

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.06.2022 09:57:46
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра сервиса и туризма



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ**

Специальность:
43.02.10 Туризм

Уровень базового образования обучающихся:
Основное общее образование

Вид подготовки:
Базовый

Квалификация выпускника:
Специалист по туризму

Профиль:
Социально-экономический

Форма обучения:
Очная

Челябинск 2022

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм (Приказ Министерства образования и науки РФ от 7 мая 2014 г. № 474)

Автор-составитель: Фурсова Е.С.

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и одобрена на заседании кафедры сервиса и туризма.

Протокол № 10 от 30.05.2022 г.

Заведующий кафедрой сервиса и туризма



А.П. Мирзоян

Эксперты (рецензенты):

ООО Студия путешествий «Ассорти»,
исполнительный директор



А.В. Ботякова

Содержание

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля	4
2. Результаты освоения программы профессионального модуля	6
3. Структура и содержание профессионального модуля	7
4. Условия реализации профессионального модуля.....	16
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	20

Паспорт рабочей программы профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования (программы подготовки специалиста среднего звена) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД).

1.2. Место профессионального модуля в структуре основной профессиональной образовательной программы (программы подготовки специалистов среднего звена)

Профессиональный цикл, профессиональные модули.

1.3. Требования к результатам освоения профессионального модуля

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

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездок;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования 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.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 381 час, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 254 часа;
 - самостоятельной работы обучающегося – 127 часов;
- учебной и производственной практики – 180 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
<i>Общие компетенции (ОК)</i>	
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5	Использовать информационно - коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
<i>Профессиональные компетенции (ПК)</i>	
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.

Личностные результаты

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Российскую гражданскую идентичность, патриотизм, уважение к своему народу, чувства ответственности перед Родиной, гордости за свой край, свою Родину, прошлое и настоящее многонационального народа России, уважение государственных символов (герб, флаг, гимн);	ЛР 1
Гражданскую позицию как активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности	ЛР 2
Готовность к служению Отечеству, его защите	ЛР 3
Сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире	ЛР 4
Сформированность основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества; готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности	ЛР 5
Толерантное сознание и поведение в поликультурном мире, готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения, способность противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии, дискриминации по социальным,	ЛР 6

религиозным, расовым, национальным признакам и другим негативным социальным явлениям	
Навыки сотрудничества со сверстниками, детьми младшего возраста, взрослыми в образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, проектной и других видах деятельности	ЛР 7
Нравственное сознание и поведение на основе усвоения общечеловеческих ценностей	ЛР 8
Готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	ЛР 9
Эстетическое отношение к миру, включая эстетику быта, научного и технического творчества, спорта, общественных отношений	ЛР 10
Принятие и реализацию ценностей здорового и безопасного образа жизни, потребности в физическом самосовершенствовании, занятиях спортивно-оздоровительной деятельностью, неприятие вредных привычек: курения, употребления алкоголя, наркотиков	ЛР 11
Бережное, ответственное и компетентное отношение к физическому и психологическому здоровью, как собственному, так и других людей, умение оказывать первую помощь	ЛР 12
Осознанный выбор будущей профессии и возможностей реализации собственных жизненных планов; отношение к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем	ЛР 13
Сформированность экологического мышления, понимания влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды; приобретение опыта эколого-направленной деятельности	ЛР 14
Ответственное отношение к созданию семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни	ЛР 15
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации	ЛР 16
Демонстрирующий навыки анализа и интерпретации информации из различных источников с учетом нормативно-правовых норм	ЛР 17
Демонстрирующий готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности.	ЛР 18
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации	
Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 19
Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 20

Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 21
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями	
Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности.	ЛР 22
Иметь базовую подготовленность к самостоятельной работе по своей специальности на уровне специалиста с профессиональным образованием	ЛР 23
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	ЛР 24
Активно применять полученные знания на практике.	ЛР 25
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса	
Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	ЛР 26
Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	ЛР 27
Проявлять доброжелательность к окружающим, деликатность, чувство такта и готовность оказать услугу каждому кто в ней нуждается.	ЛР 28

3. Структура и содержание профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося, часов	Учебная, часов	Производственная, часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1., ПК 3.2. ПК 3.3..ПК 3.4. ЛР-1-28	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	216	144	56	16	72	-	-
	МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме	165	110	56	-	55	-	-
	УП.03 Учебная практика	36					36	-
	ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности)	144						144
	Всего:	561	254	112	16	127	36	144

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

Наименование разделов профессионального модуля и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения	Осваиваемые элементы компетенций
1	2	3	4	5
4 семестр				
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности				
Тема 1. Основы туроперейтинга	Содержание учебного материала	4	1	ОК 1. ОК 4. ПК 3.2. ПК 3.3 ЛР-1-28
	1. Предмет, цели, основные задачи дисциплины. Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. Предмет деятельности туроператора. Этапы развития туроперейтинга. 2. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта (разбор конкретных ситуаций)			
	Практические занятия	6		
	Исследование основных схем работы туроператора по разработке и реализации турпродукта.			
	Самостоятельная работа	6		
	Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров.			
Тема 2. Типы и функции туроператоров	Содержание учебного материала	6	2	ОК 1.,ОК 2. ОК 3.,ОК 4. ОК 5.,ОК 6. ОК 7. ПК 3.2. ПК 3.3. ЛР-1-28
	1. Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Операторы специализированные. Местные туроператоры. Выездные туроператоры. 2. Функции туроператоров. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Организация туров для внутреннего туризма. Обеспечение прибывающих туристов.			
	Практические задания	6		
	Проведение деловой игры: «Сотрудничество и соперничество туроператоров массового рынка»			
	Самостоятельная работа	8		
	На основании самостоятельного исследования провести презентацию страны, обладающей устойчивой привлекательностью для туристов из России.			
Тема 3. Основные характеристики и структура турпродукта	Содержание учебного материала	8	2	ОК 1. - ОК 9. ПК 3.2. ПК 3.3. ЛР-1-28
	1. Туристский продукт. Потребительские свойства турпродукта. Три составные части турпродукта. Тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. 2. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта (разбор конкретных ситуаций)			
	Практические занятия	8		
	1. Составление анализа оптимального обслуживания туристов во время путешествия. (расчетная задача) 2. Проведение деловой игры «Способы устранения проблем, возникающие во время тура»			
	Самостоятельная работа	8		

	1. Составить тематический кроссворд по терминам туризма. 2. Подготовить доклад с презентацией на тему «Жизненный цикл дестинации».			
Тема 4. Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание	Содержание учебного материала	8	2	ОК 1. - ОК 9. ПК 3.2. ПК 3.3. ЛР-1-28
	1. Турпакет (пакетный тур). Как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета - передвижение, размещение, услуги, впечатления. Факторы. Политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция. 2. Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Обработка информационных источников. Основные правила и методика ведения туров. 3. Принципы выбора мест приема. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура (разбор конкретных ситуаций)			
	Практические занятия:	10		
	1. Составление таблицы - временной шкалы для новой туроперейтинговой программы туроператора (расчетная задача) 2. Составление договорного плана каждого года в виде таблицы 3. Составление туристского пакета, на основе проведенного анализа факторов влияющих на его создание, в конкретном регионе (разбор конкретных ситуаций)			
	Самостоятельная работа	10		
	1. Подготовить реферат на тему: «Потенциал туристских дестинаций» (дестинация на выбор студента) 2. Подбор турпакета согласно выданному заданию. 3. Подготовить презентацию на тему: «Аттракция в туризме»			
Тема 5. Технология разработки турпродукта	Содержание учебного материала	12	2	ОК 1. - ОК 9. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4. ЛР-1-28
	1. Порядок и этапы разработки турпродукта. Туристско-технологическая документация. Нормативно-правовые акты, регламентирующие процесс проектирования тура 2. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок. 3. Потребительские свойства тура. 4. Условия и принципы разработки тура (разбор конкретных ситуаций) 5. Процесс разработки. Вербальная модель тура.			
	Практические занятия:	8		
	1. Разработка турпродукта для определенной категории туристов. (vip) (расчетная задача) 2. Разработка массового турпродукта (расчетная задача)			
	Самостоятельная работа	6		
	1. Написание рефератов на тему «Приоритетные виды и направления туризма в Уральском регионе» 2. Заполнение информационного листа. 3. Заполнение технологической карты тура.			
5 семестр				

