

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГУ»)
Гуманитарный колледж

Рабочая программа профессионального модуля
ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

специальности 43.02.10 Туризм

ОДОБРЕНА
Предметной (цикловой) комиссией
Гуманитарного колледжа РГГУ
по общепрофессиональным
дисциплинам/профессиональным модулям
по специальности 43.02.10 Туризм

Разработана на основе
федерального государственного
образовательного стандарта СПО
по специальности 43.02.10 Туризм
(утвержден приказом Минобрнауки России
от 07.05.2014 г. № 474).

Протокол
№ 1 от «10» сентября 2021 г.

Разработчики: Полякова О.Р., к.пед.н., руководитель ППСЗ по специальности 43.02.10
Туризм, Киреева Ю.А., к.п.н., доцент, Кравченко Н.В., преподаватели
Гуманитарного колледжа РГГУ;

Рецензент: Васильева О.В., преподаватель Гуманитарного колледжа РГГУ

Содержание

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	стр. 4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	27
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	29

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Предоставление туроператорских услуг

1.1 Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.10 Туризм (базовой подготовки), входящей в состав укрупненной группы специальностей 43.00.00 Сервис и туризм по направлению «Науки об обществе» 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.

Программа профессионального модуля может использоваться при разработке программы по дополнительному профессиональному образованию и профессиональной подготовке работников в области организации международного туризма.

Программа профессионального модуля может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

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;
- планирование программ турпоездов, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- предоставления сопутствующих услуг;
- решения проблем, возникающих на маршруте;
- расчёта себестоимости услуг, включённых в состав тура, и определения цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
- работа 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 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 партнёров 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 программы турпоездки;
- 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 расчёта стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчёта себестоимости турпакета и определение 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 расчётов с турагентами и методику 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.

1.3 Объем часов на освоение программы профессионального модуля:

всего 317 часа, в том числе:

- максимальную учебную нагрузку обучающегося - 243 часа, включая:
 - обязательную аудиторную учебную нагрузку обучающегося - 162 часа;
 - самостоятельную работу обучающегося - 81 час;
 - производственную практику - 74 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **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, определять 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-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности;
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий;
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации;
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса/курсов					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа, часов	Всего часов	в т.ч. курсовая работа, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	11
ПК 3.1. – 3.4.	МДК. 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	147	98	30	20	49			
	МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме	96	64	28		32			
	ПП.03.01. Производственная практика, часов	74							74
	Всего:	317	162	58	20	81			74

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) Предоставление туроператорских услуг

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ. 03. Предоставление туроператорских услуг		317	
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности		147	
Раздел 1.		28	
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности	Содержание учебного материала	4	2
	1. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туроператорской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России.		
	2. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров.		
	3. Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.	3	
	Практические занятия	2	
	1. Деловая игра «Формирование пакета документов для учреждения юридического лица» 2. Изучение технологии оформления договоров. 3. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру. 4. Разбор ситуаций предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором.		
Тема 1.2. Технология разработки туристского продукта	Содержание учебного материала	8	2
	1. Понятие разработки туристского продукта.		
	2. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации.		
	3. Свойства и цели турпродукта.		
	4. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов.		
5. Выбор схемы работы в дестинации.	3		

	6.	Основные правила и методика составления программ туров		
	7.	Расчет стоимости тура		
	Практические занятия - анализ ресурсов выбранной дестинации; - определение базовых услуг по заданным показателям; - выбор вариантов бронирования услуг контрагентов; - расчет необходимого количества мест в средствах размещения; - планирование программ турпоездок; - составление программ тура и турпакета; - составление программы туров для российских и зарубежных клиентов; - расчет стоимости тура.		4	
Тема 1.3. Оптимизация представления туруслуг	Содержание учебного материала		6	2
	1.	Практика делового общения и переписки. Формирование коммуникативных навыков. Понятие корпоративной культуры. Профессиональная этика работников туроператорской компании.		
	2.	Работа с информационно-справочными материалами. Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. Использование каталогов и ценовых предложений.		
	3.	Решение проблем с помощью правового регулирования. Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме.		
	4.	Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения. Предоставление сопутствующих услуг.	4	3
	Практические занятия - деловая игра «Практика делового общения»; - техника написания делового письма; - работа с информационно-справочными материалами.			
Раздел 2.			50	
Тема 2.1. Влияние туризма на экономику стран. Развитие туризма в РФ	Содержание учебного материала		6	2
	1	Влияние туризма на экономику стран. Факторы, тормозящие развитие туризма. Международные организации по регулированию туризма		
	2.	Доля туризма в ВВП стран мира. Статистика доходов от международного туризма. Статистика выезда и въезда туристов в РФ		
	3	Негосударственные объединения российских ТО - РСТ, АТОР - их функции.		

