

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.04.2024 11:25:22
Уникальный программный ключ:
e68634da050325a9234284dd96b4f0f8b288e139

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал)
Тюменского государственного университета

УТВЕРЖДАЮ
Директор
Шилов С.П.
« 28 » 2020 г.



ПМ.03. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ
Рабочая программа профессионального модуля для обучающихся по программе
подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 Туризм
(базовая подготовка)
Форма обучения - очная

Панишев Е.А. Предоставление туроператорских услуг. Рабочая программа профессионального модуля для обучающихся по программе подготовки специалистов среднего звена 43.02.10 Туризм. Форма обучения – очная. Тобольск, 2020.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 мая 2014 года, № 474.

Рабочая программа дисциплины опубликована на сайте Тобольского пединститута им. Д.И. Менделеева (филиал) ТюмГУ: Предоставление туроператорских услуг [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://tobolsk.utmn.ru/sveden/education/#>

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Паспорт программы профессионального модуля	3
2. Результаты освоения профессионального модуля	5
3. Структура и примерное содержание профессионального модуля	7
4. Условия реализации программы профессионального модуля	16
5. Контроль и оценка освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)	18

1. Паспорт программы профессионального модуля

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Предоставление туроператорских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 3.2. Формировать туристский продукт

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта

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

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

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 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 туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;

- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

уметь:

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Семестры 1-4

всего – 372 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 228 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 148 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 56 часов;

учебной и производственной практики – 144 часа.

2. Результаты освоения профессионального модуля

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

3. Структура и примерное содержание профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) Распределение часов					Практика (концентрированная, рассредоточенная, комбинированная)	
			Аудиторная учебная работа обучающегося (обязательные учебные занятия), часов			Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа, часов		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			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
ОК 1-ОК 9 ПК 3.1 –ПК 3.4	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	142	88	52	-	38	-		
ОК 1-ОК 9 ПК 3.1 –ПК 3.4	МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме	86	60	40	-	18	-		
ОК 1-ОК 9 ПК 3.1 –ПК 3.4	УП. 03.01. Технология туроператорской деятельности	-	-	-	-	-	-	72	
ОК 1-ОК 9 ПК 3.1 –ПК 3.4	ПП.03.01. Организация туроператорской деятельности								72
				400	32	294	-	72	72

3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МКД) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	
МДК.03.01. Предоставление туроператорских услуг		142	
Раздел 1. Теоретические основы туроперейтинга		24	
Тема 1.1. Основные понятия туроперейтинга	Содержание		
	1	Основные понятия курса. Туроператор и его функции	1
	2	Классификация и виды туроперейтинга и его туроператоров	2
	Практические занятия		
1	Поставщики услуг. Гостиницы. Транспортные компании. Предприятия питания. Музеи. Экскурсионные бюро	2	2
Тема 1.2. Концепция создания турпродукта	Содержание		
	1	Формирование привлекательности туристского продукта. Концепция гостеприимства	2
	Практические занятия		
1	Культурный шок. Способы снятия культурного шока	2	2
Тема 1.3. Турпродукт как комплекс услуг. Структура, уровни и формы турпродукта	Содержание		
	1	Турпродукт. Структура, уровни и формы турпродукта	2
	Практические занятия		
1	Туристская документация	2	2
Тема 1.4. Проектирование тура и программа обслуживания	Содержание		
	1	Проектирование тура и программа обслуживания	2
	Практические занятия		
1	Программа обслуживания. Основные требования к программе обслуживания	2	2
Раздел 2. Договорные отношения в туроперейтинге		14	
Тема 2.1.	Содержание		

Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы	1	Туристский маркетинг	2	1
	Практические занятия			
	1	Туристский договор и его заключение	2	2
Тема 2.2. Заключение договоров с поставщиками услуг	Содержание			
	1.	Договоры с гостиничными предприятиями и предприятиями питания	2	1
	Практические занятия			
	1	Договор с автотранспортным предприятием	2	2
	2	Договор с авиакомпанией		
Тема 2.3. Договоры между инициативными и рецептивными туроператорами	Содержание			
	1	Договорные отношения между туроператорами	2	1
	Практические занятия			
	1	Договорные отношения между туроператорами	2	2
Раздел 3. Туристские формальности			6	
Тема 3.1. Туристские формальности	Содержание			
	1	Формальности в туризме	2	1
	Практические занятия			
	1	Формальности в туризме	2	2
Раздел 4. Продвижение турпродукта			36	
Тема 4.1. Сбытовая сеть туроператора	Содержание			
	1	Формирование сбытовой сети туроператора	2	1
	Практические занятия			
	1	Подбор партнеров по сбыту	2	2
Тема 4.2. Туроператоры и турагенты	Содержание			
	1	Агентские сети и франчайзинг	2	1
	Практические занятия			
	1	Туроператоры и турагенты	2	2
Тема 4.3. Методы продвижения турпродукта	Содержание			
	1	Рекламные методы продвижения турпродукта	2	1
	Практические занятия			
	1	Нерекламные методы продвижения турпродукта		

