



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Байкальский государственный университет»  
Колледж Байкальского государственного университета

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
д.э.н., доцент Бубнов В. А.

  
  
25.06.2021 г.

## **Рабочая программа**

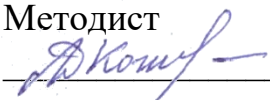
Профессиональный модуль 03 **Предоставление туроператорских услуг**  
Специальность 43.02.10 Туризм  
Базовая подготовка

Иркутск 2021

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм базовой подготовки.

Согласовано:

Методист

 А. Д. Кожевникова

Разработали преподаватели

О.П. Казачкова

Н.Э. Старухина

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....</b>	<b>4</b>
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....</b>	<b>8</b>
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....</b>	<b>9</b>
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....</b>	<b>35</b>
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) .....</b>	<b>39</b>

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»

## 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10, **Туризм**, 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 дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке в области туристских услуг на базе среднего (полного) общего образования.

## 1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

**Целью** овладения ПМ.03 является освоение теоретических знаний в области формирования, продвижения и реализации туристского продукта, организации комплексного туристского обслуживания, приобретение умений их применять в профессиональной деятельности и формирование необходимых компетенций.

### **Задачи профессионального модуля:**

- изучение основ туроператорской деятельности;
- понимание сущности туроператорской деятельности, основных задач и принципов работы;
- возможностей практического использования теоретических знаний при организации деятельности.

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

### **иметь практический опыт:**

- проведение маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездок;
- составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;

- планирования рекламной кампании;
- проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;

**уметь:**

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

**знать:**

- 1) виды рекламного продукта;
- 2) правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- 3) способы обработки статистических данных;
- 4) методы работы с базами данных;
- 5) методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- 6) планирование программ турпоездок;

- 7) основные правила и методику оставления программ туров;
- 8) правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- 9) способы устранения проблем, возникших во время тура;
- 10) методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- 11) методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- 12) методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- 13) основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- 14) правила бронирования туруслуг;
- 15) методику организации рекламных туров;
- 16) правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- 17) основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- 18) технику проведения рекламной кампании;
- 19) методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- 20) техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- 21) специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

Освоение модуля способствует освоению **общих компетенций**:

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.

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего часов – 522, в том числе:

максимальная учебная нагрузка	306 часов;
обязательная аудиторная	204 часа;
Лекции	102 часа;
Практические занятия	85 часов;
СРС	102 часа;
Курсовое проектирование	17 часов;
Учебная практика	216 часов.
Квалификационный экзамен 4 семестр.	

### **1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля (заочное отделение):**

всего часов – 522, в том числе:

максимальная учебная нагрузка	306 часов;
обязательная аудиторная	58 часов;
Лекции	52 часа;
Практические занятия	- часа;
СРС	248 часа;
Курсовое проектирование	6 часов;
Учебная практика	216 часов.
Квалификационный экзамен 4 семестр.	

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности, 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 СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды 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
			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
ПК 3.1. – 3.4.	МДК. 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	198	136	51	17	62	17	-	
ПК 3.1. – 3.4.	МДК. 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	108	68	34		40		-	
ПК 3.1. – 3.4.	Учебная практика, часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)	216						216	
	<b>Всего:</b>	<b>522</b>	<b>204</b>	<b>85</b>	<b>17</b>	<b>102</b>		<b>216</b>	

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Коды компетенций
1	2	3	4
ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг			
	<b>МДК. 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности</b>	<b>136/68/51/17/62</b>	
<b>Раздел 1. Туроператор – как основной субъект туристского рынка</b>		<b>23</b>	
<b>Тема 1.1. Понятие туристской деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. Содержание дисциплины, цели и задачи ее изучения, связь с другими дисциплинами. Место дисциплины в будущей профессиональной деятельности студентов. Понятие туризма и его классификация. Развитие и регулирование тур. деятельности на мировом уровне и в России	2	ОК 1, 4, 6;
	<b>Практические занятия № 1:</b> Виды туризма и особенности турпродуктов. Факторы развития туроперейтинга	2	ОК 1, 4, 5, 6; ПК 3.1
	<b>Самостоятельная работа:</b> Подготовка докладов по теме «Характеристика основных видов туризма и география их распространения»	4	
<b>Тема 1.2. Основы туроператорской деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 2. Понятие, функции и классификация туроператоров. Классификация туроператоров по профилю работы. Преимущества и недостатки в работе разных видов туроператоров. Современный рынок и география туроперейтинга.	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1
	<b>Практические занятия № 2:</b> Работа по проекту: представление вида создаваемого туроператора и профиля его работы. Выступление с докладами «Характеристика основных видов туризма и география их распространения»	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1
	<b>Самостоятельная работа:</b> Сбор информации о крупных туроператорах региона для практического занятия. Организационно-правовые формы и виды туристских предприятий.	3	

	<b>Содержание учебного материала:</b> 3. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельностью. Права и обязанности Туроператора, турагента и туриста. 4. Документация туроператорской организации. Ведение туристской отчетности.	2 2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1
	<b>Практические занятия № 3:</b> Разработка учредительных документов, регистрация и оформление фирмы	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: выбор вида туроператора и профиля работы с обоснованием своего выбора	2	
<b>Раздел 2. Туристский продукт как результат деятельности туроператора</b>		<b>16</b>	
<b>Тема 2.1</b> Турпродукт как комплекс туристских услуг	<b>Содержание учебного материала:</b> 5. Понятие туристской услуги, виды туристских услуг. Три «Н» туристкой услуги. Основные, дополнительные и сопутствующие услуги. Понятие туристского продукта. Структура и уровни туристского продукта. 6. Требования к туристскому продукту. Условия создания оптимального тура	2 2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1
	<b>Практические занятия № 4:</b> Составление анализа оптимального обслуживания туристов во время путешествия Проведение деловой игры «Способы устранения проблем, возникающие во время тура»	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Процесс разработки, определения категории тура исходя из уровня обслуживания туристов на маршруте	3	
	<b>Тема 2.2</b> Понятие тура	<b>Содержание учебного материала:</b> 7. Тур и виды туров: инклюзив и заказной тур, групповые и индивидуальные туры. Классы обслуживания в туризме. Проектирование туров с учетом с учетом различных социально-психологических характеристик туристов	2
	<b>Практические занятия № 5:</b> Составление программ обслуживания для различных категорий туристов. Условия создания оптимального тура (деловая игра).	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг и оценка их деятельности	3	
<b>Раздел 3. Разработка туров как основа деятельности туроператора</b>		<b>39</b>	

<b>Тема 3.1</b> Маркетинговые исследования туристского продукта	<b>Содержание учебного материала:</b> 8. Проведение маркетинговых исследований конкурентов, туристского продукта, выбранного географического направления. Понятие туристского потенциала страны.	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Практические занятия № 6:</b> Перспективные направления развития туризма в России и за рубежом. Выбор перспективного вида и направления туров. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов рынка и позиционирование турпродуктов на рынке. Маркетинговая среда.	2	ОК 1, 4, 5, 6, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: проведение анализа деятельности туристских фирм по выбранному направлению и их туристских продуктов.	4	
<b>Тема 3.2</b> Основы проектирования туристского продукта	<b>Содержание учебного материала:</b> 9. Основы и нормативно-правовая база проектирования туристского продукта. Основные этапы разработки тура. 10. Основные правила и методика разработки тура.	2 2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Практические занятия № 7:</b> Проведение деловой игры: «Бронирование тура для иностранных туристов»	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Процесс разработки, определения категории тура исходя из уровня обслуживания туристов на маршруте	3	
	<b>Тема 3.3</b> Разработка программы туристского обслуживания	<b>Содержание учебного материала:</b> 11. Понятие маршрута, виды маршрута, требования к составлению маршрута. 12. Понятие и виды программы обслуживания. Требования к составлению программы обслуживания для разных видов туров. Понятие оптимальной программы обслуживания.	2 2
<b>Практические занятия №8:</b> Решение ситуационных задач (из совокупности предложенных услуг составить программы разных туров по заданным параметрам, исправить ошибки в программах разных видов туров)		2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1, 3.2
<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: разработка программы обслуживания согласно выбранному направлению и виду тура.		4	
		<b>Содержание учебного материала:</b>	

<b>Тема 3.4</b> Оформление туристской документации	13. Технологическая документация тура. Туристская путевка. Порядок оформления туристской путевки. Документация обслуживания. Туристский ваучер. Требования к оформлению различных документов (туристская путевка, информационный листок, страховой полис и др.).	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1, 3.2
	14. Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператоров. Виды страхования в туризме. Страхование туристов, выезжающих за рубеж. Страхование на внутреннем и въездном туристском рынке. Оформление страховых полисов для туристов. Паспортно-визовые формальности. Особенности оформления виз в некоторые страны. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам.	2	
	<b>Практические занятия №9, №10:</b> Работа по проекту: Презентация программы обслуживания своего тура	5	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: подготовка документов по разработанному туру	3	
<b>Раздел 4. Договорные отношения в туроперейтинге</b>		<b>48</b>	
<b>Тема 4.1</b> Характеристика туристского договора и требования к его составлению	<b>Содержание учебного материала:</b> 15. Понятие договора, требования к его составлению. Понятие и виды поставщиков туристских услуг. Требования к выбору поставщиков услуг.	2	ОК 1, 4, 5, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Практические занятия № 11:</b> Оформление документов к разработанному туру (тур. путевка, информационный листок, ваучер, страховой полис). Оформление документов для консульств, оформление виз.	2	ОК 1, 4, 5, 9; ПК 3.1, 3.2
	16. Составление договора о туристском обслуживании. Составление договора между инициативным и рецептивным туроператором. Составление типовых договоров между туроператором и предприятиями туристской индустрии	2	ОК 1, 4, 5, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Практические занятия № 12:</b> Составление типовых договоров с поставщиками услуг	2	ОК 1, 2, 4, 5, 6, 8; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: выбор необходимых поставщиков по разработанному туру с обоснованием своего выбора. Выполнение доклада и /или мультимедийной презентации по выбору	4	

<b>Тема 4.2</b> Особенности работы туроператора с предприятиями размещения	<b>Содержание учебного материала:</b> 17. Классификация средств размещения и особенности их работы. Системы классификации гостиниц. Современные тенденции развития индустрии гостеприимства в мире. 18. Схемы работы туроператора со средствами размещения. Аренда отеля. Покупка блока мест на условиях комитмента и элонтмента. Работа на условиях безотзывного бронирования, повышенной комиссии, приоритетное бронирование. Заключение договора между туроператором и предприятием размещения.	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 8; ПК 3.1, 3.2
	<b>Практические занятия № 13:</b> Составление договора с гостиничным предприятием	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Типология средств размещения. Составить таблицу категорийности гостиниц (буквы, звезды, короны, ключи) по странам. Работа по проекту: выбор схемы работы с предприятиями размещения и подготовка договора	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 8; ПК 3.1, 3.2
<b>Тема 4.3</b> Особенности работы туроператора с предприятиями питания	<b>Содержание учебного материала:</b> 19. Технологическая инфраструктура питания туристов. Классификация предприятий питания и особенности их работы. Основные формы обслуживания. Схемы работы туроператора с предприятиями питания. Заключение договора между туроператором и предприятием питания.	2	ОК 2, 6, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Практические занятия № 14:</b> Работа по проекту: схемы работы с предприятиями размещения и питания, заключение договоров с выбранными предприятиями питания	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Предприятия общественного питания. Составить таблицу предприятий общественного питания. Работа по проекту: выбор схемы работы с предприятиями питания и подготовка договора.	3	

<b>Тема 4.4</b> Особенности работы туроператора с транспортными компаниями	<b>Содержание учебного материала:</b> 20. Схемы работы туроператора с авиакомпаниями. Понятие регулярных и чартерных рейсов. Виды чартерных рейсов. Агентское соглашение с авиакомпанией. Обслуживание туристов на железнодорожном транспорте Схемы работы туроператора с предприятиями железнодорожного транспорта.	2	ОК 2, 6, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	21. Технология организации перевозки туристов автотранспортом. Автобусные туры. Перевозка туристов водным транспортом. Схемы работы туроператора с предприятиями водного транспорта. Заключение договоров с транспортными компаниями	2	
	<b>Практические занятия № 15:</b> Деловая игра «Договорные отношения туроператора с партнерами».	2	
	<b>Практические занятия № 16:</b> Особенности работы туроператора с поставщиками услуг – решение ситуационных задач	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Составить памятку пассажира авиатранспорта, автотранспорта. Работа по проекту: выбор схемы работы с транспортными компаниями и подготовка договора	3	
<b>Тема 4.5</b> Особенности работы туроператора с экскурсионными и анимационными компаниями	<b>Содержание учебного материала:</b> 22. Понятие и виды экскурсий. Договорные отношения туроператора с экскурсионными организациями и музеями.	2	ОК 2, 6, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	23. Индустрия развлечений и анимации. Понятие и виды анимационной деятельности. Договорные отношения туроператора с анимационными компаниями и культурно-досуговыми центрами.	2	
	<b>Практические занятия № 17:</b> Составление экскурсионных программ по разным видам туров.	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Составить памятку для туриста, выезжающего в жаркие страны. Работа по проекту: подготовка договора с экскурсионной и анимационной компаниями	4	
<b>Раздел 5. Особенности ценообразования в туроперейтинге</b>		<b>20</b>	
<b>Тема 5.1</b> Себестоимость туристского продукта	<b>Содержание учебного материала:</b> 24. Понятие издержек туристской фирмы и их классификация. Расчет стоимости проживания, питания, перевозки и экскурсионных услуг.	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8; ПК 3.3
	25. Понятие себестоимости. Расчет себестоимости тура	2	

	<b>Практические занятия № 18:</b> Расчет себестоимости тура по заданным параметрам	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.3
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Работа по проекту: рассчитать себестоимость разрабатываемого тура	4	
<b>Тема 5.2</b> Расчет окончательной цены турпродукта	<b>Содержание учебного материала:</b> 26. Понятие цены. Цели и методы ценообразования. Расчет цены тура. Понятие прибыли, виды прибыли. Понятие рентабельности тура 27. Расчет окончательной цены тура	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8; ПК 3.3
		2	
	<b>Практические занятия №19:</b> Рассчитать цену туров по заданным параметрам. Расчет прибыли. Рентабельность тура.	2	ОК 2, 4, 5, 8, 9; ПК 3.3
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке. Работа по проекту: рассчитать цену разработанного тура и прибыль	4	
<b>Раздел 6. Технология продвижения туристского продукта</b>		<b>35</b>	
<b>Тема 6.1</b> Особенности работы туроператора с турагентами	<b>Содержание учебного материала:</b> 28. Процедура поиска и выбора агентов. Организация деятельности с турагентствами по реализации турпродукта. Правовые основы взаимодействия туроператоров и турагентов. Агентское соглашение 29. Формирование сбытовой сети. Внешние и внутренние каналы сбыта. Формирование агентских сетей и способы стимулирования их активности.	2	ОК 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.2, 3.4
		2	
	<b>Практические занятия №20:</b> Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.2, 3.4
<b>Тема 6.2</b> Туристская реклама	<b>Содержание учебного материала:</b> 30. Понятие рекламы и ее классификация. Преимущества и недостатки каждого вида рекламы. Основные требования разработки эффективной рекламы.	2	ОК 1, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
	<b>Практические занятия № 21:</b> Деловая игра «Особенности продвижения туристского продукта»	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: подготовка рекламных материалов к разработанному туру	2	
<b>Тема 6.3</b>	<b>Содержание учебного материала:</b>	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4



Интернет-технологии в продвижении турпродукта туроператора	31. Особенности интернет-технологий в продвижении турпродукта. Понятие продвижения туристского продукта. Методы продвижения. Виды интернет-рекламы. 32. Знакомство с системами online бронирования с применением информационных технологий. Сайт туристской компании. Достоинства и недостатки.	2	
	<b>Практические занятия № 22:</b> Подготовка компьютерной презентации программы тура для выставки Информационный каталог туроператора	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
<b>Тема 6.4</b> Особенности выставочной деятельности туроператора	<b>Содержание учебного материала:</b> 33. Понятие выставки и ее основные виды. Правила подготовки туроператора к участию в выставке. Основные этапы выставочной деятельности туроператора.	2	ОК 1, 2, 9; ПК 3.1, 3.4
	<b>Практические занятия № 23:</b> Работа по проекту: презентация созданных компаний и разработанных туров	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: подготовка презентаций созданных компаний и разработанных туров	4	
<b>Тема 6.5</b> Социально-психологические особенности туристской деятельности.	<b>Содержание учебного материала:</b> 34. Профессиональная этика работников туристского бизнеса. Управление конфликтами в туризме. Виды конфликтов. Причины возникновения конфликтных ситуаций в туризме. Обеспечение качества услуг в системе разрешения конфликтов. Формы и стили обслуживания клиентов турфирмы.	2	ОК 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
	<b>Практические занятия № 24:</b> Профессиональные стандарты для туризма. Квалификационные требования, предъявляемые к должности менеджера туроперейтинга. Качество обслуживания и способы регулирования в туризме.	2	ОК 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
	<b>Практические занятия № 25:</b> Проверочная итоговая работа	2	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.3, 3.4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Подготовка проектов к защите, подготовка презентаций	3	
<b>Примерная тематика курсовой работы (проекта):</b> 1. Разработка конкретного вида тура в конкретную страну, регион России: 1.1 Разработка пляжного тура 1.2 Разработка лечебно-оздоровительного тура 1.3 Разработка экскурсионного тура 1.4 Разработка этнографического тура		<b>17</b>	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.3, 3.4

1.5 Разработка образовательного тура 1.6 Разработка романтического тура 1.7 Разработка делового тура 1.8 Разработка религиозного тура 1.9. Разработка активного (спортивного) тура 1.10. Разработка событийного тура 2. Состояние и перспективы развития индустрии туризма в Иркутской области 3. Экологический туризм. Перспективы развития в Байкальском регионе 4. Продвижение туристского продукта (на конкретном примере) 5. Проблемы и перспективы развития въездного туризма в Российской Федерации 6. Проблемы и перспективы развития выездного туризма в Российской Федерации 7. Формирование турпродукта в Иркутском регионе, с целью развития въездного туризма 8. Влияние туризма на природную и культурную среду дестинации (на конкретном примере) 9. Экологические особенности рекреационного использования территорий 10. Взаимоотношения туроператора с поставщиками основных туристских услуг (на конкретном примере) 11. Анимационное обслуживание туристов в зарубежных дестинациях и на курортах России 12. Методы оценки экономической эффективности турпродукта 13. Опыт создания и развития туроператорского предприятия (на конкретном примере) 14. Опыт создания и развития турагентского предприятия (на конкретном примере) 15. Динамика и перспективы развития рынка туристских услуг (на примере конкретного региона) 16. Стимулирование потребительского спроса в туристской отрасли 17. Новые виды туризма в посткризисный период 18. Оценка качества туристского продукта (на конкретном примере) 19. Специфика организации рекламных туров 20. Международный туризм в условиях современного рынка: особенности и тенденции развития (на конкретном примере). 21. Способы рекламы туристского продукта (на конкретном примере) 22. Разработка инклюзив-тура инициативного туроператора			
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом)		30	
<b>Всего:</b>		<b>198</b>	
<b>МДК. 03.02. Маркетинговые технологии в туризме</b>		<b>68/34/34/40</b>	
<b>Тема 1.</b> Исходные идеи маркетинга	<b>Содержание</b> 1. Понятия маркетинга, исходные идеи: нужда, потребность. Связь маркетинга с другими дисциплинами. Рынок. Элементы рынка. Насыщенность рынка.	2	ОК 1, 2, 4, 5, 8, 9;

Концепции развития рыночных отношений	Состояние и прогнозы развития рынка турпродуктов в России. Рыночная ситуация. 2. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций. История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость совершенствования маркетинга в современных условиях. Социально-этичный маркетинг.	2	ПК 3.1
	<b>Самостоятельная работа:</b> изучение опыта применения маркетинга зарубежными и отечественными турфирмами	4	
<b>Тема 2.</b> Структура маркетинговой деятельности Классификация маркетинга	<b>Содержание</b> 3. Классический комплекс маркетинга: товар, цена, сбыт, продвижения. Структура маркетинговой деятельности: цели, задачи, функции (основные и специфические). Принципы маркетинга.	2	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	4. Классификационные признаки. Основные виды маркетинга по сфере и объекту применения, по широте охвата рынка, в зависимости от состояния спроса.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Характеристика комплекса маркетинга фирмы. Характеристика целей, задач, функций маркетинга фирмы.	4	
<b>Тема 3.</b> Сегментация потребителей туристских услуг	5. Понятие сегментации и значение ее проведения в туризме. Признаки сегментации в туризме. Классификация основных групп клиентов в туризме.	2	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: выбор сегмента потребителей по разработанному туру	6	
<b>Тема 4.</b> Объекты маркетинговой деятельности.	6. Классификация потребностей согласно пирамиде иерархии потребностей А. Маслоу, прочие способы классификации потребностей потребителей турпродукта. Виды спроса. Их характеристика.	2	ОК 1,2, 3, 4, 5,8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Практические занятия № 1,2</b> Изучение потребностей туристов Применение маркетинга в зависимости от состояния спроса. Маркетинговые стратегии.	4	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Поиск примеров «рыночных ниш» занятых теми или иными субъектами рынка.	4	

<b>Тема 5.</b> Маркетинговая среда предприятия.	7. Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы. Микросреда фирмы: понятие, субъекты, контролируемые факторы маркетинговой среды.	2	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	8. Макросреда фирмы: субъекты, виды, характеристика. Макросреда и конъюнктура рынка.	2	
	<b>Практические занятия № 3,4,5</b> Анализ окружающей среды предприятия туристической фирмы. Применение методов анализа маркетинговой среды	6	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Поиск информации о современном состоянии факторов макросреды, влияние их изменения на деятельность предпринимательских фирм.	6	
<b>Тема 6.</b> Конкурентоспособность туристского продукта и туристского предприятия	9. Понятие конкурентоспособности. Основные конкурентные преимущества туристского предприятия. Основные конкурентные стратегии туристского предприятия. Понятие и виды позиционирования туристского продукта и туристского предприятия.	2	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Практические занятия № 6,7,8:</b> Работа по проекту: Презентация конкурентных преимуществ туристских фирм	6	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: определение конкурентоспособности создаваемых фирм, проведение позиционирования фирм и разработанных туристских продуктов	4	
<b>Тема 7.</b> Средства маркетинга	10. Классификация средств маркетинга. Средства удовлетворения потребностей: виды, краткая характеристика.	2	ОК 1,2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	11. Услуга – важнейшее средство удовлетворения потребностей. Жизненный цикл услуги, требования к качеству.	2	
	<b>Практические занятия № 9,10,11</b> Особенности маркетинговой деятельности на разных этапах ЖЦУ. Ассортиментная политика фирмы.	6	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Характеристика ЖЦ услуги (по выбору студентов).	4	
<b>Тема 8.</b> Ценовая политика	12. Основные понятия: цена, политика, стратегия ценообразования. Цели, задачи, направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Факторы, влияющие на формирование цен. Стратегии ценообразования.	2	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Практические занятия № 12,13</b> Решение ситуационных задач по ценообразованию.	4	

	Сбор информации и характеристика ценовой политики предприятия.		
<b>Тема 9.</b> Маркетинговые коммуникации в сфере туризма	13. Сущность маркетинговых коммуникаций. Современное состояние и развитие маркетинговых коммуникаций	2	ОК 1,2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	14. Понятие коммуникационного комплекса.	2	
	15. Продвижение туристского продукта на рынке: создание агентской сети, реклама, паблик рилейшнз (PR), туристская пропаганда.	2	
	<b>Практические занятия № 14,15:</b> Характеристика рекламы разных видов. Оценка эффективности рекламы.	4	
<b>Тема 10.</b> Маркетинговые исследования рынка	16. Цели и задачи исследований. Процесс маркетинговых исследований. Маркетинговая информация: назначение, виды, источники. Методы маркетинговых исследований.	2	ОК1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	17. Планирование сбора первичных данных. Анкетные опросы. Требования к анкете.	2	
	<b>Практические занятия № 16,17</b> Составление анкет. Проведение маркетинговых исследований на заданную тему.	4	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Проведение исследований.	8	
<b>Всего:</b>		<b>108</b>	
<b>Учебная практика :</b> <b>Виды работ:</b> Вводное занятие. Инструктаж, ознакомление с предприятием. Раздел 1. Организация деятельности тур. предприятия. 1.1 Специфика, особенности деятельности турфирмы. 1.2. Изучение функциональных обязанностей специалиста по туристским услугам предприятия. 1.3. Познакомиться с нормативно-правовыми документами турпредприятия. 1.4. Основные направления деятельности турфирмы (степень ориентации на различные возрастные и социальные группы населения, система скидок, участие в социально-культурной жизни города и области). Раздел 2. Маркетинговые исследования в туризме 2.1. Характеристика маркетинговой стратегии фирмы 2.2. Характеристика потребностей населения в туруслугах предприятия. 2.3. Характеристика сегмента рынка турфирмы. 2.4. Основные методы стимулирования продаж, используемые в фирме. 2.5. Каналы продвижения туруслуг.		<b>216</b>	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.3, 3.4

<p>Раздел 3. Разработка туров</p> <p>3.1. Методика составления программ туров.</p> <p>3.2. Расчет себестоимости тура. Определение цены турпродукта.</p> <p>3.3. Основные документы, оформляемых к туру (туристская путевка, информационный листок, страховой полис и т. д.).</p> <p>3.4. Работа с потребителем турпродукта (предоставление информации об оформлении документации для получения визы, о местах отдыха, о размещении, питании, развлечениях, безопасности, консультация потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов).</p> <p>Раздел 4. Договорные отношения турфирмы.</p> <p>4.1. Основные поставщики туруслуг.</p> <p>4.2. Подготовка и заключение договоров с поставщиками услуг (предприятия размещения, питания, транспортные предприятия и т.д.).</p> <p>4.3 Взаимодействие с турагенствами.</p> <p>Раздел 5. Рекламная деятельность</p> <p>5.1. Разработка и формирование рекламных материалов и рекламных акций.</p> <p>5.2. Предоставление туристского продукта на выставках, ярмарках, форумах.</p> <p>5.3. Работа с российскими и иностранными агентами по продвижению турпродукта.</p> <p>Ведения и заполнения дневника практики. Составление отчета по практике. Защита практики.</p> <p>Квалификационный экзамен.</p>		
---	--	--

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)

### 3.3. Тематический план профессионального модуля (заочное обучение)

Коды 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
			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
ПК 3.1. – 3.4.	МДК. 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	198	44	-	6	154		-	
ПК 3.1. – 3.4.	МДК. 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	108	14	-	-	94		-	
ПК 3.1. – 3.4.	Учебная практика, часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)	216	-	-	-			216	
	<b>Всего:</b>	<b>522</b>	<b>58</b>		<b>6</b>	<b>248</b>		<b>216</b>	

### 3.4. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) (заочное обучение)

Наименование профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Коды компетенций
1	2	3	4
ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг			
	<b>МДК. 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности</b>	<b>198/44/38/-/6/154</b>	
<b>Раздел 1. Туроператор – как основной субъект туристского рынка</b>		<b>30</b>	
<b>Тема 1.1. Понятие туристской деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 1. Содержание дисциплины, цели и задачи ее изучения, связь с другими дисциплинами. Место дисциплины в будущей профессиональной деятельности студентов. Понятие туризма и его классификация. Развитие и регулирование тур. деятельности на мировом уровне и в России	2	ОК 1, 4, 6;
	<b>Самостоятельная работа:</b> Изучение видов туризма и особенности турпродуктов. Факторы развития туроперейтинга Подготовка докладов по теме «Характеристика основных видов туризма и география их распространения»	8	ОК 1, 4, 5, 8; ПК 3.1
<b>Тема 1.2. Основы туроператорской деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 2. Понятие, функции и классификация туроператоров. Классификация туроператоров по профилю работы. Преимущества и недостатки в работе разных видов туроператоров. Современный рынок и география туроперейтинга.	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1
	<b>Самостоятельная работа:</b> Сбор информации о крупных туроператорах региона. Организационно-правовые формы и виды туристских предприятий.	8	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1
	<b>Содержание учебного материала:</b> 3. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельностью. Права и обязанности Туроператора, турагента и туриста.	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1



	Документация туроператорской организации. Ведение туристской отчетности.		
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: выбор вида туроператора и профиля работы с обоснованием своего выбора Разработка учредительных документов, регистрация и оформление фирмы	8	ОК 1, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1
<b>Раздел 2. Туристский продукт как результат деятельности туроператора</b>		<b>20</b>	
<b>Тема 2.1</b> Турпродукт как комплекс туристских услуг.	<b>Содержание учебного материала:</b> 4. Понятие туристской услуги, виды туристских услуг. Три «Н» туристкой услуги. Основные, дополнительные и сопутствующие услуги. Понятие туристского продукта. Структура и уровни туристского продукта. Требования к туристскому продукту. Условия создания оптимального тура	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1
	<b>Самостоятельная работа:</b> Процесс разработки, определения категории тура исходя из уровня обслуживания туристов на маршруте. Составление анализа оптимального обслуживания туристов во время путешествия	8	ОК 1, 2, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1
<b>Тема 2.2</b> Понятие тура	<b>Содержание учебного материала:</b> 5. Тур и виды туров: инклюзив и заказной тур, групповые и индивидуальные туры. Классы обслуживания в туризме.	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Составление программ обслуживания для различных категорий туристов. Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг и оценка их деятельности	8	ОК 1, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
<b>Раздел 3. Разработка туров как основа деятельности туроператора</b>		<b>40</b>	
<b>Тема 3.1</b> Маркетинговые исследования туристского продукта	<b>Содержание учебного материала:</b> 6. Проведение маркетинговых исследований конкурентов, туристского продукта, выбранного географического направления. Понятие туристского потенциала страны.	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Сегментация рынка, выбор целевых сегментов рынка и позиционирование турпродуктов на рынке. Маркетинговая среда. Работа по проекту: проведение анализа деятельности туристских фирм по выбранному направлению и их туристских продуктов.	8	ОК 1, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Содержание учебного материала:</b>	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9;

<b>Тема 3.2</b> Основы проектирования туристского продукта	7. Основы и нормативно-правовая база проектирования туристского продукта. Основные этапы разработки тура. Основные правила и методика разработки тура.		ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Процесс разработки, определения категории тура исходя из уровня обслуживания туристов на маршруте	8	ОК 1, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
<b>Тема 3.3</b> Разработка программы туристского обслуживания	<b>Содержание учебного материала:</b> 8. Понятие маршрута, виды маршрута, требования к составлению маршрута. Понятие и виды программы обслуживания. Требования к составлению программы обслуживания для разных видов туров. Понятие оптимальной программы обслуживания.	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: разработка программы обслуживания согласно выбранному направлению и виду тура.	8	ОК 1, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
<b>Тема 3.4</b> Оформление туристской документации	<b>Содержание учебного материала:</b> 9. Технологическая документация тура. Туристская путевка. Порядок оформления туристской путевки. Документация обслуживания. Требования к оформлению различных документов (туристская путевка, информационный листок, страховой полис и др.). Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператоров. Виды страхования в туризме. Паспортно-визовые формальности.	2	ОК 1, 4, 5, 6, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: подготовка документов по разработанному туру	8	ОК 1, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
<b>Раздел 4. Договорные отношения в туроперейтинге</b>		<b>46</b>	
<b>Тема 4.1</b> Характеристика туристского договора и требования к его составлению	<b>Содержание учебного материала:</b> 10. Понятие договора, требования к его составлению. Понятие и виды поставщиков туристских услуг. Требования к выбору поставщиков услуг. Составление договора о туристском обслуживании. Составление договора между инициативным и рецептивным туроператором. Составление типовых договоров между туроператором и предприятиями туристской индустрии	2	ОК 1, 4, 5, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: выбор необходимых поставщиков по разработанному туру с обоснованием своего выбора. Оформление документов к разработанному туру (тур. путевка, информационный листок, ваучер,	8	ОК 1, 2, 4, 5, 8; ПК 3.1, 3.2