		Требования российского законодательства к ТО. «Турпомощь» и фингарантии. Реестр ТО.-		
		Практические занятия - обзор и анализ агентских договоров разных ТО; - изучение реестра ТО, условий вступления в реестр.	2	
Тема 2.2. Этапы работы ТО		Содержание учебного материала	6	2
	1	Цели и задачи ТО бизнеса. Виды ТО и туроперейтинга. Специализации ТО		
	2	Законодательные основы взаимодействия ТА и ТО. Бизнес – модели развития ТО.		
	3	Маркетинговые исследования ТО. Оценка конъюнктуры рынка ТО. Изучение и анализ запросов потребителей туруслуг. Изучение рекреационных возможностей регионов.		
	4	Структура туристической индустрии. Активные субъекты туристической индустрии. Поставщики туруслуг		
	5	Этапы работы ТО компании при формировании тура		
	6	Специализации ТО. Определение направлений и продолжительности туров. Определение целевой аудитории. Групповые и индивидуальные туры		
	7	Выбор контрагента - партнера. Meet-компании		
	8	Выбор транспортной организации		
	9	Организация размещения и питания туристов		
	10	Аккредитация ТО в посольствах. Оформление документов при работе с консульскими учреждениями.		
	11	Обеспечение безопасности тура - страховое и медобеспечение путешествий. Оформление страховки.		
	12	Ценообразование тура. Методики расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости. Издержки		
	13	Этапы реализации турпродукта. Негативные последствия снижения цены. Альтернатива неумножения цены. Риски ТО при демпинге. Мнения экспертов - директоров ведущих ТО.		
	Практические занятия - расчет турпакета выбранного направления; - изучение поставщиков туруслуг при бронировании «напрямую» и через meet-компанию; - подготовка и комплектование пакета документов туриста для оформления визы;	6		

	- изучение и правила оформления ваучеров, памяток, страховых полисов; - изучение виз в паспорте туриста - что необходимо проверять.			
Тема 2.3. Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж.	Содержание учебного материала	8	2	
	1			Принципы работы маркетинговой службы в ТО. Методы и нормативно - правовая основа рекламы турпродукта.
	2			Виды продвижения ТО турпродукта на туристическом рынке. Рекламный инструмент продвижения товара к потребителю.
	3			Разработка рекламной политики. Рекомендации при планировании рекламной компании.
	4			Печатная реклама. Маркетинговые исследования ТО по выбору печатного издания в соответствии с целевой аудиторией. Рекомендации по рекламным объявлениям. Буклеты, каталоги. Виды сувенирной рекламы в туристической индустрии
	5			Реклама на радио. Этапы рекламной компании на радио. Телевизионная реклама.
	6			Наружная реклама. Вывески, баннеры, растяжки, щиты. Реклама на транспорте
	7			Реклама в Интернете. Сайт ТО. Интернет - рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содержанию рассылки. Реклама в соцсетях.
	8			Участие ТО в поисковых системах - информационных ресурсах ТА.
	9			Туристические выставки. PR акции. Нестандартные приемы продвижения турпродукта. Пропаганда туризма. Спонсорство, благотворительность.
	10			Работа по привлечению ТА: Создание франчайзинговых агентских сетей.
	11			Обучение ТА - воркшопы, презентации, семинары, вебинары, инфотуры. Особенности продвижения турпродукта.
	12			Совместная реклама с ТА, совместные мероприятия. Размещение инфо на сайте.
	13	Повышение технологичности ТО для привлечения ТА. Онлайн бронирование. Оплата турпродукта. Круглосуточная поддержка клиентов ТА		
	Практические занятия - разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта; - написать рекламный буклет «Пять причин, чтобы посетить...» (направление по выбору учащегося); - собрать материалы по рекламе ТО (по выбору учащегося); - провести семинар по выбранному направлению; - подготовить план инфотура по выбранному направлению; - изучение программ автоматизации работы ТО;	4		

	- разработка плана рекламных мероприятий ТО; - подготовить комплект документов для ТА.		
Тема 2.4. Обеспечение безопасности тура- страховое и медобеспечение путешествий	Содержание учебного материала	4	
	1 Необходимость страхования в туризме. Объемы страховых случаев. Статистика по странам. Правовая защита туристов		2
	2 Медицинское страхование туристов. Особенности страхования туристов. Компании assistance. Базовые и дополнительные услуги страхования туристов		
	3 Действия туриста при наступлении страхового случая. Страховое событие. Критерии выбора страховой компании турфирмами		
	Практические занятия - подготовить список стран неблагоприятных в эпидемиологическом плане; - изучение санитарно-эпидемиологического законодательства; - изучение ситуационных примеров по страхованию туристов.	4	
Тема 2.5. Внутренний туризм в РФ. Состояние и проблемы	Содержание учебного материала	6	
	1 Начало развития туризма в РФ. Структура госрегулирования туризма в РФ. Нормативные акты. Особенности внутреннего российского туррынка на современном этапе.		1
	2 Статистика внутренних ресурсов России. Объекты всемирного наследия		2
	3 Индустрия гостиничного дела и питания. Индустрия транспорта.		
	4 Потенциал развития внутреннего туризма в России. Оценка туристского потенциала территорий		
	5 Природные рекреационные ресурсы России		
	6 Культурно - исторические ресурсы России		
	7 Основные туристские предпочтения россиян. Разновидности рос. внутреннего туризма		
	8 Экологический туризм. Характеристика экотуристского потенциала России. Причины, сдерживающие развитие экотуризма в России		
	9 Рекреационное районирование России		
	10 Оценка перспектив развития внутреннего туризма. Мнения экспертов		
	Практические занятия подготовить эссе на темы: - достопримечательности городов Губернского кольца Подмосковья; - православные святыни центральной России; - возможности туристского освоения Дубны и окрестностей;	4	

	<ul style="list-style-type: none"> - центры народных промыслов и декоративно-прикладного искусства (по выбору); - природный памятник Всемирного наследия в России (по выбору); - историко-архитектурный памятник Всемирного наследия в России(по выбору); - примеры экологического туризма; - разработать маршрут экотуризма. 		
<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <ul style="list-style-type: none"> – Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем – Поиск информации о характеристиках российских туроператорских фирм – Поиск информации об условиях взаимодействия и туроператоров и турагентов – Изучение сайтов туроператоров – Подготовка информации для оформления памятки туристу – Подготовка информации о дополнительных страхованиях туриста – Изучение бланков проездных документов, страховых полисов, ваучеров 		49	
<p>Примерные темы курсовых работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка инновационного туристского маршрута туроператором по Италии в рамках образовательного туризма 2.Формирование привлекательного туристского продукта 3. Роль туроперейтинга в туризме 4.Особенности формирования туристского продукта в рамках приключенческого туризма 5.Обеспечение безопасности туристов на туристских маршрутах (на примере спортивных туров) 6. Формирование туристского продукта с использованием традиционных средств транспорта 7. Роль туроперейтинга на современном туристском рынке России 8. Разработка рекламной кампании туроператором 9. Разработка концепции гостеприимства предприятия индустрии туризма 10. Развитие безбарьерного туризма в Москве 11. Обеспечение безопасности туристов в путешествии» 12. Формирование агентской сети туроператора 13. Туристские формальности туроператора 14. Формирование туристского продукта с использованием специфических средств транспорта (например, с использованием воздушного) 15. Анализ современного состояния, тенденций и перспектив развития туроперейтинга в регионах России 16. Страхование в туризме как гарантия безопасности во время путешествия 17. Роль выставочных мероприятий в продвижении турпродукта на рынок 		20	

18. Сравнительные характеристики поощрения покупок Tax free и duty free			
Всего (МДК 03.01)		147	
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме		96	
Тема 1. Введение. Содержание и основные задачи современного маркетинга в туризме. Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала	8	
	1 Введение. Особенности маркетинга в туризме		1
	2 Содержание и направление маркетинговых исследований		
	3 Сегментация рынка: признаки, этапы		2
	4 Позиционирование туристской фирмы	1	
	Практические занятия № 1. Составление SWOT - анализа турфирм. № 2. Определение тенденции развития туристского рынка РФ № 3. Сегментация рынка туристских услуг	6	
Тема 2. Средства удовлетворения потребностей	Содержание учебного материала	4	
	1 Средства удовлетворения потребностей.		2
	2 Товарный ассортимент		
	Практические занятия № 4. Виды товаров и услуг. Классификация. № 5. РЖЦ. Его виды и этапы	6	
Тема 3. Ценовая и сбытовая политика туристской организации.	Содержание учебного материала	6	
	1 Анализ механизма ценообразования.		2
	2 Ценовая политика турфирмы.		
	3 Сбытовая политика турфирмы.		
	Практические занятия № 6. Методы ценообразования № 7. Выбор уровней товародвижения, видов посредников.	4	
Тема 4. Маркетинговые стратегии	Содержание учебного материала	6	
	1 Формирование маркетинговых стратегий туристского предприятия		2
	2 Маркетинговые стратегии.	1	
	Практические занятия № 8. Анализ маркетинговых предложений конкретной туристской фирмы. № 9. Формирование маркетинговых стратегий туристского предприятия	4	
Тема 5. Инструменты	Содержание учебного материала	10	
	1 Маркетинговые коммуникации		1

маркетинговых коммуникаций	2	Комплекс маркетинговых коммуникаций в туристической деятельности		
	3	Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций		2
	4	Выставочные мероприятия туристической фирмы		
	Практические занятия № 10. Разработка различных способов стимулирования сбыта на туристическом предприятии № 11. Разработка проекта рекламного обращения № 12. Определение основных типов посетителей выставки № 13. Разработка концепции организации и оформления выставочного стенда		6	
Тема 6. Управление маркетингом в турфирме	Содержание учебного материала		2	
	1	План-программа маркетинговой деятельности		1
	Практическое занятие № 14. Связь бизнес-плана с программой маркетинга		2	
Самостоятельная работа студентов Составление Пест-анализа туристской фирмы. Разработка программы вывода на рынок нового товара. Составление словаря по теме. Оценка товарного портфеля турфирмы, разработка маркетинговой стратегии. Презентация рекламной кампании по продвижению турфирмы на российский рынок. Составление маркетингового плана организации.			32	
Всего (МДК 03.02)			96	
ПП.03.03. Производственная практика по профилю специальности Виды работ 1. Проведение маркетингового исследования объектов туристского рынка. Выявление целевых сегментов рынка. Позиционирование туристского продукта. 2. Фирменный стиль туристского предприятия. Рекламная продукция. 3. Осуществление планирования турпоездов, составление программ тура и турпоездов. 4. Предоставление сопутствующих услуг турфирмы. 5. Решение проблем, возникающих на маршруте. 6. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта. 7. Применение полученных в процессе обучения знаний и навыков. 8. Сбор информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений. 9. Формирование практических навыков по анализу функциональной и отраслевой структуры турфирмы.			74	

10. Описание структуры и кадровой политики турфирмы.		
11. Закрепление навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости туров.		
12. Соблюдение правил техники безопасности.		
13. Практика работы с офисной техникой.		
14. Работа со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства.		
15. Практика работы с туристской документацией и отчетностью		
Всего (ПМ.03)	317	

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 учебного кабинета турагентской и туроператорской деятельности.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя. Маркерная доска.

Учебно-наглядные пособия: нормативные документы, комплекс учебно-наглядных и методических пособий, стенды, плакаты, портреты выдающихся деятелей, карты, DVD-диски.

Технические средства, специальное лабораторное оборудование: ноутбуки с выходом в Интернет (лицензионное программное обеспечение: 7 zip, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013), аудиоколонки, переносной проектор, переносной МФУ (принтер, сканер, копир), переносной шредер, брошюровщик, ламинатор, обрезчик углов роликотый. Электронные ресурсы в среде интернет – справочно-правовая система: Консультант Плюс, Гарант, 1С: Предприятие

4.2. Информационное обеспечение

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Нормативно-правовая документация

1. Федеральный закон № 132-ФЗ от 24.11. 1996 года «Об основах туристской деятельности в РФ».
2. Федеральный закон № 2300-1 «О защите прав потребителей».
3. Федеральный закон N 38-ФЗ от 13.03. 2006 года «О рекламе».
4. Постановление Правительства РФ «Правила оказания услуг по реализации туристского продукта».
5. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг.
6. ГОСТ Р 50644-2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.
7. ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования.

Основные источники:

1. Быстров С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. - М: ИНФРА-М, 2020. - 375 с. // URL: <https://znanium.com/catalog/product/1087784>
2. Восколович Н. А. Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. - 3-е изд., перераб. и доп. - М: Юрайт, 2020. - 191 с. // URL: <https://urait.ru/bcode/456726>
3. Рассохина Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. - 2-е изд. - М: Юрайт, 2020. - 210 с. // URL: <https://urait.ru/bcode/448693>
4. Шубаева В. Г. Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. - 2-е изд., испр. и доп. - М: Юрайт, 2020. - 120 с. // URL: <https://urait.ru/bcode/456729>

Дополнительные источники:

1. Абабков Ю. Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова; под ред. Е. И. Богданова. - М: ИНФРА-М, 2020. - 214 с. // URL: <https://znanium.com/catalog/product/1072121>
2. Гончарова Л. М. Рекламная коммуникация сферы туризма: монография / Л.М. Гончарова. - М: ИНФРА-М, 2020. - 158 с. // URL: <https://znanium.com/catalog/product/1080404>
3. Джанджугазова Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А.

- Джанджугазова. - 3-е изд., испр. и доп. - М: Юрайт, 2020. - 208 с. // URL: <https://urait.ru/bcode/456727>
4. Долженко Г. П. Туризмведение: Монография / Долженко Г.П., Ивлиева О.В. - Ростов-на-Дону: Издательство ЮФУ, 2014. - 168 с. // URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/552120>
 5. Емелин С. В. Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. - М: Юрайт, 2020. - 472 с. // URL: <https://urait.ru/bcode/466298>
 6. Муртузалиева Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. - М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 166 с. // URL: <https://znaniium.com/catalog/product/1091138>
 7. Резник Г. А. Сервисная деятельность: учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М: ИНФРА-М, 2020. - 202 с. // URL: <https://znaniium.com/catalog/product/1087821>
 8. Феденева И. Н. Организация туристской индустрии: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. - 2-е изд., перераб. и доп. - М: Юрайт, 2020. - 205 с. // URL: <https://urait.ru/bcode/455119>

Периодические издания

1. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
2. Журнал «Маркетинг»
3. Журнал «Российская торговля»
4. Журнал «Современная торговля»

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. Маркетинг тематический портал: <http://marketing.web-3.ru/>
2. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России www.russiatourism.ru
3. Портал для турагента www.turprofi.ru
4. Профессиональный туристический портал www.tourdom.ru
5. РБК Исследование рынков <http://marketing.rbc.ru>
6. Российская ассоциация маркетинга <http://marketing.rbc.ru>
7. Электронная библиотека РГГУ <https://liber.rsuh.ru/ru>
8. Электронная туристическая энциклопедия www.tonkosti.ru
9. Электронный ресурс: ЭБС «Знаниум» <http://znaniium.com>
10. Электронный ресурс: ЭБС «Юрайт» <https://urait.ru>

Обмен информацией с российскими образовательными организациями:

1. ФГБОУ ВПО «Академия гражданской защиты Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий» (соглашение о сотрудничестве и совместной деятельности от 12.09.2014 г.).
2. Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение города Москвы «Школа № 709» (договор о сетевой форме реализации образовательных программ от 01.09.2020 г.)

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебный процесс по программе подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.10 Туризм (базовая подготовка) проводится с использованием как традиционных (лекции, практические занятия и т. п.), так и инновационных (использование мультимедийных средств, интерактивное обучение, работа в сети Интернет и т. п.) форм и технологий образования.

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разборов конкретных

ситуаций, решения задач, казусов и др.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг» является выполнение и защита практических работ, предусмотренных программой модуля.

Производственная практика (по профилю специальности) должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования соответствующего профилю модуля. Прохождение стажировки не реже 1 раз в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего профессионального образования соответствующего профилю преподаваемого модуля, опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

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

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

В третьем, четвертом и пятом семестрах проводится аттестация по МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности. Так же по данному междисциплинарному курсу в пятом семестре студенты выполняют курсовую работу. В третьем и четвертом семестрах проводится аттестация по МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме.

Промежуточная аттестация по производственной практике – дифференцированный зачет.

Обучение по производственному модулю завершается экзаменом по модулю, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающихся не позднее одного календарного месяца до начала сессии.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
ПК. 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	демонстрация навыков проведения маркетинговых исследований рынка туристских услуг	Аттестация, экзамен. Экспертная оценка на практическом экзамене Экспертная оценка выбранного варианта
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	демонстрация навыков формирования востребованного туристского продукта	Аттестация, экзамен. Экспертная оценка на практическом экзамене Экспертная оценка выбранного варианта
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	демонстрация навыков расчёта стоимости турпродукта	Аттестация, экзамен. Экспертная оценка на практическом экзамене Экспертная оценка выбранного варианта
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	- изложение последовательности и содержания технологии взаимодействия с турагентами по реализации и продвижения турпродукта; - демонстрация навыков	Аттестация, экзамен. Экспертная оценка на практическом экзамене Экспертная оценка выбранного варианта

	составления обоснованного плана продвижения туристских продуктов на рынок	
--	---	--

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 результатов подготовки	Формы и методы контроля
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	демонстрация интереса к будущей профессии	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.
ОК.2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- обоснования выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области бронирования; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в процессе профессиональной деятельности	демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	проявление ответственности за работу подчинённых, результат выполнения заданий	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.