договоры в области туристических перевозок Договоры в сфере гостиничной деятельности и общественного питания Общая характеристика правового регулирования индустрии развлечений в сфере туризма	10(10)	
		Контрольные работы		
		Самостоятельная работа обучающихся Классификация туроператоров по различным признакам Характеристики основных функций туроператора Презентация стратегии «Горизонтальная интеграция»	11	
Тема 1.3 Технология формирования турпродукта	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)			
	1	Теория турпродукта. Содержание турпродукта		
	2	Формирование привлекательного турпродукта		
	3	Концепции гостеприимства		
	4	Классы обслуживания		
	5	Классификация гостиниц и других средств размещения		
	6	Услуги предприятий общественного питания. Типы питания	12(12)	2
		Лабораторные работы		
		Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Турпакеты и их виды Классификация групп клиентов Дифференциация предложений туроператоров на конкурентном туристическом рынке Экскурсионно-анимационные и другие услуги	8(8)	
		Контрольные работы		
		Самостоятельная работа обучающихся Туристские ресурсы, подлежащие государственной охране Охрана объектов туристской инфраструктуры	10	
Тема 1.4 Формирование программы тура	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)			
	1	Требования к проектированию тура. Вербальная модель тура		
	2	Программа обслуживания. Тематические программы обслуживания		
	3	Последовательность этапов формирования туров		
	4	Организация авиаперевозок в туризме		
	5	Автотуризм. Виды. Организация автобусных туров		
	6	Железнодорожный туризм. Организация железнодорожных туров	12(12)	2
		Лабораторные работы		
		Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Процесс формирования тура Определение программного туризма. Виды туристских программ и их характеристика	10(10)	

	<p>Нормативная база взаимоотношений туристской фирмы и авиакомпании Водный туризм. Организация речных и морских круизов Виды страхования в туризме. Страхование профессиональной ответственности туроператора</p> <p>Контрольные работы</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся Мотивация потребителей к приобретению туристских услуг Классы клиентов Классы средств размещения</p>		
Тема 1.5 Калькуляция тура	<p>Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)</p> <p>1 Цена турпродукта как ряд взаимосвязанных элементов 2 Разработка ценовой стратегии в соответствии с особенностями продукта 3 Стратегия психологической цены 4 Стратегия скользящей цены 5 Выбор метода ценообразования и установления окончательной цены 6 Разработка системы модификации цен</p> <p>Лабораторные работы</p> <p>Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Анализ цен продуктов и услуг конкурентов Стратегия «снятия сливок» Стратегия «следования за лидером» Стратегия «потребительской цены» Калькуляционный (затратный) метод</p> <p>Контрольные работы</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся ГОС ТР 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг» Виды и формы взаимодействия туристской фирмы с авиакомпаниями</p>	10	
		13(13)	2
Раздел 2 Взаимодействие туроператоров на рынке B2B по реализации турпродукта			
Тема 2.1 Туристская документация	<p>Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)</p> <p>1 Формы сотрудничества туроператоров и зарубежных гостиничных предприятий 2 Договорные взаимоотношения между инициативным и рецептивным туроператорами 3 Формы сотрудничества туристских фирм с гостиничными предприятиями 4 Сотрудничество туроператора с поставщиками туруслуг 5 Технологическая документация тура 6 Проектирование туристских услуг</p> <p>Лабораторные работы</p> <p>Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Работа туроператоров с зарубежными meet-компаниями Формирование пакета услуг при стационарном пребывании Договор аренды «туроператор-отель»</p>		
		11	
		132(91)	
		12(12)	3
		10(10)	

	Понятие договорных отношений «аренда», «чартер», «фракт» Страхование туристов, оформление визы		
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся Договоры с зарубежными компаниями «наземного обслуживания» Организация маршрутного инклюзив-тура	10	
Тема 2.2 Использование информационных систем в туризме	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)		
	1 Классификация информационных систем и технологий в туризме 2 Характеристика глобальных систем бронирования 3 Классификация и характеристика туристских Интернет-ресурсов 4 Классификация и функциональные возможности сайтов туристских фирм и гостиниц 5 Интернет как средство продвижения туристских и гостиничных услуг 6 Автоматизация ресторанного бизнеса 7 Российский и зарубежный опыт использования возможностей Интернета для продвижения туристских направлений	14(14)	3
	Лабораторные работы		
	Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Правовое регулирование информационного обеспечения туризма Российские системы бронирования в туризме Электронные турагентства в Интернете Автоматизированные информационные системы на транспорте Зарубежный опыт информационного обеспечения туризма	10(10)	
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся Типы питания Стандарты гостиничных номеров Виды и квоты аренды отеля	11	
Тема 2.3 Технология взаимодействия туроператоров с турагентами по реализации и продвижению турпродукта	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)		
	1 Формирование сбытовой сети туроператора 2 Каналы реализации турпродуктов 3 Агентский Договор в сфере туризма 4 Франчайзинг и франчайзинговые отношения в международном туризме 5 Методы и нормативные основы рекламы турпродукта 6 Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта	13(13)	3
	Лабораторные работы		
	Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Направления формирования каналов сбыта: внешние каналы (зарубежные) и внутренние Схемы рыночных каналов реализации турпродукта Агентская комиссия Характеристика компании «ПЕГАС ТУРИСТИК» в качестве франчайзера Рекламные и нерекламные методы продвижения турпродукта	10(10)	
	Контрольные работы		