	страховой полус). Оформление документов для консульств, оформление виз. Составление типовых договоров.		
<b>Тема 4.2</b> Особенности работы туроператора с предприятиями размещения	<b>Содержание учебного материала:</b> 11. Классификация средств размещения и особенности их работы. Системы классификации гостиниц. Схемы работы туроператора со средствами размещения. Аренда отеля. Покупка блока мест на условиях комитмента и элотмента. Работа на условиях безотзывного бронирования, повышенной комиссии, приоритетное бронирование. Заключение договора между туроператором и предприятием размещения.	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 8; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Типология средств размещения. Составить таблицу категорийности гостиниц (буквы, звезды, короны, ключи) по странам. Работа по проекту: выбор схемы работы с предприятиями размещения и подготовка договора	8	ОК 2, 3, 4, 5, 8; ПК 3.1, 3.2
<b>Тема 4.3</b> Особенности работы туроператора с предприятиями питания	<b>Содержание учебного материала:</b> 12. Технологическая инфраструктура питания туристов. Классификация предприятий питания и особенности их работы. Основные формы обслуживания. Схемы работы туроператора с предприятиями питания. Заключение договора между туроператором и предприятием питания.	2	ОК 2, 6, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Предприятия общественного питания. Составить таблицу предприятий общественного питания. Работа по проекту: выбор схемы работы с предприятиями питания и подготовка договора.	8	ОК 2, 3, 4, 5, 8; ПК 3.1, 3.2
<b>Тема 4.4</b> Особенности работы туроператора с транспортными компаниями	<b>Содержание учебного материала:</b> 13. Схемы работы туроператора с авиакомпаниями. Понятие регулярных и чартерных рейсов. Виды чартерных рейсов. Агентское соглашение с авиакомпанией. Обслуживание туристов на железнодорожном транспорте. Схемы работы туроператора с предприятиями железнодорожного транспорта. Технология организации перевозки туристов автотранспортом. Перевозка туристов водным транспортом. Схемы работы туроператора с предприятиями водного транспорта. Заключение договоров с транспортными компаниями.	2	ОК 2, 6, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b>	6	ОК 2, 3, 4, 5, 8;

	Составить памятку пассажира авиатранспорта, автотранспорта. Работа по проекту: выбор схемы работы с транспортными компаниями и подготовка договора		ПК 3.1, 3.2
<b>Тема 4.5</b> Особенности работы туроператора с экскурсионными и анимационными компаниями	<b>Содержание учебного материала:</b> 14. Понятие и виды экскурсий. Договорные отношения туроператора с экскурсионными организациями и музеями. Индустрия развлечений и анимации. Понятие и виды анимационной деятельности. Договорные отношения туроператора с анимационными компаниями и культурно-досуговыми центрами.	2	ОК 2, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> Составление экскурсионных программ по своим видам туров. Составить памятку для туриста, выезжающего в жаркие страны. Работа по проекту: подготовка договора с экскурсионной и анимационной компаниями	6	ОК 2, 3, 4, 5, 8; ПК 3.1, 3.2
<b>Раздел 5. Особенности ценообразования в туроперейтинге</b>		<b>20</b>	
<b>Тема 5.1</b> Себестоимость туристского продукта	<b>Содержание учебного материала:</b> 15. Понятие издержек туристской фирмы и их классификация. Расчет стоимости проживания, питания, перевозки и экскурсионных услуг. Понятие себестоимости. Расчет себестоимости тура	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8; ПК 3.3
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Работа по проекту: рассчитать себестоимость разрабатываемого тура	8	ОК 2, 4, 5, 8, 9; ПК 3.3
<b>Тема 5.2</b> Расчет окончательной цены турпродукта	<b>Содержание учебного материала:</b> 16. Понятие цены. Цели и методы ценообразования. Расчет цены тура. Понятие прибыли, виды прибыли. Понятие рентабельности тура. Расчет окончательной цены тура	2	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8; ПК 3.3
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке. Работа по проекту: рассчитать цену разработанного тура и прибыль	8	ОК 2, 4, 5, 8, 9; ПК 3.3
<b>Раздел 6. Технология продвижения туристского продукта</b>		<b>36</b>	

<b>Тема 6.1</b> Особенности работы туроператора с турагентами	<b>Содержание учебного материала:</b> 17. Процедура поиска и выбора агентов. Организация деятельности с турагентствами по реализации турпродукта. Правовые основы взаимодействия туроператоров и турагентов. Агентское соглашение. Формирование сбытовой сети. Внешние и внутренние каналы сбыта.	2	ОК 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.2, 3.4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора	6	ОК 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.2, 3.4
<b>Тема 6.2</b> Туристская реклама	<b>Содержание учебного материала:</b> 18. Понятие рекламы и ее классификация. Преимущества и недостатки каждого вида рекламы. Основные требования разработки эффективной рекламы.	1	ОК 1, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: подготовка рекламных материалов к разработанному туру	6	ОК 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
<b>Тема 6.3</b> Интернет-технологии в продвижении турпродукта туроператора	<b>Содержание учебного материала:</b> 19. Особенности интернет-технологий в продвижении турпродукта. Понятие продвижения туристского продукта. Методы продвижения. Виды интернет-рекламы.	1	ОК 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Знакомство с системами online бронирования с применением информационных технологий. Сайт туристской компании. Достоинства и недостатки. Подготовка компьютерной презентации программы тура для выставки Информационный каталог туроператора	6	ОК 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
<b>Тема 6.4</b> Особенности выставочной деятельности туроператора	<b>Содержание учебного материала:</b> 20. Понятие выставки и ее основные виды. Правила подготовки туроператора к участию в выставке. Основные этапы выставочной деятельности туроператора.	1	ОК 1, 2, 9; ПК 3.1, 3.4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Работа по проекту: подготовка презентаций созданных компаний и разработанных туров	6	ОК 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4

<b>Тема 6.5</b> Социально-психологические особенности туристской деятельности.	<b>Содержание учебного материала:</b> 21. Профессиональная этика работников туристского бизнеса. Управление конфликтами в туризме. Виды конфликтов. Причины возникновения конфликтных ситуаций в туризме. Обеспечение качества услуг в системе разрешения конфликтов. Формы и стили обслуживания клиентов турфирмы.	1	ОК 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
	<b>Самостоятельная работа:</b> Подготовка проектов к защите, подготовка презентаций	6	ОК 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.4
<b>Примерная тематика курсовой работы (проекта):</b> 1. Разработка конкретного вида тура в конкретную страну, регион России: 1.1 Разработка пляжного тура 1.2 Разработка лечебно-оздоровительного тура 1.3 Разработка экскурсионного тура 1.4 Разработка этнографического тура 1.5 Разработка образовательного тура 1.6 Разработка романтического тура 1.7 Разработка делового тура 1.8 Разработка религиозного тура 1.9. Разработка активного (спортивного) тура 1.10. Разработка событийного тура 2. Состояние и перспективы развития индустрии туризма в Иркутской области 3. Экологический туризм. Перспективы развития в Байкальском регионе 4. Продвижение туристского продукта (на конкретном примере) 5. Проблемы и перспективы развития въездного туризма в Российской Федерации 6. Проблемы и перспективы развития выездного туризма в Российской Федерации 7. Формирование турпродукта в Иркутском регионе, с целью развития въездного туризма 8. Влияние туризма на природную и культурную среду дестинации (на конкретном примере) 9. Экологические особенности рекреационного использования территорий 10. Взаимоотношения туроператора с поставщиками основных туристских услуг (на конкретном примере) 11. Анимационное обслуживание туристов в зарубежных дестинациях и на курортах России 12. Методы оценки экономической эффективности турпродукта 13. Опыт создания и развития туроператорского предприятия (на конкретном примере)		6	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.3, 3.4

14. Опыт создания и развития турагентского предприятия (на конкретном примере) 15. Динамика и перспективы развития рынка туристских услуг (на примере конкретного региона) 16. Стимулирование потребительского спроса в туристской отрасли 17. Новые виды туризма в посткризисный период 18. Оценка качества туристского продукта (на конкретном примере) 19. Специфика организации рекламных туров 20. Международный туризм в условиях современного рынка: особенности и тенденции развития (на конкретном примере). 21. Способы рекламы туристского продукта (на конкретном примере) 22. Разработка инклюзив-тура инициативного туроператора			
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом)		30	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.3, 3.4
<b>Всего:</b>		<b>198</b>	
<b>МДК. 03.02. Маркетинговые технологии в туризме</b>		<b>108</b>	
<b>Тема 1.</b> Исходные идеи маркетинга Концепции развития рыночных отношений	<b>Содержание</b> 1. Понятия маркетинга, исходные идеи: нужда, потребность. Связь маркетинга с другими дисциплинами. Рынок. Элементы рынка. Насыщенность рынка. Состояние и прогнозы развития рынка турпродуктов в России. Рыночная ситуация. 2. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций. История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость совершенствования маркетинга в современных условиях. Социально-этичный маркетинг.	2	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> изучение опыта применения маркетинга зарубежными и отечественными турфирмами. Самостоятельное изучение темы	8	
<b>Тема 2.</b> Структура маркетинговой деятельности	<b>Содержание</b> 3. Классический комплекс маркетинга: товар, цена, сбыт, продвижения. Структура маркетинговой деятельности: цели, задачи, функции (основные и специфические). Принципы маркетинга.	2	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2

Классификация маркетинга	4. Классификационные признаки. Основные виды маркетинга по сфере и объекту применения, по широте охвата рынка, в зависимости от состояния спроса.		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Характеристика комплекса маркетинга фирмы. Характеристика целей, задач, функций маркетинга фирмы. Самостоятельное изучение темы	9	
<b>Тема 3.</b> Сегментация потребителей туристских услуг	5. Понятие сегментации и значение ее проведения в туризме. Признаки сегментации в туризме. Классификация основных групп клиентов в туризме.	1	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> выбор сегмента потребителей по разработанному туру. Самостоятельное изучение темы	9	
<b>Тема 4.</b> Объекты маркетинговой деятельности.	6. Классификация потребностей согласно пирамиде иерархии потребностей А. Маслоу, прочие способы классификации потребностей потребителей турпродукта. Виды спроса. Их характеристика.	1	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Поиск примеров «рыночных ниш» занятых теми или иными субъектами рынка. Самостоятельное изучение темы	11	
<b>Тема 5.</b> Маркетинговая среда предприятия.	7. Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы. Микросреда фирмы: понятие, субъекты, контролируемые факторы маркетинговой среды. 8. Макросреда фирмы: субъекты, виды, характеристика. Макросреда и конъюнктура рынка.	2	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Поиск информации о современном состоянии факторов макросреды, влияние их изменения на деятельность предпринимательских фирм. Самостоятельное изучение темы	11	
<b>Тема 6.</b> Конкурентоспособность туристского продукта и туристского предприятия	9. Понятие конкурентоспособности. Основные конкурентные преимущества туристского предприятия. Основные конкурентные стратегии туристского предприятия. Понятие и виды позиционирования туристского продукта и туристского предприятия.	1	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа:</b> определение конкурентоспособности создаваемых фирм, проведение позиционирования фирм и разработанных туристских продуктов. Самостоятельное изучение темы	9	



<b>Тема 7.</b> Средства маркетинга	10. Классификация средств маркетинга. Средства удовлетворения потребностей: виды, краткая характеристика. 11. Услуга – важнейшее средство удовлетворения потребностей. Жизненный цикл услуги, требования к качеству.	2	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Характеристика ЖЦ услуги (по выбору студентов). Самостоятельное изучение темы	9	
<b>Тема 8.</b> Ценовая политика	12. Основные понятия: цена, политика, стратегия ценообразования. Цели, задачи, направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Факторы, влияющие на формирование цен. Стратегии ценообразования.	1	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Самостоятельное изучение темы	9	
<b>Тема 9.</b> Маркетинговые коммуникации в сфере туризма	13. Сущность маркетинговых коммуникаций. Современное состояние и развитие маркетинговых коммуникаций 14. Понятие коммуникационного комплекса. 15. Продвижение туристского продукта на рынке: создание агентской сети, реклама, паблик рилейшнз (PR), туристская пропаганда.	1	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9; ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Самостоятельное изучение темы	10	
<b>Тема 10.</b> Маркетинговые исследования рынка	16. Цели и задачи исследований. Процесс маркетинговых исследований. Маркетинговая информация: назначение, виды, источники. Методы маркетинговых исследований. 17. Планирование сбора первичных данных. Анкетные опросы. Требования к анкете.	1	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9;  ПК 3.1, 3.2
	<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Проведение исследований. Самостоятельное изучение темы	9	
<b>Всего:</b>		<b>108</b>	
<b>Учебная практика:</b> <b>Виды работ:</b> Вводное занятие. Инструктаж, ознакомление с предприятием. Раздел 1. Организация деятельности турпредприятия. 1.1 Специфика, особенности деятельности турфирмы. 1.2. Изучение функциональных обязанностей специалиста по туристским услугам предприятия.		<b>216</b>	ОК 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9; ПК 3.1, 3.2, 3.3, 3.4

<p>1.3. Познакомиться с нормативно-правовыми документами турпредприятия.</p> <p>1.4. Основные направления деятельности турфирмы (степень ориентации на различные возрастные и социальные группы населения, система скидок, участие в социально-культурной жизни города и области).</p> <p>Раздел 2. Маркетинговые исследования в туризме</p> <p>2.1. Характеристика маркетинговой стратегии фирмы</p> <p>2.2. Характеристика потребностей населения в туруслугах предприятия.</p> <p>2.3. Характеристика сегмента рынка турфирмы.</p> <p>2.4. Основные методы стимулирования продаж, используемые в фирме.</p> <p>2.5. Каналы продвижения туруслуг.</p> <p>Раздел 3. Разработка туров</p> <p>3.1. Методика составления программ туров.</p> <p>3.2. Расчет себестоимости тура. Определение цены турпродукта.</p> <p>3.3. Основные документы, оформляемых к туру (туристская путевка, информационный листок, страховой полис и т. д.).</p> <p>3.4. Работа с потребителем турпродукта (предоставление информации об оформлении документации для получения визы, о местах отдыха, о размещении, питании, развлечениях, безопасности, консультация потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов).</p> <p>Раздел 4. Договорные отношения турфирмы.</p> <p>4.1. Основные поставщики туруслуг.</p> <p>4.2. Подготовка и заключение договоров с поставщиками услуг (предприятия размещения, питания, транспортные предприятия и т.д.).</p> <p>4.3 Взаимодействие с турагенствами.</p> <p>Раздел 5. Рекламная деятельность</p> <p>5.1. Разработка и формирование рекламных материалов и рекламных акций.</p> <p>5.2. Предоставление туристского продукта на выставках, ярмарках, форумах.</p> <p>5.3. Работа с российскими и иностранными агентами по продвижению турпродукта.</p> <p>Ведения и заполнения дневника практики. Составление отчета по практике. Защита практики.</p> <p>Квалификационный экзамен.</p>		
---	--	--

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов, «Технология и организация турагентской и туроператорской деятельности», «Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма)».

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект образцов туристической документации;
- комплект учебно-методической документации.
- комплект учебно-наглядных пособий, карт.

Технические средства обучения: мультимедийная установка.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно в туристских предприятиях города.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет – ресурсов, дополнительной литературы

#### **Федеральные законы, нормативные документы**

1. О защите прав потребителей : Федер. закон РФ от 7 февр. 1992 г. № 2300–I–ФЗ : (ред. от 01.12.2008) // Российская газета. – 2008. – 1 дек. (№ 286).
2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федер. закон РФ от 24.11.1996 г. № 132–ФЗ : (ред. от 03.12.1996) // Российская газета. – 1996. – 3 дек. (№ 201).
3. ГОСТ Р 53997–2010. Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования : введ. 2010–30–11. // СПС «КонсультантПлюс».
4. ГОСТ Р 54600–2011. Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования : введ. 2011–18–12. // СПС «КонсультантПлюс».
5. ГОСТ Р 54604–2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования : введ. 2012–01–07. // СПС «КонсультантПлюс».

#### **Основные источники**

6. Емелин С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 472 с. — (Профессиональное образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477186>
7. 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.

— Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 208 с. — (Профессиональное образование). — // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475809>

8. 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. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 120 с. — (Профессиональное образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475811>

#### **Дополнительные источники**

9. Доступный, социальный и массовый туризм. Проблемы и перспективы развития в России : монография / В.Г. Пугиев [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2016. — 504 с. — 978-5-98699-216-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51860.html>

#### **Интернет-ресурсы**

1. <http://www.russiatourism.ru> - Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации.

2. <http://www.minstm.gov.ru> - Официальный сайт Министерства спорта, туризма и молодежной политики.

3. <http://www.trevel.ru> – Портал про туристский бизнес

4. <http://www.alltourism.ru> – Специализированный сайт для туристов «Все про отдых»

5. <http://www.unwto.org/> - Официальный сайт Всемирной туристской организации (ЮНВТО)

6. <http://www.ratanews.ru> - «Rata-news» ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии.

#### **Периодические профессиональные издания**

1. Турбизнес <http://www.tourbus.ru/>

2. Туризм: практика, проблема, перспективы

3. Официальная туристская газета ТТГ <http://www.ttg-russia.ru>

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

При проведении занятий по профессиональному модулю используются различные формы обучения: лекции, семинары, мастер-классы, практические занятия, деловые игры, в том числе с привлечением специалистов сферы туризма, выездные занятия в туристских фирмах.

Образовательное учреждение располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов практических занятий, междисциплинарной и модульной подготовки, предусмотренных паспортом модуля. Материально-техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным нормам.

Освоение модуля предусматривает:

- выполнение обучающимся практических занятий, включая как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров;

- освоение обучающимся программы модуля в условиях созданной соответствующей образовательной среды в образовательном учреждении или в профильных организациях;

- проведение производственной практики в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Образовательное учреждение обеспечено необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

При освоении модуля предусматриваются групповые и индивидуальные консультации.

Освоение модуля обеспечивается учебно-методической документацией по всем междисциплинарным курсам модуля. Каждый обучающийся имеет доступ к базам данных и библиотечным фондам образовательного учреждения. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет.

Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением.

Освоению профессионального модуля предшествует изучение следующих дисциплин и профессиональных модулей:

ОГСЭ. 03 Иностранный язык

ОГСЭ. 04 Русский язык и культура речи

ОП. 01 Психология делового общения

ОП. 02 Организация туристской индустрии

ОП. 05 Туристские ресурсы

ОП. 07 Туристские ресурсы Байкальского региона

ПМ 02 Предоставление услуг по сопровождению туристов

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по **ПМ 03 Предоставление туроператорских услуг**:

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемых разделов модуля **Предоставление туроператорских услуг** и специальности «Туризм»;

- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;

- проходить стажировку в профессиональных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Руководителями практики от учебного заведения должны быть преподаватели общепрофессиональных дисциплин и профессионального модуля.

**Руководители практики должны:**

- иметь практический опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;

- отвечать за освоение обучающимися профессионального цикла.

**Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:**

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю специальности;
- наличие практического опыта деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- прохождение стажировки в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года;
- повышение квалификации не реже 1 раза в 3 года.

#### 4.5. Перечень занятий, проводимых в активных и интерактивных формах

Общее количество аудиторных часов – **204 часа**

Занятия в активных и интерактивных формах – **36 часов (18%)**

Тема занятия	часы	Форма проведения
1. Основы туроператорской деятельности	2	Лекция – публичная презентация
2. Турпродукт как комплекс туристских услуг.	2	Лекция - дискуссия
3. Составление программ обслуживания для различных категорий туристов. Условия создания оптимального тура	2	Деловая игра-моделирование ситуации
4. Разработка программы туристского обслуживания	2	Интерактивная лекция
5. Понятие и виды программы обслуживания. Требования к составлению программы обслуживания для разных видов туров. Понятие оптимальной программы обслуживания.	2	Кейс-метод (анализ конкретных ситуаций)
6. Оформление туристской документации	2	Мини-лекция
7. Договорные отношения туроператора с партнерами.	2	Деловая игра
8. Особенности работы туроператора с транспортными компаниями	2	Тематическая дискуссия
9. Особенности продвижения туристского продукта	2	Деловая игра
10. Интернет-технологии в продвижении турпродукта туроператора	2	Лекция – публичная презентация
11. Особенности выставочной деятельности туроператора	2	Лекция - дискуссия
12. Социально-психологические особенности туристской деятельности.	2	Ролевая игра
13. Структура маркетинговой деятельности. Классификация маркетинга	2	Лекция - дискуссия
14. Конкурентоспособность туристского продукта и туристского предприятия	2	Презентации с использованием различных вспомогательных средств
15. Решение ситуационных задач по ценообразованию. Сбор информации и характеристика ценовой политики предприятия.	2	Ролевая игра
16. Средства маркетинга	2	Лекция - дискуссия
17. Характеристика рекламы разных видов. Оценка эффективности рекламы.	2	Тематическая дискуссия
18. Проведение маркетинговых исследований на заданную тему.	2	Работа в малых группах (технология сотрудничества)

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

<b>№</b>	<b>Содержание</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Методы оценки</b>
ПО 1	Проведение маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;	Владение методикой планирования и проведения маркетинговых исследований	Выполнение практической работы, презентация результатов исследований
ПО 2	Планирование программ турпоездки;	Владение методикой планирования программ туристского обслуживания	Выполнение ситуационных задач, презентация программ туристского обслуживания. Учебная практика
ПО 3	Составление программ тура и турпакета;	Владение правилами и методикой составления программ туристского обслуживания	Выполнение ситуационных задач, презентация программ туристского обслуживания. Учебная практика
ПО 4	Предоставление сопутствующих услуг;	Осуществление подбора и предоставления сопутствующих услуг, согласно заданным параметрам туристского продукта	Выполнение практической работы, доклад, контрольная работа, проект Учебная практика
ПО 5	Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;	Владение методикой расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;	Выполнение практической работы, контрольная работа, деловая игра, проект Учебная практика
ПО 6	Взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта;	Владение методикой взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта	Выполнение практической работы, деловая игра, проект Учебная практика
ПО 7	Работа с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;	Владение методикой работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг	Выполнение практической работы, контрольная работа, деловая игра, проект Учебная практика
ПО 8	Планирование рекламной кампании;	Владение методикой планирования рекламной кампании, разработка рекламного продукта	Выполнение практической работы, презентация рекламного продукта
ПО 9	Проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках;	Презентация своих проектов, владение методикой работы на специализированных выставках	Выполнение практической работы, контрольный тест, публичное выступление Учебная практика

У 1	Осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;	Планирование и проведение маркетинговых исследований. Определение направлений исследований.	Выполнение практической работы, подготовка сообщений по результатам исследований
У 2	Проводить анализ деятельности других туркомпаний;	Планирование и проведение маркетинговых исследований конкурентной среды.	Выполнение практической работы, подготовка сообщений по результатам исследований
У 3	Работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;	Участие на специализированных выставках (Байкалтур) с целью изучения организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации по турпродуктам нашего региона.	Выполнение практических работ подготовка сообщений, презентаций. Учебная практика
У 4	Обрабатывать информацию и анализировать результаты;	Обработка информации и умение анализировать результаты.	Текущий устный и письменный контроль знаний. Тестовый контроль.
У 5	Налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;	Формулирование и объяснение способов налаживания контактов с торговыми представительствами других регионов и стран.	Выполнение практической работы, контрольной работы, проекта. Учебная практика
У 6	Работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;	Изучение основных тенденций спроса на турпродукт на международном и внутреннем рынке	Выполнение практической работы, подготовка сообщений по результатам исследований
У 7	Работать с информационными и справочными материалами;	Использование информационных и справочных материалов при создании турпродукта	Выполнение практической работы, контрольная работа, деловая игра, проект. Учебная практика
У 8	Составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов согласно выбранной тематике курсового проекта	Выполнение практической работы, кейс-метод (анализ конкретных ситуаций), проект. Учебная практика
У 9	Составлять турпакеты с использованием иностранного языка;	Составление турпакета с использованием иностранного языка;	Выполнение практической работы, проект



У 10	Оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам	Применение и владение методами и приемами оформления документов для консульств, оформления регистрации иностранным гражданам	Выполнение практической работы, подготовка сообщений. Учебная практика
У 11	Оформлять страховые полисы;	Применение и владение методами и приемами оформления страховых полисов	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
У 12	Вести документооборот с использованием информационных технологий;	Применение и владение методами ведения документооборота с использованием информационных технологий.	Выполнение практической работы, деловая игра, проект Учебная практика
У 13	Анализировать и решать проблемы, возникшие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;	Разработка предложений, измерительных материалов для выявления, анализа, и решения проблем возникших во время тура, применение мер по устранению причин, повлекших возникновение проблемы	Проверка правильности и решения ситуационных задач.
У 14	Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;	Расчёт стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания турпродукта.	Выполнение практической работы, контрольная работа, проект. Учебная практика
У 15	Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта;	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
У 16	Работать с агентскими договорами;	Применение и владение методами и приемами работы с агентскими договорами	Оценка решения ситуационных задач. Текущий устный и письменный контроль знаний. Тестовый контроль.
У 17	Использовать каталоги и ценовые приложения;	Применение и владение методами использования каталогов и ценовых приложений	Выполнение практической работы, проект. Учебная практика
У 18	Консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;	Осуществление консультирования партнеров по турпродуктам, оказание помощи в продвижении и реализации турпродукта.	Оценка решения ситуационных задач. Текущий устный и письменный контроль знаний. Тестовый контроль.
У 19	Работать с заявками на бронирование туруслуг;	Применение и владение методами работы с заявками на бронирование туруслуг.	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.

У 20	Предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;	Применение правил предоставления информации турагентам по рекламным турам.	Выполнение практической работы, контрольная работа, деловая игра, проект Учебная практика
У 21	Использовать различные методы поощрения турагентств, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;	Применение и владение методами и приемами поощрения турагентств, расчета для них комиссионных вознаграждений	Выполнение практической работы, деловая игра, проект Учебная практика
У 22	Использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках	Применение и владение методами эффективного общения с клиентами на русском и иностранном языках	Проверка правильности и решения ситуационных задач.
3 1	Виды рекламного продукта;	Дифференцирование понятий, связанных с продвижением турпродукта, определение соблюдения нормативных документов при продвижении турпродукта	Подготовка устных сообщений, докладов, тестовые задания
3 2	Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;	Применение правил работы на выставках и владение методами анализа результатов деятельности на выставках.	Выполнение практической работы, деловая игра, проект Учебная практика.
3 3	Способы обработки статистических данных;	Применение способов обработки статистических данных.	Выполнение практической работы, проект. Учебная практика
3 4	Методы работы с базами данных;	Применение методов работы с базами данных	Выполнение практической работы, контрольная работа, проект. Учебная практика
3 5	Методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;	Применение методики работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту	Оценка решения ситуационных задач. Текущий устный и письменный контроль знаний. Тестовый контроль.
3 6	Планирование программ турпоездок;	Составление программ турпоездок.	Выполнение практической работы, контрольная работа, деловая игра, проект Учебная практика.

3 7	Основные правила и методику составления программ туров;	Применение правил и методики составления программ туров.	Выполнение практических работ, решение ситуационных задач, подготовка сообщений, презентаций. Учебная практика
3 8	Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;	Применение правил оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями	Выполнение практической работы, контрольная работа, проект. Учебная практика
3 9	Способы устранения проблем, возникших во время тура;	Применение способов устранения проблем, возникших во время тура	Проверка правильности и решения ситуационных задач.
3 10	Методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;	Применение методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания во время тура	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
3 11	Методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;	Расчет себестоимости турпакета и определения цены турпродукта по разрабатываемым проектам.	Выполнение практической работы, контрольная работа, проект. Учебная практика
3 12	Методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;	Применение методики создания агентской сети и подготовки агентских договоров	Выполнение практической работы, контрольная работа, проект. Учебная практика
3 13	Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;	Определение основных форм работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.	Выполнение практических работ, решение ситуационных задач, подготовка сообщений, презентаций. Учебная практика
3 14	Правила бронирования туруслуг;	Применение основных правил бронирования туруслуг.	Оценка решения ситуационных задач. Текущий устный и письменный контроль знаний. Тестовый контроль.
3 15	Методику организации рекламных туров;	Применение методики организации рекламных туров	Выполнение практической работы, контрольная работа, проект. Учебная практика
3 16	Правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;	Применение правил расчетов с турагентами и способы их поощрения	Выполнение практической работы, контрольная работа,

			проект. Учебная практика
3 17	Основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;	Дифференцирование основных маркетинговых понятий, исходных идей маркетинга. Определение корректности подходов к проведению маркетинговых исследований	Подготовка устных сообщений, докладов, тестовые задания, практические работы, ситуационные задания.
3 18	Технику проведения рекламной кампании;	Определение техники проведения рекламных материалов	Подготовка устных сообщений, докладов, тестовые задания, практические работы, ситуационные задания
3 19	Методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;	Формулирование, обоснование и объяснение методики формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;	Подготовка устных сообщений, докладов, тестовые задания, практические работы, ситуационные задания
3 20	Техники эффективного делового общения, протокол и этикет;	Выявление психических и психологических особенностей личности, составление психологического портрета, использование приёмов делового общения и правил этикета, культуры поведения	Выполнение ситуационных задач, деловая игра, психологический портрет, публичное выступление, проект. Учебная практика
3 21	Специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами	Применение правил и методики общения с иностранными клиентами и агентами.	Выполнение ситуационных задач, деловая игра, публичное выступление, проект. Учебная практика
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	Выполнение маркетинговых исследований рынка туристских услуг по проекту. Определение группы потребителей по проекту. Проведение позиционирования туристского продукта по проекту.	Работа на практических занятиях. Выполнение контрольных работ по темам МДК. Подготовка презентаций по темам МДК. Письменные и устные опросы. Тестирование. Выполнение домашних заданий. Зачет по учебной практике профессионального модуля.
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт.	Проектирование маршрута путешествия. Планирование и составление программы туристского продукта.	Работа на практических занятиях. Выполнение домашних заданий. Самостоятельная работа

		Планирование деятельности с поставщиками туристских услуг.	Выполнение контрольных работ по темам МДК. Письменные и устные опросы. Тестирование Зачет по учебной практике профессионального модуля.
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта.	Определение прямых и косвенных затрат на туристский продукт. Определение себестоимости туристского продукта. Определение цены туристского продукта.	Работа на практических занятиях. Выполнение домашних заданий. Самостоятельная работа Выполнение контрольных работ по темам МДК. Письменные и устные опросы. Тестирование Зачет по учебной практике профессионального модуля.
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	Заключение агентского договора	Работа на практических занятиях. Выполнение домашних заданий. Самостоятельная работа Выполнение контрольных работ по темам МДК. Письменные и устные опросы. Тестирование Зачет по учебной практике профессионального модуля.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии. Стремление к освоению профессиональных компетенций, знаний и умений (участие в предметных конкурсах, олимпиадах и др.);	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы профессионального модуля через: активное участие в учебных, образовательных, воспитательных мероприятиях.

ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Организация собственной деятельности в соответствии с поставленной целью. Определение и выбор способов (технологии) решения задачи в соответствии с заданными условиями и имеющимися ресурсами. Самостоятельное выполнение заданий по проекту.	Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области туристской деятельности, их обоснованность. Адекватность оценки эффективности и качества выполнения заданий экспертная оценка на практическом занятии.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Определение и выбор способа разрешения проблемы в соответствии с заданными критериями. Проведение анализа ситуации по заданным критериям и определение рисков. Оценивание последствий принятых решений. Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность, в том числе выполняя задания по проекту и решая ситуационные задачи.	Решение стандартных и нестандартных профессиональных ситуаций по видам профессиональной деятельности
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Эффективный поиск и использование информации для эффективного выполнения заданий по проекту. Использование различных источников, включая электронные.	Демонстрация умения осуществлять поиск необходимой информации с использованием различных источников. Адекватность оценки полученной информации с позиции ее своевременности и достаточности для эффективного выполнения задач
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, в том числе при выполнении заданий по проекту (подготовка	Демонстрация умения осуществлять поиск необходимой информации с использованием информационно-коммуникационных технологий.

		презентаций, составление графиков, схем, диаграмм и т.д.). Владение приёмами работы с компьютером, электронной почтой, Интернетом, активное применение информационно-коммуникационных технологий в учебной деятельности.	Адекватность оценки полученной информации с позиции ее своевременности и достаточности для эффективного выполнения задач профессионального и личностного развития
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Эффективное взаимодействие и общение с коллегами и руководством. Положительные отзывы с производственной практики. Взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения, организация совместной работы при выполнении заданий по проекту.	Демонстрация способности эффективно общаться с преподавателями и студентами. Проявление ответственности за результаты выполнения заданий каждым членом команды.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Самоанализ и коррекция результатов собственной работы, организация совместной работы при выполнении заданий по проекту. Ответственное отношение к результатам выполнения профессиональных обязанностей членами команды. Проведение самоанализа и коррекции результатов собственной работы.	Проявление способности оказать и принять взаимную помощь.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Демонстрация интереса и активное участие в научно-практических и исследовательских мероприятиях: мастер-классах, конференциях, олимпиадах и выездных занятиях.	Демонстрация стремления к профессионализму и личностному росту. Проявление способности осознанно планировать и самостоятельно проводить повышение своей квалификации
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Анализ нормативно-правовых актов в сфере туризма. Проявление интереса к инновациям в области	Демонстрация умения осваивать новые технологии в профессиональной деятельности.

		профессиональной деятельности.	
--	--	-----------------------------------	--