Тема 6. Программный туризм	Содержание учебного материала	14	2	ОК 1. - ОК 9. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4. ЛР-1-28
	1. Определение программного туризма. Сущность, цели и задачи. Особенности программного туризма. 2. Программы обслуживания. Познавательная, спортивная, образовательная, деловая и др. 3. Принципы формирования туристско-экскурсионных программ обслуживания. 4. Цели программного туризма. С точки зрения: туристского менеджмента; туристского маркетинга; технологии обслуживания туристов.			
	Практические занятия:	6		
	1. Составление программы обслуживания для определённых групп туристов (разбор конкретных ситуаций) 2. Проведение деловой игры: «Бронирование тура для иностранных туристов» 3. Проведение деловой игры: «Определение категории тура»			
	Самостоятельная работа	12		
	1. Подготовка доклада с презентацией на тему: «Деловой туризм и факторы его развития» 2. Подготовка презентаций на тему: «Спортивный туризм» и «Культурный туризм»			
Тема 7. Цена туристского пакета	Содержание учебного материала	14	2	ОК 1. - ОК 9. ПК 3.2. ПК 3.3. ЛР-1-28
	1. Особенности ценообразования в туризме. Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета (разбор конкретных ситуаций) 2. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.			
	Практические занятия:	6		
	1. Расчёты стоимости тура. 2. Описание методики расчета себестоимости турпакета и определить цену турпродукта для турагента.			
	Самостоятельная работа	20		
	Решение задач.			
Тема 8. Системы распространения турпродукта	Содержание учебного материала	6	3	ОК 1. - ОК 9. ПК 3.4. ЛР-1-28
	Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством			
	Практические занятия:	6		
	1. Описание методики расчетов комиссионного вознаграждения для турагентов 2. Проведение деловой игры: «Методы поощрения турагентов»			
	Самостоятельная работа	19		
	Анализ информационных каталогов туроператоров.			
Курсовая работа	Примерные темы курсовых работ:	16	2,3	ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1., ПК 3.2. ПК 3.3., ПК 3.4. ЛР-1-28
	1. Туристско-рекреационный потенциал Краснодарского края. 2. Туристско-рекреационный потенциал Республики Башкортостан. 3. Туристско-рекреационный потенциал Свердловской области. 4. Проектирование туристского продукта в области спортивного туризма в			

	Челябинской области. 5. Туристско-рекреационный потенциал Астраханской области. 6. Анимационная деятельность в туризме. Задачи и перспективы. 7. Туристско-рекреационный потенциал Республики Татарстан. 8. Туристско-рекреационный потенциал Чехии. 9. Историко-культурный потенциал города Санкт-Петербурга как основной ресурс развития туризма. 10. Туристско-рекреационный потенциал Индии. 11. Проектирование туристского продукта в области велнес-туризм. 12. Туристско-рекреационный потенциал Германии. 13. Организация отдыха в национальных парках Челябинской области. 14. Туристско-рекреационный потенциал Финляндии (развитие экологического туризма) 15. Туристско-рекреационный потенциал Тюменской области. 16. Туристско-рекреационный потенциал России. 17. Туристско-рекреационный потенциал Республики Крым. 18. Туристско-рекреационный потенциал Омской области. 19. Туристско-рекреационный потенциал Челябинской области. 20. Организация отдыха в тематических парках развлечений. 21. Туристско-рекреационный потенциал Греции. 22. Туристско-рекреационный потенциал Италии. 23. Особо охраняемые природные территории как объекты туризма. (Челябинской области, Свердловской области). 24. Историко-культурный потенциал города Челябинска как основной ресурс развития туризма. Проектирование туристского продукта в области паломнического туризма			
3 семестр				
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме				
Тема 1. Понятие и сущность маркетинга	Содержание учебного материала	4	1,2	ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.4. ЛР-1-28
	1. Понятие маркетинга. Маркетинг как экономический процесс, функции и принципы маркетинга			
	2. Специфика маркетинга услуг, сущность и содержание маркетинга в туризме.			
	Практические занятия.	6		
	1. История развития маркетинга: причины становления, этапы развития.			
	2. Специфика туруслуг, принципы маркетинга в туризме.			
	Самостоятельная работа студента	5		
	Подготовка реферата на тему «История развития маркетинга».			
Тема 2.	Содержание учебного материала	8	2	ОК 4.

Внешняя и внутренняя среда в маркетинге.	1. Понятие внутренней среды организации. Факторы внутренней среды. 2. Понятие внешней среды организации. Структура внешней среды			ОК 5. ОК 6. ПК 3.1. ЛР-1-28
	Практические занятия	6		
	1. Внутренняя среда туристической компании. 2. Внешняя среда туристической компании. Модели внешней среды.			
	Самостоятельная работа студента	12		
	Анализ внутренней и внешней среды туристической компании или туристического агентства (на выбор студента) Разработка модели внешней среды.			
Тема 3. Концепция маркетинга.	Содержание учебного материала	4	2	ОК 1. ОК 2. ОК 8. ПК 3.1 ЛР-1-28
	1. Уровни маркетинга в туризме.Маркетинг территорий и регионов. 2. Маркетинг производителей туристских услуг.			
	Практические занятия	6		
	1. Технология реализации концепции маркетинга на туристском 2. Этапы маркетинга в туризме.			
4 семестр				
Тема 4. Программный туризма как основа туристического маркетинга.	Содержание учебного материала	4	2	ОК 1. ОК 4. ОК 5. ОК 7. ОК 9. ПК 3.1. ЛР-1-28
	1. Понятие и принципы программного туризма. 2. Содержание программы тура.Виды программного туризма.			
	Практические занятия	4		
	1. Анализ программы тура. 2. Потребительские мотивы и виды программного туризма. 3. Анализ содержания программ на сайтах туроператора (по выбору студента 4. Презентации туристических программ.			
	Самостоятельная работа студента	4		
	Анализ программы тура (на выбор студента) представленной действующим на рынке туристическим оператором.			
Тема5. Типология туристов	Содержание учебного материала	4	3	ОК 1. ОК 9. ОК 5. ПК 3.1. ЛР-1-28
	1. Факторы влияющие на поведение покупателей. 2. Принципы типологии туристов			
	Практические занятия	6		
	1. Классификация туристов и характеристика различных типов. 2. Туристические роли. Классы обслуживания клиентов.			

Тема 6. Маркетинговые исследования: понятие, правила, этапы, направления.	Содержание учебного материала	4	2,3	ОК 1. ОК 4. ПК 3.1. ЛР-1-28
	1. Понятие и содержание маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований.			
	2. Система методов маркетинговых исследований. Инструменты сбора информации.			
	Практические занятия	4		
	1. Способы обработки статистических данных. Правила проведения маркетинговых исследований. 2. Основные направления маркетинговых исследований. 3. Этапы маркетинговых исследований.			
Тема 7. Маркетинговые исследования рынка.	Самостоятельная работа студента	6	1,2	ОК 1. ОК 5. ОК 6. ПК 3.1. ЛР-1-28
	Изучение литературы по теме. Значение и виды маркетинговых исследований.			
	Содержание учебного материала	4		
	1. Понятие туристского рынка. Качественная структура туристского рынка. 2. Классификации рынка.			
	Практические занятия	4		
	1. Классификация рынка по видам и формам туризма. 2. Конъюнктура рынка. Методические требования к оценке конъюнктуры рынка. Этапы исследования конъюнктуры туристского рынка. Понятие емкости рынка. Оценка доли рынка.			
Тема 8. Маркетинговые исследования турпродукта.	Самостоятельная работа студента	4	1,2	ПК 3.1. ПК 3.4. ЛР-1-28
	Анализ Челябинского туристического рынка: участники туристического рынка, особенности туристического продукта представленного на рынке.			
	Содержание учебного материала	4		
	1. Понятие и структура туристского продукта. Уровни турпродукта. Способы совершенствования турпродукта. Подкрепление турпродукта. 2. Концепция жизненного цикла турпродукта			
	Практические занятия	4		
Тема 9. Маркетинговые исследования конкурентов.	1. Стадии жизненного цикла турпродукта. 2. Организация эффективной работы по внедрению нового турпродукта.		2	ОК 1. ОК 7. ПК 3.1. ЛР-1-28
	Содержание учебного материала	4		
	1. Понятие конкуренции. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу в туризме. . Виды конкуренции. 2. Цели и значение маркетинговых исследований конкурентов			
	Практические занятия	4		
	1. Качественные характеристики конкурентов. 2. Количественные характеристики конкурентов.			
	Самостоятельная работа студента	4		
	Практическое задание. Выявление основных конкурентов на региональном туристическом рынке на базе чартерных рейсов.		3	ОК 4. ОК 5. ПК 3.1. ПК 3.4.

Тема 10. Маркетинговые исследования потребителей.	Содержание учебного материала	4	2	ОК 4. ОК 5. ПК3.1. ПК3.4. ЛР-1-28
	1. Цели и значение исследования потребителей. 2. Основные принципы формирования правильного представления потребителя в маркетинге. Модель поведения потребителя.			
	Практические занятия	4		
	1. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг. 2. Факторы маркетинга. Факторы среды. Изучение личностных характеристик потребителей. Мотивы поведения потребителей.			
	Самостоятельная работа студента	4		
	Изучить основные теории мотивации. Охарактеризовать возможность их применения в маркетинге туризма.			
Тема 11. Ценообразование в маркетинге	Содержание учебного материала	4	2,3	ОК 1. ОК 2. ОК 4. ОК 5. ОК 9. ПК 3.1. ПК3.4. ЛР-1-28
	1. Сущность и значение цен в маркетинге 2. Цена как важнейший фактор конкуренции.			
	Практические занятия	2		
	1. Формирование ценовой политики 2. Системы онлайн поиска и бронирования туров			
	Самостоятельная работа студента	4		
	Анализ динамики цен на туристическом рынке. Определение причин изменения цен. Составление ценовой конкурентной карты на региональном рынке среди федеральных туроператоров.			
Тема 12. Сегментация рынка	Содержание учебного материала	2	2	ОК 4. ОК 5. ПК 3.1. ПК3.4. ЛР-1-28
	Значение сегментации рынка, принципы и факторы сегментации.			
	Практические занятия	2		
	Этапы сегментации, Характеристика этапов сегментации			
	Самостоятельная работа студента	4		
	Сегментация целевой аудитории одного из туроператоров (на выбор) по характеру представленного туристического продукта.			
Тема 13. Реклама в туризме.	Содержание учебного материала	2	2,3	ОК 1. ОК 2. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ПК 3.1. ПК 3.4. ЛР-1-28
	Понятие рекламы. Специфика рекламы в туризме. Цели рекламы в туризме. Нормативная основа рекламной деятельности в туризме. Принципы рекламы. Тактические решения по рекламе в туристской фирме. Оплата рекламных объявлений и контроль за расходами.			
	Практические занятия	2		
	Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радио- и телереклама. Рекламные сувениры. Прямая почтовая реклама. Наружная реклама. Компьютеризованная реклама. Фирменный стиль. Носители фирменного стиля. Нерекламные методы продвижения. Стимулирование продаж и пропаганда туристского			
	Самостоятельная работа студента	4		
	Разработка рекламной компании (продвижения) одного из туристических продуктов представленных на рынке.			

Тема 14. Выставочная деятельность.	Содержание учебного материала	2	2	ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.4. ЛР-1-28
	1. Значение выставочной деятельности. Крупные мировые выставочные мероприятия в сфере туризма. Региональные туристские выставки. 2. Классификация выставочных мероприятий.			
	Практические занятия	2		
	1. Подготовка к выставке. Выставочный каталог. Подготовка стенда к выставке. Журнал контактов. Работа на коллективном стенде. Работа на стенде во время выставки. Презентация. Продукта. 2. Методы показа экспозиции. Работа после выставки. Работа с прессой и журналом посетителей выставки после окончания мероприятия. Анализ результатов участия в выставке.			
	Самостоятельная работа студента	4		
	Разработка концепции участия туроператора (на выбор) на региональной туристической выставке в г. Екатеринбург.			
4 семестр				
УП.03 Учебная практика		36		ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.2. ПК 3.3..ПК 3.4. ЛР-1-28
6 семестр				
ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности)		144		ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.2. ПК 3.3..ПК 3.4. ЛР-1-28
Всего		561		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. Условия реализации профессионального модуля

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг требует наличия кабинета турагентской и туроператорской деятельности, информационно-экскурсионной деятельности (МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности) и кабинета экономики, менеджмента, маркетинга, теории бухгалтерского учета (МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме).

Помещение кабинета удовлетворяет требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПин 2.4.2 № 178-02).

№ п/п	Наименование оборудованных учебных аудиторий для практических занятий, лабораторий, мастерских	Перечень материального оснащения, оборудования и технических средств обучения
1.	Кабинет турагентской и туроператорской деятельности, информационно-экскурсионной деятельности	<i>Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:</i> - Компьютер (моноблок) – 21 шт.; - Проектор – 1 шт. - МФУ – 1 - Парты (1 местная) -20 - Стол учителя-1 - Стулья-20 - Кресло учителя – 1 - Жалюзи -2 - Доска магнитно-маркерная -1 - Светильники – 12 - Картины – 6 - Стеллаж – 2 - Стойка ресепшн – 1 Рабочее место преподавателя снабжено выходом в корпоративную сеть и Интернет, имеется контентная фильтрация. <i>Программное обеспечение</i> 1. Eclipse java luna SR1 win32 2. 7-Zip 3. 1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755) 4. Mozilla Firefox 5. Adobe Flash Player ActiveX 6. Adobe Flash Player Plugin 7. Adobe Reader 8. ESET Endpoint Antivirus 9. Microsoft™ Windows® 7 (DreamSpark Premium Electronic Software Delivery id700549166) 10. Windows® Internet Explorer® 11 (DreamSpark Premium Electronic Software Delivery id700549166) 11. Microsoft™ Office® 12. Компоненты Windows Live 13. Xampp 14. IrfanView 15. Java 7 16. Google Chrome 17. «Гарант аэро» 18. «Система Главбух» 19. КонсультантПлюс

		20. Глобальная система бронирования «Amadeus» 21. HRS Opera
2.	Кабинет экономики, менеджмента, маркетинга, теории бухгалтерского учета	<i>Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:</i> - Компьютер - 1 - Плазменная панель - 1 - Парты-24 (2-х местные) - Стол учителя-1 - Стулья-48 - Стул учителя - 1 - Жалюзи -2 - Доска меловая 3-х створчатая -1 - Светильники – 15 Рабочее место преподавателя снабжено выходом в корпоративную сеть и Интернет, имеется контентная фильтрация. <i>Программное обеспечение</i> - Eclipse java luna SR1 win32 - 7-Zip - 1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755) - Mozilla Firefox - Adobe Flash Player ActiveX - Adobe Flash Player Plugin - Adobe Reader - ESET Endpoint Antivirus - Microsoft™ Windows® 7 (DreamSpark Premium Electronic Software Delivery id700549166) - Windows® Internet Explorer® 11 (DreamSpark Premium Electronic Software Delivery id700549166) - Microsoft™ Office® - Компоненты Windows Live - Xampp - IrfanView - Java 7 - Google Chrome - «Гарант аэро» - «Система Главбух» - КонсультантПлюс - HRS Opera
3.	Библиотека Читальный зал	<i>Компьютерное и интерактивное оборудование:</i> АРМ библиотекарей - 7, АРМ для читателей - 3, принтер - 2, сканер - 1 <i>Материальное оснащение:</i> Стеллаж - 97, кафедра - 3, выставочный стеллаж - 7, каталожный шкаф - 4, рабочие столы, стулья. Каталогная система библиотеки - для обучения студентов умению пользоваться системой поиска литературы (карточная и электронная) Количество посадочных мест: 102

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля

МДК .03.01 Технология и организация туроператорской деятельности

Основная литература:

1. Золотовский, В.А. Правовое регулирование туристской деятельности: учебник для СПО / В.А. Золотовский, Н.Я. Золотовская. — М.: Юрайт, 2018. — 247 с. — (Серия : Профессиональное образование). - Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/10CE22C5-7D4C-4F57-9358-930AD00EFAE.
2. Можаяева, Н.Г. Организация туристской индустрии и география туризма [Текст]: учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2016. - 336с.
3. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт, 2018. — 445 с. - Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C71FDF73-9743-4AD8-B1A1-A4EE93824444.

Дополнительная литература:

1. Каменец, А. В. Организация социально-культурной деятельности. Молодежный туризм : учеб. пособие / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общ. ред. А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2018. — 162 с. -Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C5CA6A99-6C6D-412B-8F68-C09F169FDD86.
2. Косолапов, А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности [Текст]: учеб. пособие / А.Б.Косолапов. - 2-е изд., стереотип. - М.:Кнорус,2010.-288с.
3. Кусков, А. С. Туроперейтинг [Текст]: учебник / А. С. Кусков, В. Л. Голубева. - М.: ФОРУМ, 2011. - 400с.: ил.
4. Кусков, А.С. Основы туризма [Текст] : учебник / А.С.Кусков, Ю.А.Джаладян. - 3-е изд., стереотип. - М. : Кнорус, 2011. - 392 с. : ил.
5. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта [Текст] : учеб.-практ. пособие / О. Ю. Грачева, Ю. А. Маркова, А. А. Мишина, Ю. В. Мишунина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К., 2010. - 276 с.
6. Сухов, Р. И. Технологии и организация продаж в туристическом агентстве [Текст] : учеб. пособие / Р. И. Сухов. - Ростов н/Д: МарТ; Феникс, 2010. - 366 с. : ил. - (Туризм и сервис).

МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме

Основная литература:

1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник / Л. В. Баумгартен. - М.: Юрайт, 2018. — 338 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/A5C2BCE9-AB75-44C1-B75D-59841C8FA74E.
2. Кулибанова, В. В. Маркетинг в сервисе : учебник и практикум / В. В. Кулибанова. — М.: Юрайт, 2018. — 259 с. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/28E200D9-D9E7-496C-A3AF-BDEF45409221.
3. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт, 2018. — 218 с. - Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/7A988CDD-397E-43CF-A04E-E5ACE416952D.

Дополнительная литература:

1. Быстров С. А. Организация гостиничного дела : учеб. пособие / С.А. Быстров. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018. — 432 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=944360>
2. Виноградова, Т.В. Технология продаж услуг туристской индустрии [Текст] : учеб. пособие / Т.В.Виноградова, Н.Д.Закорин, Р.Ю.Тубелис. - М.: Академия, 2010. - 240 с. -
3. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства [Текст] : учеб. пособие / Е. А. Джанджугазова. - 2-е изд., испр. - М.: Академия, 2005. - 224 с.
4. Кнышова, Е.Н. Маркетинг туризма [Текст]: учеб. пособие. / Е.Н.Кнышова. - М. : ФОРУМ, 2010. - 352 с. - (Профессиональное образование).
5. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Текст]: учебник/ Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 1071 с. : ил. - (Зарубежный учебник).
6. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учебник / Е. И. Мазилкина. - Ростов н/Д : Феникс, 2012. - 332с. : ил.

7.Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристических комплексах [Текст] : учеб. пособие для СПО / А.В.Сорокина. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 304с. - (ПРОФИЛЬ).

8.Сухов, Р. И. Технологии и организация продаж в туристическом агентстве [Текст] : учеб. пособие / Р. И. Сухов. - Ростов н/Д : МарТ; Феникс, 2010. - 366 с. : ил. - (Туризм и сервис).

Журналы:

Гостиница и ресторан : бизнес и управление

Harvard Business Review Россия

Туристический бизнес;

Эксперт

Эксперт-Урал

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения профессионального модуля

Для выполнения заданий, предусмотренных рабочей программой используются рекомендованные Интернет-сайты, ЭБС.

Электронные образовательные ресурсы

1. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии - Режим доступа: <http://www.ratanews.ru/>
2. Министерство культуры Российской Федерации. Федеральное агентство по туризму. Официальный сайт. Режим доступа: www.russiatourism.ru
3. Многофункциональные онлайн ресурсы о туризме. – Режим доступа: <http://unwto.com/>
4. Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru> eLIBRARY.RU;
5. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России – Режим доступа: www.russiatourism.ru
6. Портал для турагента – Режим доступа: www.turprofi.ru
7. Профессиональный туристический портал – Режим доступа: www.tourdom.ru
8. Российский союз туриндустрии. - Режим доступа: <http://www.rostourunion.ru/>
9. ЭБС ЮРАЙТ - Режим доступа: <https://biblio-online.ru>
10. ЭБС «ZNANIUM.COM» - Режим доступа: <http://znanium.com>
11. Электронная туристическая энциклопедия – Режим доступа: www.tonkosti.ru

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса.

Реализация ПМ.03. Предоставление туроператорских услуг (МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности, МДК.03.02 «Маркетинговые технологии в туризме) специальности 43.02.10 Туризм обеспечивается доступом каждого обучающегося к электронно-образовательной среде и библиотечным фондам образовательной организации. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к Интернет ресурсам. Библиотечный фонд, помимо учебной литературы включает официальные, справочно-библиографические и периодические издания по туризму.

Для освоения дисциплин профессионального модуля необходимо обязательное освоение:

1. ОП.2 Организация туристской индустрии;
 2. ОП.09 Менеджмент туризма;
- профессионального модуля: ПМ.01 Предоставление турагентских услуг.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Преподаватели, отвечающие за освоение обучающимися профессионального цикла, имеют высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (междисциплинарного курса в рамках модуля), имеют опыт деятельности в организациях

соответствующей профессиональной сферы, проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: учебная и производственная (по профилю специальности) практики проводится мастерами производственного обучения и (или) преподавателями дисциплин профессиональных циклов.

4.5. Интерактивные формы проведения занятий

В целях реализации компетентного подхода для обеспечения качественного образовательного процесса применяются интерактивные формы проведения занятий:

Интерактивные формы проведения занятий (в часах)

Формы \ Вид	Лекционные занятия	Практические занятия	Всего
Метод разбора конкретных ситуаций	10	10	20
Деловые игры	-	10	10
Решение расчетных задач	-	22	22
Итого интерактивных занятий	10	42	52 часа, что составляет 20,5% от аудиторной нагрузки

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
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	Анализ решения практических задач Участие в ролевых играх Анализ решения ситуационных задач
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;	Защита докладов, рефератов Анализ решения практических задач Участие в деловых играх Устный опрос Анализ решения ситуационных задач

– 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	
знать: - виды рекламного продукта; - правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; - способы обработки статистических данных; - методы работы с базами данных; - методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; - планирование программ турпоездок; - основные правила и методику составления программ туров; - правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями - способы устранения проблем, возникающих во время тура; - методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; - методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; - основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; - правила бронирования туруслуг; - методику организации рекламных туров; - правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; - технику проведения рекламной кампании;	Устный опрос Письменный опрос Контрольный опрос

- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов техники эффективного делового общения, протокол и этикет; - специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.	
--	--