	Самостоятельная работа обучающихся Информационное сопровождение тура Законы, регулирующие отношения в сфере информационного обеспечения туризма	10	
Тема 2.4 Деловое общение в туроператорской деятельности	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)		
	1 Виды и функции делового общения в туризме и гостеприимстве 2 Коммуникативные технологии ведения переговоров с партнерами 3 Межкультурные коммуникации 4 Правила ведения деловой переписки 5 Оформление сопроводительного письма 6 Технологии делового общения в рабочей группе	12(12)	3
	Лабораторные работы		
	Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки)\ Коммуникативные техники Стили ведения переговоров с представителями различных мировых культур Советы и рекомендации по составлению деловых писем Основные выражения и обороты, используемые в деловой переписке Технология проведения совещаний	10(10)	
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся История создания и развития систем бронирования Основные направления использования Интернета в туризме и индустрии гостеприимства	10	
	Всего	289(196)	
Раздел ПМ.03 Исследование рынка потребителя			
МДК.03.02 Маркетинговые исследования в туризме		115(70)	
Тема 1.1 Маркетинговые исследования и создание базы данных по туристским продуктам	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)		
	1 Маркетинговые цели, задачи, принципы 2 Методы сбора информации	8(6)	1
	Лабораторные работы		
	Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Маркетинговые исследования, методы маркетинговых исследований Объекты маркетингового исследования	8(8)	
	Контрольные работы		
Самостоятельная работа обучающихся Маркетинговые цели турфирмы.	7		

	Информация о потенциальных клиентах пляжных туров		
Тема 1.2 Маркетинговые исследования турпродукта, потребителей услуг	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)		
	1 Сущность и структура турпродукта 2 Жизненный цикл турпродукта	8(6)	2
	Лабораторные работы		
	Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Позиционирование турпродукта Мотивация потребителя Принятие решения о покупке	8(8)	
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся Роль маркетинга в экономике. Составляющие турпродукта	8	
Тема 1.3 Маркетинговые стратегии туристского предприятия	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)		
	1 Маркетинговая продуктовая стратегия 2 Маркетинговая сбытовая стратегия	8(6)	2
	Лабораторные работы		
	Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Маркетинговая ценовая стратегия Маркетинговая коммуникационная стратегия	8	
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся Схема позиционирования продукта в зависимости от ЖЦТ Приемы определения мотивации клиента	7	
Тема 1.4 Технологии проведения рекламной программы	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)		
	1 Планирование рекламной кампании 2 Средства распространения рекламы	8(6)	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки) Принцип создания рекламного сообщения Нерекламные средства продвижения продукта	8	
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся Этапы реализации турпродукта Основные механизмы взаимодействия субъектов туристского рынка	8	
Тема 1.5 Выставочные и ярмарочные туристские мероприятия	Содержание учебного материала (в т.ч. в форме практической подготовки)		
	1 Виды, специфика и характеристика выставочных мероприятий 2 Работа персонала на выставке	7	3
	Лабораторные работы		
	Практические занятия (в т.ч. в форме практической подготовки)	7	

	Оформление выставочных стендов Типы потребителей выставочных мероприятий		
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка предложений по участию турфирмы в выставке Разработка слайдов по оформлению стендов	7	
	Всего	115(70)	
Производственная практика	Виды работ: 1. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. 2. Формирование туристского продукта. 3. Формирование маршрута экскурсии как турпродукта. 4. Составление программы тура. 5. Расчет стоимости туристского продукта. 6. Взаимодействие с турагентами по реализации и продвижению турпродукта	144(144)	3
	Примерная тематика курсовой работы Разработка туристского маршрута для лиц с ограниченными возможностями Современные методы продвижения турпродукта Оценка конкурентоспособности турагентства на рынке туруслуг Анализ продвижения турпродукта в СМИ Оценка востребованности анимационных услуг в деятельности турпредприятия Перспективы развития экстремального туризма в России Организация выставочной деятельности туристских компаний Оценка туристского потенциала на примере Крымской дестинации Организация рекламной кампании турфирмы	10	
	Всего	548(391)	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета для теоретического обучения; учебного кабинета в турагентстве для практического обучения.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест преподавателя и студентов включает стол компьютер и монитор для преподавателя, рабочие места для студентов, включая ПК по количеству рабочих мест, раздаточный и методический материал.

Технические средства обучения: лицензионное программное обеспечение, мультимедийное оборудование, принтер, сканер, подключение к сети Интернет, информационно-правовые системы «Кодекс», «Консультант+», «Гарант».

4.2 Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Абрамец М.И. Изучение деятельности туристических фирм в России [Электронный ресурс] / М.. - М.: Лаборатория книги, 2016. - 90 с.
2. Гончарова И.В. **Маркетинг туризма**: учебное пособие / Гончарова И.В. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. – 224
3. Джанджугазова Е.А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий: учеб пособие для СПО/ Е.А. Джанджугазова – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 208 с.

Дополнительные источники:

4. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ
5. О федеральной целевой программе «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)»: Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 г.. № 644

Интернет-ресурсы:

8. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=59708> – ISBN 978-5-279-03247-1. – Туроперейтинг: организация деятельности
9. <http://veshalki.su/marketing-v-turizme-17-2-razrabotka-programmy-stimulirovaniya-sbyta/> Маркетинг в туризме: Разработка программы стимулирования сбыта
10. <http://www.iprbookshop.ru/74506.html>.— ЭБС «IPRbooks» Основы туризма

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Организация образовательного процесса осуществляется в соответствии с основной профессиональной образовательной программой. Перед изучением модуля обучающиеся изучают следующие общепрофессиональные дисциплины: Организация туристической индустрии, География туризма

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практики по профилю специальности, которые следуют проводить концентрированно.

4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

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

- педагогические кадры, имеющие высшее образование, соответствующее профилю модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освое-

ние обучающимся профессионального цикла, преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

- педагогические кадры, имеющие высшее образование, соответствующее профилю модуля.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные профессиональ- ные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы кон- троля и оценки
ПК 3.1. Проводить маркетинго- вые исследования, рынка ту- ристских услуг с целью форми- рования востребованного ту- ристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - умение поставить марке- тинговые цели и задачи - владеть методами сбора информации - выявлять объекты марке- тингового исследования и проводить опросы потреби- теля - владеть понятиями видов маркетинговых стратегий 	<ul style="list-style-type: none"> - самостоятельная работа - выполнение практиче- ского задания - производственная прак- тика по профессиональ- ному модулю - сбор и анализ информа- ции
ПК 3.2. Формировать турист- ский продукт	<ul style="list-style-type: none"> - знание теории турпродук- та, содержание турпродукта - формирование привлека- тельного турпродукта - знание концепций госте- приимства, классов обслу- живания - владеть информацией классификации гостиниц и других средств размеще- ния, услуг предприятий общественного питания, типов питания 	<ul style="list-style-type: none"> - оценка на практическом занятии по коммуникаци- ям с потребителем - оценка презентации - производственная прак- тика по профессиональ- ному модулю
ПК 3.3. Рассчитывать стои- мость туристского продукта.	<ul style="list-style-type: none"> - знание понятий цена тур- продукта, ценовых страте- гий - умение разработать цено- вую стратегию в соответ- ствии с особенностями продукта - владеть понятиями - стра- тегия психологической це- ны, стратегия скользящей цены - умение выбрать метод це- нообразования и устано- вить окончательную цену 	<ul style="list-style-type: none"> - выполнение практиче- ского задания по расчету прибыли - оценка решения ситуа- ционных задач - производственная прак- тика по профессиональ- ному модулю - экзамен по профессио- нальному модулю
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - знание форм сотрудниче- ства туроператоров и зару- бежных гостиничных пред- приятий - умение оформить Дого- ворные взаимоотношения между инициативным и ре- 	<ul style="list-style-type: none"> - оценка деятельности на практическом занятии - оценка решения кейсов - тестовый контроль разработка рекламной кампании по продвиже- нию турпродукта

	цептивным туроператорами - знание форм сотрудничества туристских фирм с гостиничными предприятиями - знание форм сотрудничества туроператора с поставщиками туруслуг	
--	--	--

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 специальности через изучение дополнительной информации - систематический анализ сайтов туроператоров России	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- участие в профильных конкурсах, Олимпиадах - разработка презентаций туристских маршрутов и экскурсий.	
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- использование современных средств поиска инновационных методов продвижения по карьерной лестнице, самопрезентации - использование различных источников, включая электронные	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	- работа с современной офисной техникой - применение программного обеспечения при бронировании туров	
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля - разработка личностного SWOT-анализа-	
ОК 9 Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.	- анализ профессий рынка туруслуг - составление плана личностного роста	