	2	Интернет-технологии в рекламе	6	2
	3	PR-кампания турфирмы		
Тема 4.4. Каталог туроператора как основной носитель информации	Содержание			
	1	Каталог турфирмы. Виды каталогов	2	1
	Практические занятия			
	1	Основные требования к каталогу туроператора. Виды каталогов	2	2
Тема 4.5. Выставочная деятельность туроператоров	Содержание			
	1	Выставки в туризме. Виды выставок	2	1
	Практические занятия			
	1	Этапы выставочной деятельности туроператора	2	2
Раздел 5. Стратегия обслуживания и программный туризм			16	
Тема 5.1. Стратегия обслуживания и программный туризм	Содержание			
	1	Стратегия обслуживания	2	1
	Практические занятия			
	1	Программный туризм и потребительские предпочтения	2	2
Тема 5.2. Анимация обслуживания	Содержание			
	1	Анимация. Типология анимации	2	1
	Практические занятия			
	1	Туристская анимация	4	2
2	Игра в анимационной деятельности			
Раздел 6. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования			8	
Тема 6.1. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования	Содержание			
	1	Качество туристского обслуживания	2	1
	2	Факторы, влияющие на качество туристского обслуживания		
	Практические занятия			
	1	Способы регулирования качества туристского обслуживания	2	2
Тема 6.2. Конфликты и способы в туроперейтинге	Содержание			
	1	Конфликты и способы в туроперейтинге	2	1
	Практические занятия			
	1	Способы урегулирования конфликтов и споров	2	2
Раздел 7. Безопасность путешествий			12	
Тема 7.1	Содержание			

Безопасность путешествий	Практические занятия		4	2
	1	Общее понятие о безопасности и направления ее организации		
	2	Виды рисков в туризме		
	3	Обеспечение безопасности путешествий		
Тема 7.2. Страхование в туризме	Содержание		4	2
	Практические занятия			
	1	Страхование в туризме. Виды страхования		
	2	Страхование туристов, выезжающих за рубеж		
	3	Страхование на внутреннем и въездном туризме		
Раздел 8. Квалификационные требования и обязанности менеджера туроперейтинга			8	
Тема 8.1. Квалификационные требования и обязанности менеджера туроперейтинга	Содержание		4	2
	Практические занятия			
	1	Профессиональные стандарты для туризма		
	2	Квалификационные требования, предъявляемые к менеджеру туроперейтинга		
Тема 8.2. Актуальные вопросы деятельности менеджера туроперейтинга	Содержание		2	2
	Практические занятия			
	1	Актуальные вопросы специфики работы туроператоров в средних и малых городах		
	2	Деятельность туроператора в большом городе		
Самостоятельная работа обучающихся			38	
	Составить топ-10 ведущих туроператоров мира		4	3
	Произвести экспертную оценку возможностей снятия культурного шока для европейских туристов в вашем регионе		2	3
	Составить программу пребывания туристов в вашем городе на 2/3 дня		2	3
	Договор туроператора с железной дорогой		2	3
	Составить список стран, посещение которых разрешено без виз		2	3
	Сбытовая сеть туроператора		2	3
	Регулирование туристской деятельности		2	3
	Придумать рекламу для определенной турфирмы		1	3
	Придумать нерекламный метод продвижения турпродукта для определенной турфирмы		1	3
	Разработать программу выставки «Все флаги к гости будут к нам!» (в г. Тобольске)		4	3

	Обслуживание в офисе турфирмы	2	3
	Разработать анимационную программу на интересную для вас тему	4	3
	Составление памятки путешествия	2	3
	Страхование профессиональной ответственности	2	3
Консультации		16	
Всего		142	
Учебная практика «УП.03.01 Технология туроператорской деятельности»			1,2,3
Виды работ: Установочное занятие по практике Знакомство с офисами турфирм. Ознакомление с документацией компании. Освоение технологии формирования и продажи туров Задание по формированию турпродукта Сдача и защита проекта		72	
Производственная практика (по профилю специальности) «ПП.03.01 Технология туроператорской деятельности»			1,2,3
Виды работ: Установочное занятие по практике Работа в офисе турфирмы Выполнение индивидуального задания Задание по формированию турпродукта Сдача и защита проекта		72	
Всего по учебной и производственной практикам		144	
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме			
Раздел 1. Теоретические основы маркетинга			
		20	
Тема 1.1. Основные понятия маркетинга	Содержание		
	1	Основные понятия курса. Маркетинг и его функции	
	2	Классификация и виды маркетинга	
	Практические занятия		
1	Поставщики услуг. Гостиницы. Транспортные компании. Экскурсионные бюро		2
Тема 1.2.	Содержание		

Система маркетинга Предприятия туризма	1	Современные тенденции в туризме. Макросреда маркетинга. Основные факторы макросреды: демографическая среда; экономическая среда маркетинга; научно-технологические факторы; политико-правовая среда маркетинга; социокультурные факторы; природная среда.	2	1
	Практические занятия			
	1	Маркетинговая среда предприятия	2	2
Тема 1.3. Маркетинговые исследования в сфере услуг	Содержание			
	1	Классификация маркетинговой информации	2	1
	Практические занятия			
Тема 1.4. Сегментирование рынка и позиционирование услуги	Содержание			
	1	Сегментирование рынка. Критерии сегментирования. Позиционирование. Конкуренция на рынке услуг	2	1
	Практическое занятие			
	1	Сегментация и позиционирование товаров (услуг)	2	2
Раздел 2. Спрос и предложение			18	
Тема 2.1. Спрос	Содержание			
	1	Понятие и виды спроса	2	1
	Практические занятия			
Тема 2.2. Закон спроса	1	Элементы формирования спроса	2	2
	Содержание			
	1	Объём спроса	2	1
	Практические занятия			
Тема 2.3. Предложение	1	Управление товаром и решения в области товарной политики	2	2
	Содержание			
	1	Закон предложения	2	1
	Практические занятия			
Тема 2.4. Туристские формальности	1	Изучение предложения тур индустрии в Тюменском регионе на примере г Тобольска	2	2
	Содержание			
	1	Взаимодействие спроса и предложения. Рыночное равновесие	2	1
	Практические занятия			
	1	Ценовая политика в регионе	2	2

Раздел 3. Сбытовой маркетинг на предприятиях сервиса и туризма		22	
Тема 3.1. Формирование сбытовой стратегии	Содержание		
	1 Формирование сбытовой сети	2	1
	Практические занятия		
	1 Подбор партнеров по сбыту	2	2
Тема 3.2. Каналы сбыта	Содержание		
	1 Виды каналов сбыта, выгодные сети	2	1
	Практические занятия		
	1 Посредники	2	2
Тема 3.3. Продвижения турпродукта на рынке	Содержание		
	1 Маркетинговые методы продвижения турпродукта	2	1
	Практические занятия		
	1 Нерекламные методы продвижения турпродукта	2	2
	2 Интернет-технологии в рекламе	2	
3 PR-кампания турфирмы	2		
Раздел 4. Организация и контроль маркетинга туристской компании		12	
Тема 4.1. Комплекс маркетинга	Содержание		
	1 Маркетинговый микс	2	1
	Практическое занятие		
	1 Концепция 4P	2	2
Тема 4.2. Объекты и субъекты маркетинга	Содержание		
	1 Контроллинг в системе маркетинга	2	1
	Практические		
	1 Роль персонала в маркетинге услуг	2	2
2 Игра 20. Маркетинговый анализ маркетинговой деятельности туристской фирмы (на конкретном примере)	2		
Самостоятельная работа обучающихся		18	
Решение расчетных задач		2	3
Выполнение отчета-презентации рынка города		2	3
Составить список хостелов, гостиниц г. Тобольска		2	3
Сбытовая сеть туроператора, гостиницы		4	3
Определить сеть сбыта для конкретной турфирмы		2	3

	Придумать голотип и слоган для фирмы	2	3
	Методы оценки качества услуг в сфере туризма.	4	3
Консультации		8	
Всего по модулю		372	

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 программы профессионального модуля

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие

– Кабинета турагентской и туроператорской деятельности на 24 посадочных мест оснащен следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, доска аудиторная, мультимедийное аудиовизуальное оборудование, персональный компьютер. На ПК установлено следующее программное обеспечение: — Офисное ПО: операционная система MS Windows, офисный пакет MS Office, платформа MS Teams, офисный пакет LibreOffice, антивирусное ПО Dr. Web. Обеспечено проводное подключение ПК к локальной сети и сети Интернет.

– Кабинета гуманитарных и социально-экономических дисциплин на 24 посадочных мест оснащенного следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, доска аудиторная, мультимедийное аудиовизуальное оборудование, персональный компьютер. На ПК установлено следующее программное обеспечение: Офисное ПО: операционная система MS Windows, офисный пакет MS Office, платформа MS Teams, офисный пакет LibreOffice, антивирусное ПО Dr. Web. Обеспечено проводное подключение ПК к локальной сети и сети Интернет.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий: основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов.

МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме

Основные источники

1. Шпырня О.В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства: учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело»/ Шпырня О.В.— Электрон. текстовые данные.— Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, 2018.— 119 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78034.html> (дата обращения 12.04.2020). – Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

Дополнительные источники:

1. Замедлина, Е. А. Экономика отрасли: туризм: учебное пособие / Е.А. Замедлина, О.Н. Козырева. — Москва: Альфа-М: ИНФРА-М, 2017. — 204 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/917757>. (дата обращения: 01.04.2020) – Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

МДК.03.01. Предоставление туроператорских услуг

Основная литература:

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 375 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1120356> (дата обращения: 19.11.2020). – Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

Дополнительные источники

1. Валеева, Е. О. Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие / Е. О. Валеева. — Саратов: Вузовское образование, 2015 — 145 с. — URL:<http://www.iprbookshop.ru/31941.html>. (дата обращения: 11.04.2020). - Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

2. Малыгина, М. В. Технология организации турагентской и туроператорской деятельности: учебное пособие / М. В. Малыгина. — Омск: Издательский центр КАН, 2017 — 136 с. —URL:<http://www.iprbookshop.ru/95633.html>. (дата обращения: 19.04.2020). — Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

Интернет-ресурсы:

1. Знаниум - <https://new.znanium.com/>
2. Лань - <https://e.lanbook.com/>
3. IPR Books - <http://www.iprbookshop.ru/>
4. Elibrary - <https://www.elibrary.ru/>
5. Национальная электронная библиотека (НЭБ) - <https://rusneb.ru/>
6. Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) - <https://icdlib.nspu.ru/>
7. "ИВИС" (БД периодических изданий) - <https://dlib.eastview.com/browse>
8. Электронная библиотека Тюмгу - <https://library.utmn.ru/>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по профессиональному модулю: Платформа для электронного обучения Microsoft Teams.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия по изучению междисциплинарных курсов «Технология и организация туроператорской деятельности» и «Маркетинговые технологии в туризме» профессионального модуля проводятся в образовательном учреждении, в аудиториях, оснащенных необходимым оборудованием, с применением учебно-методической документации.

При изучении данного модуля необходимо постоянно обращать внимание на то, как практические навыки и изученный теоретический материал могут быть использованы в будущей практической деятельности. При выборе методов обучения предпочтение следует отдавать тем, которые способствуют лучшему установлению контакта с обучающимися и лучшему усвоению ими материала.

Для проведения занятий целесообразно использовать лекционно-семинарские занятия, работать с учебно-методическими и справочными материалами, производственной документацией, применять технические средства обучения и вычислительную технику, организовывать экскурсии в туристские фирмы и гостиницы.

Учебную практику целесообразно проводить в профессиональной образовательной организации, оснащенной необходимым оборудованием и техническими средствами обучения под руководством специалистами-преподавателями данного модуля. Отдельные занятия могут проводиться на профильном предприятии (встречи и беседы со специалистами, экскурсии и др.).

Руководство производственной практикой по профилю специальности осуществляют руководители практики от профессиональной образовательной организации и руководители практики от организации. Формы отчетности по результатам производственной практики по профилю специальности являются: дневник, отчет, аттестационный лист, характеристика. Аттестация по итогам производственной практики по профилю специальности проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

Обучающиеся имеют право по всем вопросам, возникшим в процессе изучения междисциплинарных курсов профессионального модуля, прохождения учебной и производственной практик, обращаться к педагогическим работникам, руководителям практик, вносить предложения по совершенствованию образовательного процесса и организации учебной и производственной практик. Формы проведения консультаций - групповые, индивидуальные, письменные, устные.

Освоению данного профессионального модуля должно предшествовать изучение учебных дисциплин общепрофессионального цикла. ОП 01. Психология делового общения; ОП 02. Организация туристской индустрии; ОП 05. Основы конфликтологии; ОП 06. Этика и

культура общения с клиентами; ОП 07. Технология и организация экскурсионных услуг; ОП 09. Технология исследовательской деятельности; ОП 11. Реклама.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам: педагогические работники, привлекаемые к реализации профессионального модуля, имеют высшее образование, а также получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности: туроператорская деятельность, не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

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 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"> - умение оставить анкету, провести опрос респондентов; - умение осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; - знание видов рекламного продукта; - знание основных постулатов и теоретических положений маркетинга; - знание основ маркетинга и методик проведения маркетинговых исследований; - знание техники проведения рекламной кампании; - знание методики формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов 	Устный опрос Выполнение практических заданий
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	<ul style="list-style-type: none"> - умение формировать туристский продукт, учитывая пожелания туристов; - умение проводить анализ деятельности других туркомпаний; - знание основных и дополнительных услуг в составе туристского продукта; - умение использовать каталоги и ценовые приложения; - умение работать с информационными и справочными 	Практические задания

	<p>материалами;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; - умение составлять турпакеты с использованием иностранного языка; - умение налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; - умение работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; - знание правил работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; - знание основных правила и методику составления программ туров. 	
<p>ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта</p>	<ul style="list-style-type: none"> - умение оставить калькуляцию тура на группу и на отдельного туриста; - умение работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; - умение рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - умение рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; - знание методики расчета стоимости туристского продукта); - знание способов обработки статистических данных - знание методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - знание методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта. 	<p>Практические задания</p>
<p>ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта</p>	<ul style="list-style-type: none"> - умение оставить программу продвижения туристского продукта; - умение обрабатывать информацию и анализировать результаты; - умение консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь 	<p>Выполнение теста Практические задания</p>

	<p>в продвижении и реализации турпродукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение предоставлять информацию турагентам по рекламным турам - знание способов продажи и продвижения туристского продукта; - знание планирования программ турпоездов; - знание методики создания агентской сети и содержание агентских договоров; - знание основных формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; - знание правил расчетов с турагентами и способы их поощрения; - знание методики организации рекламных туров. 	
--	---	--

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 профессиональные 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	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация понимания сущности и социальной значимости своей будущей профессии; -демонстрация устойчивого интереса к будущей профессиональной деятельности; -качественное выполнение профессиональной деятельности в организации работы менеджера туристской фирмы; -применение знаний на практике 	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> - понимание сути профессиональных задач; -выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач; -умение формулировать цель и задачи предстоящей профессиональной деятельности; -умение представить конечный результат деятельности в полном объеме; -умение планировать и организовывать предстоящую деятельность; 	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике

	-умение выбирать типовые методы и способы выполнения плана.	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<p>-понимание методов принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях, оценка рисков;</p> <p>-умение определять проблему в профессионально-ориентированных ситуациях;</p> <p>-умение предлагать способы и варианты решения проблемы, оценивать ожидаемый результат;</p> <p>-способность планировать поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносить коррективы, контролировать ситуацию;</p> <p>-применение навыков принятия решений в соответствии с ситуацией, оценка риска.</p>	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<p>-способность извлекать и анализировать информацию из различных источников;</p> <p>-понимание способов поиска и анализа информации;</p> <p>-умение пользоваться энциклопедиями, словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий, стандартами;</p> <p>-применение найденной информации для выполнения профессиональных задач</p>	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- знание информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию; виды сайтов турфирм, достоинства и недостатка туристских сайтов.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<p>-использование конструктивных способов общения с коллегами, администрацией, воспитанниками;</p> <p>-умение грамотно проводить консультации, индивидуальные беседы, родительские собрания;</p> <p>-понимание общих целей;</p> <p>-способность координировать свои действия с другими участниками общения;</p>	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике

	-способность контролировать своё поведение, свои эмоции, настроение.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	- умение работать в команде.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- выбирать наиболее простые и наиболее эффективные пути решения профессиональных задач; - определять наиболее простые и наиболее эффективные пути решения профессиональных задач, повышение квалификации	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- определять условия и результаты успешного применения технологий; - анализировать производственную ситуацию и называть противоречия между реальными и идеальными условиями реализации технологического процесса; - выявлять наиболее эффективные технологии профессиональной деятельности; - определять причины необходимости смены	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике