

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РСО-АЛАНИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТОРГОВО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

профессионального модуля

ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг

для специальности СПО (ППССЗ)

43.02.10 Туризм

базовая подготовка

Форма обучения: очная

Владикавказ
2022

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

Предметно-цикловой комиссией
экономических дисциплин,
дисциплин сервиса и туризма


Протокол № 10
от «05» 07 2022 г.

Председатель ПЦК


Э.А. Кубалова


УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по УВР



И.М. Дзуцева
«05» 07 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Методист


З.А. Дзантиева
«05» 07 2022 г.

Заведующий практикой


С.А. Маргиева
«5» июль 2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 мая 2014 г. N 474.

Разработчики: преподаватели специальных дисциплин Кубалова Эльвира Алимбековна, Цаболова Залина Измаиловна.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	18
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	23

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм, укрупненной группы 43.00.00 Сервиса и туризма, 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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в рамках специальности 43.02.10 Туризм, и при разработке программ дополнительного профессионального образования, повышения квалификации и переподготовки кадров в сфере туризма.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями, студент, 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;

В результате освоения дисциплины студент должен **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;

В результате освоения дисциплины студент должен **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.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего **-420** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки студента **-312** часов, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки студента **-208** часов; самостоятельной работы студента - **104** часа; учебной и производственной практики – **108** часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение студентами 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, 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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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
ЛР 1.	Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР 2.	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.
ЛР 6.	Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.
ЛР 12.	Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания
ЛР 14.	Стрессоустойчивость, коммуникабельность.
ЛР 16.	Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля 03 «Предоставление туроператорских услуг»

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка студента			Самостоятельная работа студента	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		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	177	118	60	20	59		
ПК 3.1, ПК 3.4	МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме	135	90	46		45		
	Учебная практика	36					36	
	Производственная практика, (по профилю специальности)	36						72
	ВСЕГО:	384	208	92	20	104	36	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ03 «Предоставление туроператорских услуг»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа студентов	Объем часов	Уровень освоения
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности		118	
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Введение в основы туроператорской деятельности. Основные понятия. Разновидности туроператорских фирм. Функции туроператоров. 2. Жизненный цикл турпродукта. Основные этапы его создания. 3. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. 4. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста. <p>Практические занятия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение стадий жизненного цикла турпродукта. 2. Анализ этапов развития турпродукта в современной практике туризма. 3. Изучение законодательной базы туризма. 4. Составление и анализ документации туроператорской фирмы 	<p>8</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>12</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p>1,2</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>2</p>

	5. Права и обязанности туроператора. Решение ситуационных задач по теме.	2	
	6. Права и обязанности туриста. Решение ситуационных задач по теме.	2	
Тема 1.2. Технология разработки туристского продукта	Содержание	8	
	1. Особенности и основные потребительские свойства туристского продукта	2	1,2
	2. Классификация турпродукта по географическим направлениям и по основному виду используемого транспортного средства	2	2
	3. Классификация турпродукта по целям путешествия, продолжительности тура и по специфике комплектации турпродукта	2	1,3
	4. Этапы создания турпродукта	2	3
	Практические занятия	16	
	1. Планирование и составление программ турпоездок.	2	
	2. Определение наиболее оптимальных маршрутов	2	
	3. Организация транспортного обслуживания туристов	2	
	4. Составление программы туров для российских клиентов.	2	
	5. Составление программы туров для зарубежных клиентов.	2	
6. Составление турпакетов с использованием иностранного языка.	2		
7. Планирование себестоимости проектируемого турпродукта.	2		
8. Расчет стоимости тура.	2		
Тема 1.3 Изучение и анализ туристских ресурсов для выбора туристской дестинации	Содержание	6	
	1. Понятие о туристских ресурсах. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации	2	1,2

	2.	Использование природно-климатических ресурсов в создании турпродукта	2	2
	3.	Использование историко-культурных достопримечательностей и инфраструктурных ресурсов для создания турпродукта	2	2,3
	Практические занятия		8	
	1.	Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации. Решение ситуационных задач.	2	
	2.	Составление турпакетов с использованием природно-климатических ресурсов. Решение ситуационных задач по теме.	2	
	3.	Составление турпакетов с использованием историко-культурных достопримечательностей. Решение ситуационных задач по теме.	2	
	4.	Изучение и составление турпродукта с использованием инфраструктурных ресурсов.	2	
Тема 1.4. Туристские формальности	Содержание		6	
	1.	Паспортно-визовые формальности и ограничения. Организация консульского обслуживания в процессе подготовки тура.	2	1,2
	2.	Пограничные и таможенные формальности.	2	2,3
	3.	Порядок ввоза и вывоза различных товаров, животных.	2	2,3
	Практические занятия		6	
	1.	Особенности оформления заграничных паспортов гражданами Российской Федерации.	2	
	2.	Изучение порядка ввоза и вывоза различных товаров.	2	
3.	Изучение порядка ввоза и вывоза денежной валюты и животных.	2		

Тема 1.5. Организация страхования в туроператорской деятельности	Содержание		6	
	1.	Виды и функции страхования, применяемые в туризме	2	1,2
	2.	Страхование туриста и его имущества. Медицинское страхование в туроператорской деятельности. Страхование иностранных туристов.	2	2
	3.	Страхование рисков туристских фирм. Финансовые гарантии туроператора. Страхование от невозможности совершить туристскую поездку.	2	2,3
	Практические занятия		8	
	1.	Порядок заключения договоров обязательного и добровольного страхования	2	
	2.	Изучение и анализ действий страхователя при наступлении страхового случая. Решение ситуационных задач.	2	
	3.	Изучение программ страхования от финансовых потерь.	2	
	4.	Расчет выплат при страховке от невыезда с франшизой и без неё.	2	
	Тема 1.6. Оптимизация предоставления туруслуг	Содержание		4
1.		Профессиональная этика работников туроператорской компании. Качество обслуживания в туризме. Использование информационных технологий в туроператорской деятельности.	2	1,2
2.		Вопросы безопасности в туризме.	2	2,3
Практические занятия		10		
1.		Мониторинг предложений туроператоров	2	
2.		Работа с каталогами туристических фирм	2	
3.		Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними.	2	
4.		Анализ проблем, возникающих во время тура. Меры устранения	2	

	проблем. Решение ситуационных задач.		
5.	Анализ опасных ситуаций, возможных во время тура. Вопросы безопасности в туризме. Решение ситуационных задач.	2	
<p>Примерная тематика курсовых работ (проектов)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности планирования турпродукта для выездного туризма. 2. Особенности планирования турпродукта для внутреннего туризма. 3. Особенности планирования турпродукта для въездного туризма. 4. Визовые формальности стран Шенгенского соглашения. 5. Особенности рекламы туристского продукта. 6. Анализ деятельности ведущего международного туроператора на примере конкретной компании. 7. Анализ популярных туристских направлений отдыха россиян (на примере конкретной страны). 8. Особенности и технология разработки экстремального туристского маршрута (по РСО-Алания) 9. Особенности и технология разработки событийного тура (по РСО-Алания). 10. Особенности и технология разработки экологического тура (по РСО-Алания). 11. Автобусные туры: маршруты и особенности программ. 12. Анализ основных направлений детского отдыха за рубежом. 13. Методы стимулирования потребителей туристского продукта. 14. Показатели качества туристского обслуживания. 15. Формирование сбытовой сети туроператора. 16. Методы создания привлекательного туристского продукта. 17. Особенности проектирования турпродукта. 18. Организационная структура и имидж туристской фирмы. 19. Обеспечение безопасности в туризме. 20. Анализ системы страхования туристов в России. 21. Роль выставочной деятельности в туризме. 			

22. Каталог туроператора, как основной носитель информации для продвижения турпродукта.		
23. Туристские формальности.		
24. Оптимизация предоставления туруслуг.		
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)	20	
Самостоятельная работа при изучении МДК.03.01. - Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров. - Мониторинг предложений туроператоров. - Анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг. - Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы - Сбор и анализ информации в информационных источниках, таких как каталоги, ценовые предложения. - Изучение и анализ основных и сопутствующих услуг - Составление программ обслуживания для различных категорий туристов - Выявление и анализ сведений, подлежащих указанию в таможенной декларации - Сравнительная характеристика поощрения покупок Taxfree и dutyfree. - Изучение сведений, содержащихся в таможенном кодексе. - Анализ публикаций в периодических туристских изданиях и материалах учебных пособий по вопросам эпидемиологической безопасности. - Изучение инструктажа по эпидемиологической безопасности туристов - Сбор документов на оформление визы - Оформление рабочего места менеджера турфирмы - Закрепление навыков делового общения посредством деловых игр. - Разбор и анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением туристских услуг на объекте.	59	

МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме		90	
Тема 2.1 Современные маркетинговые технологии	Содержание	8	
	1. Сущность и содержание маркетинга в туризме.	2	1, 2
	2. Уровни и координация маркетинга в туризме.	2	2, 3
	3. Маркетинг туризма на национальном уровне.	2	2
	4. Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии.	2	2
	Практические занятия	6	
	1. Анализ внешней и внутренней среды предприятия	4	
2. Позicionирование продукции на конкурентном рынке	2		
Тема 2.2. Технология маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Содержание	10	
	1. Содержание, направления и методы маркетинговых исследований в туризме. Классификация маркетинговых исследований	2	1,2
	2. Этапы разработки и реализации маркетинговых исследований	2	2
	3. Маркетинговые исследования рынка туризма	2	2, 3
	4. Маркетинговые исследования потребителей	2	3
	5. Маркетинговые исследования турпродукта	2	3
	Практические занятия	18	
	1. Проведение STEP-анализа и SWOT-анализа туристской организации.	4	
	2. Разработка плана и организация маркетингового исследования для создания нового продукта.	4	
	3. Анализ туристского спроса и факторов, влияющих на него. Графический анализ данных о спросе на туристские услуги.	6	
4. Разработка материалов для проведения маркетингового	4		

		исследования		
Тема 2.3. Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта	Содержание		12	
	1.	Формирование маркетинговой стратегии и определение целевого рынка	2	1,2
	2.	Технологии партизанского и вирусного маркетинга	2	2, 3
	3.	Технология бренда. Ребрендинг	2	2
	4.	Маркетинговые интернет технологии	2	3
	5.	Прямой маркетинг	2	1,2
	6.	Технология выставочной деятельности предприятия	2	2
	Практические занятия		10	
	1.	Формирование маркетинговой стратегии и разработка комплекса маркетинга (решение ситуационных задач)	2	
	2.	Проведение сегментации по искомым выгодам рынков для различных турпродуктов	2	
	3.	Построение карты восприятия для различных туроператоров	2	
4.	Разработка стратегии ценообразования на туристский продукт	4		
Тема 2.4. Взаимодействие с субъектами рынка по реализации и продвижению туристского продукта.	Содержание		8	
	1.	Организация маркетинга на туристском предприятии и Коммуникационная политика турфирмы	2	1,2
	2.	Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций	2	2, 3
	3.	Фирменный стиль туристского предприятия	2	3
	4.	Система маркетингового контроля	2	3
	Практические занятия		8	
	1.	Разработка программы продвижения турпродукта, разработкарекламной кампании	4	
	2.	Формирование содержания рекламных продуктов.	2	
	3.	Разработка фирменного стиля организации в туиндустрии.	2	

Тема 2.5. Маркетинг в различных областях туризма	Содержание		6	
	1.	Маркетинг в области международного туризма	2	1,2
	2.	Маркетинг регионов и туристских центров	2	2
	3.	Маркетинг гостиниц, ресторанов, транспортных организаций	2	2
	Практические занятия		4	
	1.	Изучение и анализ маркетинга в области международного туризма. Решение ситуационных задач.	2	
	2.	Анализ маркетинга гостиниц, ресторанов, транспортных организаций (решение ситуационных задач, тестов).	2	
Самостоятельная работа при изучении МДК.03.02.			45	
<ul style="list-style-type: none"> - Маркетинговые исследования поведения индивидуальных потребителей - Жизненный цикл товара и маркетинговая политика - Каналы сбыта и их организация - Паблик рилейшнз в системе маркетинга туризма - Методы ценообразования в маркетинге туризма: сравнительный анализ - Маркетинг в сфере услуг и его особенности. - Создание презентации - Подготовка к практическим работам, оформление практических работ и подготовка к их защите - Поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации - Работа с источниками информации 				
Учебная практика профессионального модуля ПМ 03 Предоставление туроператорских услуг			36	
Виды работ: <ul style="list-style-type: none"> - Отработка навыков разработки структуры плана маркетинга туристского предприятия, а также программ продвижения турпродукта, ориентированных на мотивацию потребительского спроса. 				

<ul style="list-style-type: none"> - Ознакомление с графиком работы предприятия, правилами по технике безопасности, с должностными обязанностями персонала турфирмы, а также с перечнем основных и дополнительных услуг. - Формирование навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости услуг. - Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства и овладение навыками работы с офисной техникой. Отработка навыков составления отчетных документов деятельности туристского предприятия 		
<p>Производственная практика по профилю специальности</p> <p>Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Проведение маркетингового исследования объектов туристского рынка. Выявление целевых сегментов рынка. Позиционирование туристского продукта. Исследование фирменного стиля туристского предприятия. Разработка рекламной продукции. - Планирование турпоездок, составление программ тура и турпоездок. Разработка алгоритма решения проблем, возникающих на маршруте. Соблюдение правил техники безопасности. - Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта. - Составление отчетных документов деятельности туристского предприятия. Проведение STEP-анализа и SWOT-анализа туристской организации. 	72	
Всего	420	

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 учебных кабинетов «Турагентской и туроператорской деятельности» и «Маркетинга».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

Компьютеры, проектор, экран, интерактивная доска, комплект учебно-методической документации, МФУ.

Технические средства обучения:

- АРМ преподавателя;
- мультимедийное оборудование;
- лицензионное программное обеспечение

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест: Компьютер, ноутбук, веб-камера, выход в Интернет, телефон, факс, фотопринтер, цветной ксерокс, сканер, брошюровщик, шредер, музыкальный центр, цифровой фотоаппарат, видеокамера, калькулятор, ламинатор.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Н.Л. Любавина, Л.А. Короленко, Т.А. Нечаева Технология и организация туроператорской деятельности. – М.: Издательский центр «Академия», 2016, 288 с.

2. В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. Технология создания турпродукта: пакетные туры: учебно-методическое пособие. - М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М. – 2015, 467 с.
3. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве: учеб. Пособие. - М.: Финансы и статистика, 2017, 276 с.
4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. - М.: Новое знание, 2017, 287 с.

Дополнительные источники:

1. А.Б. Косолапов. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие.(Среднее профессиональное образование) - М.:КНОРУС, 2017, 244 с.
2. М.В. Биржаков И.В. Никифоров. Документооборот туристского предприятия: учебное пособие. - СПб.: Издательский дом ГЕРДА, 2016, 345с.
3. Безрутенко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К'», 2015, 321 с.
4. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. СПб.:Питер, 2018, 198 с.
5. Сарафанова Е.В., Яцук А.В. Маркетинг в туризме: учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2015, 364 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2017, 244 с.
7. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетин. Гостеприимство и туризм. М.: ЮНИТИ, 2017, 431 с.
8. Мак-Дональд М. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство к маркетинговому планированию. - М.: Эксмо, 2018, 377 с.

Интернет-ресурсы:

- www.turprofi.ru Портал для турагента
- www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
- www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия

- www.rus-siatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

Федеральные законы

- "Об основах туристской деятельности", ФЗ-132 от 24.11.96 с изменениями и дополнениями.
- "О защите прав потребителей", ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями.
- "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара" от 23.09.92.
- "Об информации, информатизации и защите информации", ФЗ-24 от 20.02.95.
- "О рекламе", ФЗ-108 от 18.07.95.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При освоении профессионального модуля в целях реализации компетентностного подхода, предусматривается использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов, деловых и ролевых игр, индивидуальных и групповых проектов, анализа производственных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

В целях развития личности, достижения результатов при освоении программы профессионального модуля в части развития общих компетенций, студенты могут участвовать в развитии студенческого самоуправления, работе творческих коллективов, общественных организаций, спортивных и творческих клубов.

Практика является обязательным разделом данного модуля. При реализации программы профессионального модуля предусматривается учебная практика, практика по профилю специальности, которая реализуется в рамках изучения модуля после его освоения. Учебная практика составляет 36 час. Практика по профилю специальности составляет 34 часа. Производственная практика проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки студентов.

Аттестация по итогам изучения профессионального модуля проводится с учетом результатов производственной практики, подтвержденных документами соответствующих организаций.

Консультации для студентов предусматриваются в период изучения модуля в объеме, предусмотренном учебным планом образовательного учреждения.

Освоение модуля базируется на изучении модуля «Технология организации турагентской деятельности» и дисциплин «Информационные и коммуникационные технологии в туризме», «Основы права», «Основы бухгалтерского учета». Программа модуля тесно связана с профессиональным модулем «Предоставление турагентских услуг», «Предоставление услуг по сопровождению туристов».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): реализация основной профессиональной образовательной программы по профессии среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы

является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение студентом профессионального цикла, эти преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: реализация основной профессиональной образовательной программы по специальностям среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение студентом профессионального цикла, эти преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПК 3.1.Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований; - качество организации и проведения сбора данных; - качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований. 	<p>Оценка выполненной практической работы; оценка выполненного тестового задания; оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы.</p>
<p>ПК 3.2.Формировать туристский продукт.</p>	<p>Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий.</p>	<p>Оценка выполненной практической работы; оценка выполненного тестового задания; оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы;</p>
<p>ПК 3.3.Рассчитывать стоимость туристского продукта.</p>	<p>Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта.</p>	<p>Оценка выполненной практической работы; оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы;</p>
<p>ПК 3.4.Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.</p>	<p>Эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта. Подготовка электронной презентации тура.</p> <ul style="list-style-type: none"> -разработка качественного рекламного продукта; -оценка эффективности программы продвижения турпродукта; -разработка фирменного стиля туристской фирмы. 	<p>Оценка выполненной практической работы; оценка выполненного тестового задания; оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы;</p>

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у студентов не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии. Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы.
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, итоговой производственной практике.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие со студентами, преподавателями в ходе обучения.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Развитие самоменеджмента студента. Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Планирование студентами повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы.