

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

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор  
д.э.н., доцент Бубнов В. А.

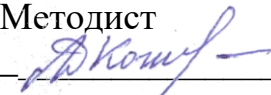

**Рабочая программа**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ 01**  
**Предоставление турагентских услуг**  
**Специальность 43.02.10 Туризм**  
**Базовая подготовка**

Иркутск 2022

Рабочая программа Профессионального модуля 01 **Предоставление турагентских услуг** составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм, базовой подготовки.

Согласовано:

Методист  
 А. Д. Кожевникова

Принято на заседании ЦК сервиса и рекреации

Разработали преподаватели

Н.А. Попова

И.А. Урбанович

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	21
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	25

# 1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля 01

## Предоставление турагентских 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**, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **«Предоставление турагентских услуг»** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.

ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).

ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.

Программа учебной дисциплины может быть использована в профессиональной подготовке, а также при разработке программ дополнительного профессионального образования в сфере экономической деятельности.

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

**Целью** овладения ПМ.01 является освоение теоретических знаний в области предоставления турагентских услуг, приобретение умений по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, организации комплексного туристского обслуживания.

С целью овладения указанным видом деятельности **«Предоставление турагентских услуг»** профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

#### **иметь практический опыт:**

- ✓ выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- ✓ проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;
- ✓ взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;

✓ оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;

✓ оказания визовой поддержки потребителю;

✓ оформления документации строгой отчетности;

**уметь:**

✓ определять и анализировать потребности заказчика;

✓ выбирать оптимальный туристский продукт;

✓ осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);

✓ составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;

✓ взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;

✓ осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;

✓ принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;

✓ обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;

✓ разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;

✓ представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;

✓ оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;

✓ оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;

✓ составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);

✓ приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;

✓ принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;

- ✓ предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- ✓ консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- ✓ доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;

**знать:**

- ✓ структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;
- ✓ требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;
- ✓ различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;
- ✓ методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;
- ✓ технологии использования базы данных;
- ✓ статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;
- ✓ особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;
- ✓ основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;
- ✓ виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;
- ✓ характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;
- ✓ правила оформления деловой документации;
- ✓ правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;
- ✓ перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;
- ✓ перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;
- ✓ требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;

✓ информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.

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 рабочей программы профессионального модуля:**

всего – 342 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 234 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 154 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 80 часов;

производственной практики – 108 часов

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

всего – 342 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 234 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 34 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 200 часов;

учебной практики – 180 часов

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **Предоставление турагентских услуг**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах.
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.



### 3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)			Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося	Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, час	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, час	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, час	Учебная, час		
ПК.1.1-1.3	<b>МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта</b>	<b>108</b>	<b>70</b>	<b>28</b>	<b>38</b>		
ПК.1.4-1.7	<b>МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности</b>	<b>126</b>	<b>84</b>	<b>28</b>	<b>42</b>		
ПК.1.1-ПК 1.7	<b>Производственная практика</b>	<b>108</b>					<b>108</b>
	<b>Всего:</b>	<b>342</b>	<b>154</b>	<b>56</b>	<b>80</b>		<b>108</b>

### 3.2 Тематический план профессионального модуля (заочное отделение)

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, час	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, час	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, час	Учебная, час		
ПК.1.1-1.3	<b>МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта</b>	<b>108</b>	<b>14</b>		<b>94</b>		
ПК.1.4 -1.7	<b>МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности</b>	<b>126</b>	<b>20</b>		<b>106</b>		
ПК.1.1-ПК 1.7	<b>Производственная практика</b>	<b>108</b>					<b>108</b>
	<b>Всего:</b>	<b>342</b>	<b>34</b>		<b>200</b>		<b>108</b>

## Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций
1	2	3	4
<b>МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта</b>		<b>108/28</b>	
Тема 1. Туристская индустрия	<p><b><u>Содержание</u></b> Цели и задачи изучения МДК. МПС. Роль МДК в формировании профессиональных компетенций специалистов по туризму. Сущность, состояние и тенденции развития туристской индустрии. Туристский спрос.</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b> 1. Тенденции развития туристской индустрии в РФ (по материалам Интернет-ресурсов, СМИ, рекламы).</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b> Анализ развития туристской индустрии в Сибирском Федеральном Округе РФ по материалам Интернет-ресурсов, периодической печати, телевизионным передачам (сообщение).</p>	2  2  2	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3
Тема 2. Туристский продукт как продукт удовлетворения потребностей	<p><b><u>Содержание</u></b> Основные понятия и определения: туристский продукт, турпакет, потребность, желания, покупательский спрос, потребительская ценность турпродукта, степень удовлетворенности туриста. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж: нематериальность, неотделимость, несохраняемость, нестабильность параметров, индивидуальность. Субституция. Комплементарность. Структурная модель туристского продукта: основной продукт, сопутствующий, дополнительный, продукт в расширенном толковании. Характеристика элементов продукта в расширенном толковании. Технология апселл. Электронная коммерция. ГОСТ.</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b> 2. Разработка анкеты для опроса потребителей.</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b> Анализ свойств и особенностей турпродукта в 10 рекламных объявлениях</p>	2      2  2  3	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3

	турфирм. Составление письменного отчета.		
Тема 3. Маркетинг в туристской индустрии	<p><b><u>Содержание</u></b> Характеристика концепций маркетинга и их применение в туристской индустрии. Социально-этическая концепция маркетинга и ее применение в туристской индустрии. Концепция маркетинга взаимоотношений. Клиентоориентированный подход в туристской индустрии.</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b> 3. Сравнительный анализ концепций сбытового и классического маркетинга; классического и социально-этического. Составление сравнительной таблицы.</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b> Изучить виртуальный «вебинар» по выбранному направлению (составление конспекта-тезисов).</p>	2  2 3	<i>ОК 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3</i>
Тема 4. Покупательское поведение современного потребителя туристских услуг	<p><b><u>Содержание</u></b> Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятия туристом решения о покупке. Сегментация туристов: классификация туристов турфирмы. Типы личностей по образу жизни. Профиль потребителя.</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b> 4. Составление профиля потребителя сентиментального и гастрономического туризма.</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b> Изучите закономерности потребительского поведения в туризме (конспект).</p>	2  2 2 3	<i>ОК 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3</i>
Тема 5. Основные формы продаж продуктов туристской индустрии	<p><b><u>Содержание</u></b> Каналы распределения туристского продукта. Методы и формы реализации турпродукта. Прямой маркетинг. Выставочная деятельность туристической фирмы. Рекламные туры. Организация инфотуров.</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b> Приготовить презентацию (реферат) электронной коммерции в туризме (Амадеус).</p>	2 2 3	<i>ОК 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3</i>
Тема 6. Технологии персональной продажи в туристской индустрии	<p><b><u>Содержание</u></b> Вербальные и невербальные средства общения. Основные направления подготовки продавца. Технология управления контактом. Приемы воздействия на туриста.</p>	2	<i>ОК 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3</i>

	<p>Исследование потребностей клиента. Виды и типы вопросов.</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b></p> <p>5. Формирование открытых и закрытых вопросов, которые задают туристам в турфирмах (исследование потребностей).</p> <p>6. Собеседование с менеджером турфирмы.</p> <p>7. Детектор лжи – изучение невербальных средств общения.</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b></p> <p>Изучение факторов, влияющих на процессы продажи в туристической индустрии.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>4</p>	
Тема 7. Презентация туристского продукта	<p><b><u>Содержание</u></b></p> <p>Цели презентации. Взаимодействие покупателя и продавца на этапе презентации.</p> <p>Переговоры о цене.</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b></p> <p>8. Правила и рекомендации проведения презентации.</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b></p> <p>Презентация коммерческого предложения турпродукта.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>4</p>	<p><i>ОК 2,4,6,7,9</i></p> <p><i>ПК 1.1-1.3</i></p>
Тема 8. Управление возражениями туриста	<p><b><u>Содержание</u></b></p> <p>Работа с возражениями и сомнениями туриста туристической компании. Диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями.</p> <p>Соппротивление как источник возражений. Алгоритм обработки возражений.</p> <p>Способы и методы обработки возражений.</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b></p> <p>9. Изучение вариантов возражений в практических ситуациях.</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b></p> <p>Анализ возражений, имеющихся в турагентствах г. Иркутска (отчет).</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>4</p>	<p><i>ОК 2,4,6,7,9</i></p> <p><i>ПК 1.1-1.3</i></p>
Тема 9. Влияние продавца на принятие туристом решения о покупке. Послепродажное обслуживание.	<p><b><u>Содержание</u></b></p> <p>Стимулирование клиента на покупку. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворенности клиента.</p> <p>Работа с жалобами и претензиями. Документационное обеспечение продаж турпродукта.</p> <p>Лояльность потребителей.</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b></p> <p>10. Разработка мероприятий, направленных на формирование лояльности потребителя. Программа лояльности.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p><i>ОК 2,4,6,7,9</i></p> <p><i>ПК 1.1-1.3</i></p>

	11-12. Определение конкурентоспособности ТОО, ТА на рынке г. Иркутска (презентация).	4	
Тема 10. Телефонная коммуникация в туризме.	<b><u>Содержание</u></b> Телефонные коммуникации в туризме. Общие положения. Речь как инструмент воздействия на клиента. Рекомендации по ведению телефонных переговоров.	2	<i>ОК 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3</i>
	<b><u>Практические занятия</u></b> 13. Правила ведения телефонных переговоров.	2	
	<b><u>Самостоятельная работа</u></b> Разработка диалогов в турфирме (конспект).	3	
Тема 11. Продвижение турпродукта.	<b><u>Содержание</u></b> Продвижение турпродукта. Реклама турпродукта, классификация видов туристской рекламы. Сравнительная характеристика средств рекламы.	2	<i>ОК 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3</i>
	<b><u>Самостоятельная работа</u></b> Анализ рекламных продуктов турфирм (отчет).	3	
Тема 12. Реклама турпродукта	<b><u>Содержание</u></b> Нерекламные методы продвижения турпродукта: личные продажи, прямая рассылка, стимулирование продаж, паблик рилейшнз. Нестандартные приемы продвижения турпродуктов: партизанский маркетинг, фьюжн-маркетинг, мобильный маркетинг, E-mail, маркетинг в соцсетях, УТП-концепция, сенсорный маркетинг, аромамаркетинг. Стимулирование продаж турагентов и туристов.	2	<i>ОК 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3</i>
	<b><u>Самостоятельная работа</u></b> Составление словаря современных терминов продвижения в туризме. Разработка скриптов для продажи турпродуктов (презентация).	2	
Тема 13. Создание положительного имиджа туристской фирмы на рынке.	<b><u>Содержание</u></b> Имидж туристской организации и его составляющие, создание бренда.	2	<i>ОК 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3</i>
	<b><u>Практические занятия</u></b> 14. Используя образец пресс-релиза по экотуризму, подготовить вариант по гастрономическому туризму. Виды рекламных продуктов турфирмы. Медиапланирование. реклама в Яндексe.	2	
	<b><u>Самостоятельная работа</u></b> Анализ рекламной и пропагандистской информации в СМИ с целью создания общественного мнения (отчет).	4	
<b>МДК 01.02. Технология и организация турагентской деятельности</b>		<b>126/42</b>	

<p>Тема 1. Нормативная база организации турагентских продаж</p>	<p><b><u>Содержание</u></b>  1. Современное состояние туристической отрасли в РФ.  2. Законодательная и нормативно-правовая база туризма в России  3. Туристский рынок и туристский спрос  4. Факторы и условия развития туризма  <b><u>Практические занятия</u></b>  1. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.  2. Заключение договора о реализации турпродукта  <b><u>Самостоятельная работа</u></b>  Разнообразные формы собственности турагентств  Персональные данные туриста. Этика деловых отношений</p>	<p>2 2 2 2 2 2 2 4</p>	<p><i>OK 1,3, 5,8 ПК 1.4-1.7</i></p>
<p>Тема 2. Организация взаимодействия турфирмы-агента и турфирмы оператора.</p>	<p><b><u>Содержание</u></b>  5. Различия турагента и туроператора. Агентский договор.  6. Туристский продукт как результат деятельности туроператора  7. Выбор турагентом туроператора. Характеристики туроператора. Видеолекция, доступна на «БГУ - электронная информационно-образовательная среда. Электронный Университет», Moodle  8. Условия осуществления туроператорской деятельности  <b><u>Практические занятия</u></b>  3. Договор между туроператором и турагентом о реализации туристского продукта. Информация о туроператоре (Приложение к договору)  4. Особенности договорных отношений туроператора и турагента  5. Работа с претензиями и жалобами клиентов турфирмы  <b><u>Самостоятельная работа</u></b>  Определите, какие аргументы будут решающими для турфирмы при выборе партнеров, турпродукт которых она сможет предлагать туристам  Выберите лучшие туристические операторы России по данным портала «Отзыв.ги»</p>	<p>2 2 2 2 2 2 2 4 4</p>	<p><i>OK 1,3, 5,8 ПК 1.4-1.7</i></p>
<p>Тема 3. Организация турагентской деятельности</p>	<p><b><u>Содержание</u></b>  9. Создание туристской фирмы  10. Повышение квалификации персонала туроператора и турагента  11. Специализированные системы и программное обеспечение туристских организаций  12. Программы туров. Технологическая документация  13. Культурное и природное наследие России</p>	<p>2 2 2 2 2</p>	<p><i>OK 1,3, 5,8 ПК 1.4-1.7</i></p>

	<p><b><u>Практические занятия</u></b>  6. Страхование туристов и проведение инструктажа  7. Схемы работы с гостиницами  8. Права и обязанности туриста. Программы туров</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b>  Охарактеризуйте основные факторы, влияющие на развитие регионального туризма.  Сайты туроператоров. Поисковые системы по турам. Привести примеры.</p>	<p>2 2 2 4 2</p>	
Тема 4. Туристский продукт	<p><b><u>Содержание</u></b>  14. Поиск, бронирование и подтверждение туристских услуг в соответствии с заказом клиента  15. Визовые формальности. Оформление туристической визы  16. Работа с индивидуальными турами  17. Обеспечение туриста информацией о турпродукте  18. Документы, которые выдаются туристу для совершения путешествия</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b>  9. Разработка нового туристского маршрута  10. Формирование экскурсионной и культурно-познавательной программы</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b>  Получение шенгенской визы: список стран, оформление документов, сроки.</p>	<p>2 2 2 2 2 2 2 4</p>	<p>OK 1,3, 5,8 ПК 1.4-1.7</p>
Тема 5. Расчет стоимости турпакета и его элементов	<p><b><u>Содержание</u></b>  19. Ценообразование туристского продукта  20. Расчет стоимости турпакета и его элементов.  21. Расчет тура по методу Директ Костинга  22. Проектирование среды для особых категорий туристов</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b>  11. Применение карт и схем при реализации турпродукта  12. Обработка заказа клиента по подбору пакетного тура</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b>  Выполнить БРИФ выбранного турпродукта  Определите действия турагента в период путешествия туриста</p>	<p>2 2 2 2 2 2 4 2</p>	<p>OK 1,3, 5,8 ПК 1.4-1.7</p>
Тема 6. Территориальный маркетинг: концепции, возможности и инструменты для развития туризма	<p><b><u>Содержание</u></b>  23. Территория как продукт. Мотивация туристов.  24. Иркутская область как объект туризма.  25. Брендинг туристских дестинаций</p>	<p>2 2 2</p>	<p>OK 1,3, 5,8 ПК 1.4-1.7</p>



	<p><b><u>Практические занятия</u></b> 13. Виды туризма в Иркутской области</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b> Определить, как реализуется концепция территориального маркетинга в Иркутской области Выделите целевые аудитории Иркутской области, опишите региональный продукт для каждой выделенной категории.</p>	2 2 4	
Тема 7. Каналы сбыта туристских продуктов и услуг	<p><b><u>Содержание</u></b> 26. Схемы взаимодействия с организациями, предоставляющими отдельные туристские услуги 27. Сайт туристской компании как элемент активации продаж 28. Инструменты и механизмы продвижения турпродукта</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b> 14. Франчайзинг как бизнес-модель развития туроператорской компании</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b> Определите, каким образом могут применяться карты и схемы при реализации турпродукта Инструменты стимулирования сбыта туристских продуктов</p>	2 2 2 2 4 2	ОК 1,3, 5,8 ПК 1.4-1.7
<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>			
<b>Виды работ:</b>		<b>108</b>	
<b>Подготовительный этап</b>	На подготовительном этапе студенты знакомятся с целями и задачами практики, условиями и планом ее прохождения. Затем осуществляется выбор предприятия. Это может быть предприятие как производственной, так и непроизводственной сферы, учебное заведение. Направление «Туризм» предполагает возможность прохождения практики в туристской фирме, в гостинице или на любом другом предприятии, имеющем туристскую специализацию. Перед началом практики необходимо получить направление, которое предоставляется директору предприятия или в отдел кадров. В соответствии с типом выбранного предприятия, студенту дается задание на период практики, а также рекомендации по оформлению отчета. На подготовительном этапе также студенту рекомендуется вспомнить теоретический материал по основным вопросам, который понадобится в период работы, и практические навыки, полученные при изучении соответствующих дисциплин. Подготовительный этап может осуществляться как в форме индивидуальных консультаций, так и в форме установочной конференции, на которой определяются цели и задачи практики,	24	ОК 1-9 ПК 1.1-1.7

	<p>осуществляется выбор места и формы ее прохождения, оформляются направления, выдается задание, сообщаются требования к отчету, дается общий инструктаж по технике безопасности. Индивидуальное задание по практике студенту выдает руководитель практики. Оно может сводиться к написанию индивидуального отчета по практике, представляющего основу будущей дипломной работы студента. Кроме отчета в индивидуальное задание может быть включено: составление карт (картосхем), построение диаграмм, разработка туров и маршрутов и т.д. Руководитель в течение практики периодически контролирует выполнение индивидуального задания. По мере необходимости студент в ходе работы над отчетом может консультироваться у руководителя практики, преподавателей ЦК, а также ведущих специалистов производственных организаций.</p>		
<p><b>Производственный этап</b></p>	<p>В течение обозначенного срока студенту необходимо посещать предприятие в соответствии с графиком его работы, а также видом исполняемой деятельности.</p> <p>За период практики студенту необходимо изучить работу предприятия, познакомиться с коллективом, освоить навыки определенной деятельности. По прибытии на место производственной практики студент должен:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) встретиться с руководителем практики на производстве и получить от него задание;</li> <li>2) изучить инструкцию по технике безопасности и расписаться в журнале по технике безопасности;</li> <li>4) ознакомиться с условиями труда и рабочим местом.</li> </ol> <p>Рабочий день студента-практиканта – 6 часов.</p> <p>В период прохождения практики студент обязан:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) своевременно выполнять все указания руководителя практики на производстве, обеспечивать качественное выполнение порученных работ;</li> <li>2) производить необходимые работы (исследования), собирая при этом материал для выпускной дипломной работы;</li> <li>3) строго соблюдать внутренний порядок, трудовую дисциплину и правила техники безопасности;</li> <li>4) принимать участие в общественной жизни коллектива;</li> <li>5) своевременно подготовить отчет о прохождении производственной практики.</li> </ol> <p>В первые дни производственной практики изучаются следующие вопросы:</p>	<p>60</p>	<p><i>ОК 1-9</i> <i>ПК 1.1-1.7</i></p>

	<p>1) назначение и основные функции организации, где осуществляется практика;</p> <p>2) структура организации;</p> <p>3) нормативная база и используемые основные нормативные документы;</p> <p>4) характер статистической отчетности (формы, правила их заполнения);</p> <p>5) основные методы исследования;</p> <p>6) наличие и краткий анализ имеющихся фондовых материалов;</p> <p>7) возможность использования имеющихся статистической отчетности и фондовых материалов в работе при подготовке к выпускной дипломной работы;</p> <p>Нарушение правил техники безопасности, отсутствие на работе без уважительных причин, не выполнение указаний и поручений руководителя практики на производстве, порча имущества и технического оборудования, утеря материалов (документов), влечет за собой отчисление с практики.</p>		
<b>Заключительный этап</b>	<p>Заключительный этап практики предполагает подведение итогов прохождения практики, подготовку, сдачу и защиту отчета по практике.</p> <p>По окончании практики руководитель на предприятии дает краткую характеристику деятельности практиканта с письменной оценкой, заверенную подписью руководителя и печатью организации. Характеристика прилагается к отчету.</p> <p>Защита отчетов по практике может проводиться как в индивидуальной форме (беседа), так и в форме итоговой конференции. В случае организации итоговой конференции заранее назначаются сроки и место ее проведения, оговаривается регламент и порядок выступления. Студенты готовят доклады-презентации с представлением результатов прохождения практики и последующим их обсуждением.</p>	<b>24</b>	<i>ОК 1-9 ПК 1.1-1.7</i>
<b>Всего</b>		<b>342</b>	

### Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) (заочное отделение)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций
1	2	3	4
<b>МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта</b>		<b>108/14</b>	
Тема 1. Туристская индустрия	<p><b><u>Содержание</u></b> Цели и задачи изучения МДК. МПС. Роль МДК в формировании профессиональных компетенций специалистов по туризму. Сущность, состояние и тенденции развития туристской индустрии. Развитие туристского спроса.</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b> Анализ туристских услуг в Иркутской области. 2 Анализ тенденций развития туристской индустрии в Сибирском Федеральном округе РФ по материалам Интернет-ресурсов, периодической печати, телевизионным). 2</p>	2  2 2	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3
Тема 2. Туристский продукт как продукт туристской индустрии	<p><b><u>Содержание</u></b> Основные понятия и определения: туристский продукт, турпакет, потребность, желания, покупательский спрос, потребительская ценность турпродукта, степень удовлетворенности клиента.</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b> Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж: нематериальность, неотделимость, несохраняемость, нестабильность параметров, индивидуальность. Субституция. Комплементарность. 2 Структурная модель туристского продукта: основной продукт, сопутствующий, дополнительный, продукт в расширенном толковании. 2 Характеристика элементов продукта в расширенном толковании. 2 Апселл. 2 Разработка анкеты для опроса потребителей.</p>	2  2 2 2	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3
Тема 3. Маркетинг в туристской индустрии	<p><b><u>Содержание</u></b> <b><u>Самостоятельная работа</u></b> Характеристика концепций маркетинга и их применение в туристской индустрии. Социально-этическая концепция маркетинга и ее применение в туристской индустрии. Концепция маркетинга взаимоотношений. 2 Клиентоориентированный подход в туристской индустрии. 2 Изучить виртуальный «вебинар» по выбранному направлению (составление 2</p>	2  2 2	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3

	конспекта-тезисов).		
Тема 4. Покупательское поведение современного потребителя туристских услуг	<p><b><u>Содержание</u></b>  <b><u>Самостоятельная работа</u></b>  Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятия клиентом решения о покупке.  Сегментация туристов. Классификация туристов турфирмы. Типы личностей по образу жизни. Профиль потребителя.  Изучение закономерностей потребительского поведения в туризме (конспект).</p>	2 2 2	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3
Тема 5. Основные формы продаж продуктов туристской индустрии	<p><b><u>Содержание</u></b>  <b><u>Самостоятельная работа</u></b>  Каналы распределения туристского продукта. Методы и формы реализации турпродукта.  Электронная коммерция в туризме. Прямой маркетинг. Выставочная деятельность туристической фирмы.  Приготовить презентацию (реферат) электронной коммерции в туризме (Амадеус).</p>	2 2 4	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3
Тема 6. Технологии персональной продажи в туристской индустрии	<p><b><u>Содержание</u></b>  Вербальные и невербальные средства общения.  Основные направления подготовки продавца. Технология управления контактом. <b><u>Самостоятельная работа</u></b>  Приемы воздействия на туриста.  Исследование потребностей туриста. Виды и типы вопросов.  Рекламные туры. Организация инфотуров.  Формирование открытых и закрытых вопросов, которые задают туристам в турфирмах.  Собеседование с менеджером турфирмы.  Изучение факторов, влияющих на процессы продажи в туристской индустрии.</p>	2 2 4 2 2 2 2 4	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3
Тема 7. Презентация туристского продукта	<p><b><u>Содержание</u></b>  Цели презентации. Взаимодействие покупателя и продавца на этапе презентации. Правила и рекомендации проведения презентации.  <b><u>Самостоятельная работа</u></b>  Переговоры о цене.</p>	2 2	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3
Тема 8. Управление возражениями туриста	<p><b><u>Содержание</u></b>  Работа с возражениями и сомнениями клиента туристической компании. Диа-</p>	2	

	гностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. <b><u>Самостоятельная работа</u></b> Сопrotивление как источник возражений. Общий алгоритм обработки возражений. Способы и методы обработки возражений. Изучение вариантов возражений в практических ситуациях. Анализ возражений, имеющихс я в турагентствах г. Иркутска (отчет).	2 2 4	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3
Тема 9. Влияние продавца на принятие клиентом решения о покупке. Послепродажное обслуживание.	<b><u>Содержание</u></b> Стимулирование клиента на покупку. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворенности клиента. <b><u>Самостоятельная работа</u></b> Работа с жалобами и претензиями. Документационное обеспечение продаж турпродукта. Разработка мероприятий, направленных на формирование лояльности потребителя. Программа лояльности. Определение конкурентоспособности ТO, ТА на рынке г. Иркутска (презентация).	2 2 4	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3
Тема 10. Телефонная коммуникация в туризме.	<b><u>Содержание</u></b> <b><u>Самостоятельная работа</u></b> Телефонные коммуникации в туризме. Общие положения. Речь как инструмент воздействия на клиента. Рекомендации по ведению телефонных переговоров. Разработка диалогов в турфирме (конспект).	2 2 2	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3
Тема 11. Продвижение турпродукта.	<b><u>Содержание</u></b> <b><u>Самостоятельная работа</u></b> Продвижение турпродукта. Реклама турпродукта, классификация видов туристской рекламы. Сравнительная характеристика средств рекламы. Используя образец пресс-релиза по экотуризму, подготовьте свой по гастрономическому туризму. Виды рекламных продуктов турфирмы. Медиапланирование. реклама в Яндексe. Проанализируйте рекламные продукты турфирм (отчет).	2 2	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3
Тема 12. Реклама турпродукта	<b><u>Содержание</u></b> <b><u>Самостоятельная работа</u></b> Нерекламные методы продвижения турпродукта: личные продажи, прямая рассылка, стимулирование продаж, паблик рилейшнз. Нестандартные приемы продвижения турпродуктов: партизанский маркетинг,	2	OK 2,4,6,7,9 ПК 1.1-1.3

	<p>фьюжн-маркетинг, мобильный маркетинг, E-mail, маркетинг в соцсетях, УТП-концепция, сенсорный маркетинг, аромамаркетинг.</p> <p>Стимулирование продаж турагентов и туристов.</p> <p>Требования к сайту турфирмы.</p> <p>Составление словаря современных терминов продвижения в туризме.</p> <p>Разработка скриптов для этапа продажи турпродуктов (презентация).</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>4</p>	
Тема 13. Создание положительного имиджа туристской фирмы на рынке.	<p><b><u>Содержание</u></b></p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b></p> <p>Имидж туристской организации и его составляющие, создание бренда.</p> <p>Анализ в СМИ рекламных статей для создания общественного мнения (отчет).</p>	2	<p>OK 2,4,6,7,9</p> <p>ПК 1.1-1.3</p>
<b>МДК 01.02. Технология и организация турагентской деятельности</b>		<b>126/20</b>	
Тема 1. Нормативная база организации турагентских продаж	<p><b><u>Содержание</u></b></p> <p>1. Законодательная и нормативно-правовая база туризма в России</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b></p> <p>Современное состояние туристической отрасли в РФ.</p> <p>Нормативно-правовые акты Российской Федерации, регулирующие деятельность туристских агентств</p> <p>Факторы и условия развития туризма</p> <p>Разнообразные формы собственности турагентов</p> <p>Персональные данные туриста. Этика деловых отношений</p> <p>Правила оказания услуг по реализации туристского продукта. Заполнение договора о реализации турпродукта.</p> <p>Заключение договор о реализации турпродукта</p>	<p>2</p> <p>16</p>	<p>OK 1,3, 5,8</p> <p>ПК 1.4-1.7</p>
Тема 2. Организация взаимодействия турфирмы-агента и турфирмы оператора.	<p><b><u>Содержание</u></b></p> <p>2. Выбор турагентом туроператора. Характеристики туроператора. Видеолекция, доступна на «БГУ - электронная информационно-образовательная среда. Электронный Университет», Moodle</p> <p>3. Условия осуществления туроператорской деятельности</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b></p> <p>Различия турагента и туроператора. Агентский договор.</p> <p>Туристский продукт как результат деятельности туроператора</p> <p>Договор между туроператором и турагентом о реализации туристского продукта. Информация о туроператоре (Приложение к договору)</p> <p>Особенности договорных отношений туроператора и турагента</p> <p>Работа с претензиями и жалобами клиентов турфирмы</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>14</p>	<p>OK 1,3, 5,8</p> <p>ПК 1.4-1.7</p>

	<p>Определите, какие аргументы будут решающими для турфирмы при выборе партнеров, турпродукт которых она сможет предлагать туристам</p> <p>Выберите лучшие туристические операторы России по данным портала «Отзыв.ги»</p>		
<p>Тема 3. Организация турагентской деятельности</p>	<p><b><u>Содержание</u></b></p> <p>4. Программы туров</p> <p>5. Права и обязанности туриста.</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b></p> <p>Создание туристской фирмы</p> <p>Повышение квалификации персонала туроператора и турагента</p> <p>Специализированные системы и программное обеспечение туристских организаций</p> <p>Охарактеризуйте основные факторы, влияющие на развитие регионального туризма.</p> <p>Перечислите основные функции туроператора</p> <p>Культурное и природное наследие России</p> <p>Страхование туристов и проведение инструктажа</p> <p>Схемы работы с гостиницами</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>18</p>	<p><i>ОК 1,3, 5,8</i></p> <p><i>ПК 1.4-1.7</i></p>
<p>Тема 4. Туристский продукт</p>	<p><b><u>Содержание</u></b></p> <p>6. Поиск, бронирование и подтверждение туристских услуг в соответствии с заказом клиента</p> <p>7. Визовые формальности. Оформление туристической визы</p> <p><b><u>Практические занятия</u></b></p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b></p> <p>Работа с индивидуальными турами</p> <p>Обеспечение туриста информацией о турпродукте</p> <p>Документы, которые выдаются туристу для совершения путешествия</p> <p>Транспортные услуги в составе туристского продукта</p> <p>Формирование экскурсионной и культурно-познавательной программы</p> <p>Единый-визовый-центр.рф Получение шенгенской визы: список стран, оформление документов, сроки. Оформление онлайн.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>14</p>	<p><i>ОК 1,3, 5,8</i></p> <p><i>ПК 1.4-1.7</i></p>
<p>Тема 5. Расчет стоимости турпакета и его элементов</p>	<p><b><u>Содержание</u></b></p> <p>8. Расчет тура по методу Директ Костинга</p> <p><b><u>Самостоятельная работа</u></b></p> <p>Ценообразование туристского продукта</p>	<p>2</p>	<p><i>ОК 1,3, 5,8</i></p> <p><i>ПК 1.4-1.7</i></p>



	<p>Калькулирование цены туристского продукта          Приготовить презентацию выбранного турпродукта          Определите действия турагента в период путешествия туриста          Проектирование среды для особых категорий туристов          Риски туроператорской деятельности,          Разработка индивидуального тура для туриста</p>	<b>16</b>	
Тема 6. Территориальный маркетинг: концепции, возможности и инструменты для развития туризма	<p><b><u>Содержание</u></b>          9. Брендинг туристских дестинаций  <b><u>Самостоятельная работа</u></b>          Территория как продукт. Мотивация туристов.          Сегментация туристов.          Логотип дестинации          Изучите, размещение какого оборудования и функциональных зон должна обеспечивать площадь офиса, занимаемого турагентством          Определите основные требования к внешнему виду сотрудников туристической фирмы. Стандарты обслуживания.</p>	<b>2</b>      <b>14</b>	<i>OK 1,3, 5,8 ПК 1.4-1.7</i>
Тема 7. Каналы сбыта туристских продуктов и услуг	<p><b><u>Содержание</u></b>          10. Инструменты и механизмы продвижения турпродукта  <b><u>Самостоятельная работа</u></b>          26. Фирменный стиль и деловая репутация туристской организации          27. Сайт туристской компании как элемент активации продаж          14. Франчайзинг как бизнес-модель развития туроператорской компании          Определите, каким образом могут применяться карты и схемы при реализации турпродукта          Изучите использование туристической информации турагентами</p>	<b>2</b>      <b>14</b>	<i>OK 1,3, 5,8 ПК 1.4-1.7</i>
<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>			
<b>Виды работ:</b>		<b>108</b>	
<b>Подготовительный этап</b>	<p>На подготовительном этапе студенты знакомятся с целями и задачами практики, условиями и планом ее прохождения. Затем осуществляется выбор предприятия. Это может быть предприятие как производственной, так и непроизводственной сферы, учебное заведение. Направление «Туризм» предполагает возможность прохождения практики в туристской фирме, в гостинице или на любом другом предприятии, имеющем туристскую специализацию. Перед началом практики необходимо получить направление, которое предоставляется директору предприятия или в отдел кадров. В соответствии с типом вы-</p>	<b>24</b>	<i>OK 1-9 ПК 1.1-1.7</i>

	<p>бранного предприятия, студенту дается задание на период практики, а также рекомендации по оформлению отчета. На подготовительном этапе также студенту рекомендуется вспомнить теоретический материал по основным вопросам, который понадобится в период работы, и практические навыки, полученные при изучении соответствующих дисциплин. Подготовительный этап может осуществляться как в форме индивидуальных консультаций, так и в форме установочной конференции, на которой определяются цели и задачи практики, осуществляется выбор места и формы ее прохождения, оформляются направления, выдается задание, сообщаются требования к отчету, дается общий инструктаж по технике безопасности. Индивидуальное задание по практике студенту выдает руководитель практики. Оно может сводиться к написанию индивидуального отчета по практике, представляющего основу будущей дипломной работы студента. Кроме отчета в индивидуальное задание может быть включено: составление карт (картосхем), построение диаграмм, разработка туров и маршрутов и т.д. Руководитель в течение практики периодически контролирует выполнение индивидуального задания. По мере необходимости студент в ходе работы над отчетом может консультироваться у руководителя практики, преподавателей ЦК, а также ведущих специалистов производственных организаций.</p>		
<p><b>Производственный этап</b></p>	<p>В течение обозначенного срока студенту необходимо посещать предприятие в соответствии с графиком его работы, а также видом исполняемой деятельности.</p> <p>За период практики студенту необходимо изучить работу предприятия, познакомиться с коллективом, освоить навыки определенной деятельности. По прибытии на место производственной практики студент должен:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) встретиться с руководителем практики на производстве и получить от него задание;</li> <li>2) изучить инструкцию по технике безопасности и расписаться в журнале по технике безопасности;</li> <li>4) ознакомиться с условиями труда и рабочим местом.</li> </ol> <p>Рабочий день студента-практиканта – 6 часов.</p> <p>В период прохождения практики студент обязан:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) своевременно выполнять все указания руководителя практики на производстве, обеспечивать качественное выполнение порученных работ;</li> <li>2) производить необходимые работы (исследования), собирая при этом мате-</li> </ol>	<p>60</p>	<p><i>ОК 1-9 ПК 1.1-1.7</i></p>

	<p>риал для выпускной дипломной работы;</p> <p>3) строго соблюдать внутренний порядок, трудовую дисциплину и правила техники безопасности;</p> <p>4) принимать участие в общественной жизни коллектива;</p> <p>5) своевременно подготовить отчет о прохождении производственной практики.</p> <p>В первые дни производственной практики изучаются следующие вопросы:</p> <p>1) назначение и основные функции организации, где осуществляется практика;</p> <p>2) структура организации;</p> <p>3) нормативная база и используемые основные нормативные документы;</p> <p>4) характер статистической отчетности (формы, правила их заполнения);</p> <p>5) основные методы исследования;</p> <p>6) наличие и краткий анализ имеющихся фондовых материалов;</p> <p>7) возможность использования имеющихся статистической отчетности и фондовых материалов в работе при подготовке к выпускной дипломной работы;</p> <p>Нарушение правил техники безопасности, отсутствие на работе без уважительных причин, не выполнение указаний и поручений руководителя практики на производстве, порча имущества и технического оборудования, утеря материалов (документов), влечет за собой отчисление с практики.</p>		
<b>Заключительный этап</b>	<p>Заключительный этап практики предполагает подведение итогов прохождения практики, подготовку, сдачу и защиту отчета по практике.</p> <p>По окончании практики руководитель на предприятии дает краткую характеристику деятельности практиканта с письменной оценкой, заверенную подписью руководителя и печатью организации. Характеристика прилагается к отчету.</p> <p>Защита отчетов по практике может проводиться как в индивидуальной форме (беседа), так и в форме итоговой конференции. В случае организации итоговой конференции заранее назначаются сроки и место ее проведения, оговаривается регламент и порядок выступления. Студенты готовят доклады-презентации с представлением результатов прохождения практики и последующим их обсуждением.</p>	<b>24</b>	<i>ОК 1-9 ПК 1.1-1.7</i>
<b>Всего</b>		<b>342</b>	

## **4. Условия реализации профессионального модуля**

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

Реализация программы профессионального модуля осуществляется при наличии учебного кабинета Турагентской и туроператорской деятельности, учебного (тренингового) офиса, учебной (тренинговой) фирмы по представлению туристских услуг (турфирмы).

Оборудование учебного кабинета: компьютер, принтер, плакаты; нормативные документы, политическая карта.

Реализация программы профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику.

### **4.2 Информационное обеспечение обучения**

#### **Учебно-методическая документация:**

1. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов по МДК.
2. Сборник ФОС по разделам МДК.

#### **Нормативные документы:**

3. ГОСТ Р 51185-2014. Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. – Введ. 2016-01-01. – Москва: Стандартинформ, 2015. – 18 с.
4. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Введ. 2010-11-30. – Москва: Стандартинформ, 2011. – 16 с.
5. ГОСТ Р 54690-2017. Туристские услуги. Общие требования. – Введ. 2017-10-31. – Москва: Стандартинформ, 2017. – 9 с.

#### **Основные источники:**

6. Быстров С.А. Технология продаж и продвижения турпродукта: учебное пособие / С.А. Быстров. – Москва: КНОРУС. 2018. -206 с.

7. Валеева Е. О. Технология и организация турагентской деятельности: учебное пособие / Е. О. Валеева. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 74 с. // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/31940.html>

8. Ветитнев А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 340 с. // ЭБС Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/452006>

9. Емелин С. В. Технология и организация турагентской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 194 с. — (Профессиональное образование). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476733>

10. Кудреватых А. С. Правовое регулирование в туризме : учебное пособие, практикум / А. С. Кудреватых. — Москва : Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2018. — 288 с. // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : — URL: <http://www.iprbookshop.ru/88892.html>

11. Христов Т. Т. Религиозный туризм : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 338 с. —URL: <https://urait.ru/bcode/449246>

#### **Дополнительные источники:**

12. Восколович Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 191 с. — (Профессиональное образование). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495449> (

#### **Интернет-ресурсы**

13. Туристский портал «Отзыв.ru» - <http://www.otzyv.ru>

14. Профессиональный туристический портал «ТурДом» - <http://www.tourdom.ru>

15. Тонкости туризма. Энциклопедия туризма. Электронный вариант – <http://tonkosti.ru>.

16. Федеральное агентство по туризму <https://tourism.gov.ru/>

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

Оценка качества освоения профессионального модуля включает текущий контроль знаний и промежуточную аттестацию. Текущий контроль проводится в пределах учебного времени, отведенного на соответствующий раздел модуля, как традиционными, так и инновационными методами, включая компьютерные технологии. Итоговая аттестация проводится в форме экзамена.

Учебные занятия по ПМ.01 Предоставление турагентских услуг проводятся в учебных кабинетах. В процессе освоения программного материала по ПМ.01 применяются активные формы и методы развития познавательной активности (семинары, ситуационный анализ, тренинги). Учебные кабинеты оснащены проектором мультимедиа. Учебные занятия и самостоятельная работа обучающихся обеспечены нормативными документами (ГОСТами) и учебно-методической документацией (учебно-методическими пособиями).

При реализации ПМ.01 Предоставление турагентских услуг предусматривается производственная практика.

Практика является обязательным разделом ПМ 01. Она представляет собой вид учебной деятельности, обеспечивающей практико-ориентированную подготовку обучающихся. Студентами осваиваются общие и профессиональные компетенции в рамках ПМ 01. Заполняется дневник практики и отчет.

Производственная практика (по профилю специальности) организуется в шестом семестре в течение двух недель на предприятиях разных форм собственности, и организациях. При организации производственной практики (по профилю специальности), выборе места и формы ее проведения учитываются требования ФГОС, заключающиеся в подготовке студентов к проектной, производственной, научно-исследовательской деятельности. Студент имеет право выбора, как вида деятельности, так и организации – места прохождения практики. В процессе производственной практики (по профилю специальности) может выполняться научно-исследовательская работа по ВКР. Целью такой практики является сбор фактического материала для работы (например, статистического), разработка конкретных мероприятий (например, туров и маршрутов), отработка необходимых навыков и умений (например, оценки экологических или социально-экономических процессов).

Количество часов составляет 36 часов в неделю и распределяется следующим образом: 6 часов в день (при шестидневной рабочей неделе) студент должен находиться на производстве, 3 часа – выполнять самостоятельную работу. Однако график может быть изменен в зависимости от графика работы предприятия или организации. Все изменения должны согласовываться с руководителем практики и не противоречить КЗОТ.

На практике студенты знакомятся с документацией и особенностями работы предприятия, принимают участие в производственном процессе. По результатам практики составляется отчет, составленный в соответствии с планом характеристики предприятия.

Проведение консультаций по ПМ 01 организуется преподавателями в соответствии с графиком в индивидуальной и групповой форме с использованием нормативных документов, оборудования и необходимых учебно-методических пособий по организации внеаудиторной работы обучающихся.

Максимальный объем учебной нагрузки обучающегося составляет 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению основной профессиональной образовательной программы.

Максимальный объем аудиторной учебной нагрузки при очной форме получения образования составляет 36 академических часов в неделю.

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

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным. Преподаватели получают дополнительное профессиональное

образование по программам повышения квалификации, в том числе стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Общее количество аудиторных часов – **342 часа**

Занятия в активных и интерактивных формах – **14 часов (8 %)**

Тема занятия	часы	Форма проведения
1. Взаимодействие покупателя и продавца на этапе презентации турпродукта.	2	Эвристическая беседа
2. Управление возражениями клиента	2	Интерактивная лекция
3. Способы и методы обработки возражений.	2	Работа в малых группах (технология сотрудничества)
4. Разработка анкеты для опроса потребителей.	2	Работа в малых группах
5. Проблемы и перспективы развития индустрии туризма в г. Иркутске»	2	Урок-дискуссия
6. Организация продвижения российского турпродукта на зарубежные рынки	2	Круглый стол
7. Диверсификация турпродукта	2	Тематическая дискуссия



## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Содержание	Основные показатели оценки результата	Методы оценки
ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	Эффективный поиск информации по выявлению запросов целевой группы или индивидуальных туристов и определение возможностей их реализации	Выполнение практических заданий, разработка анкет для туристов.
ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.	Правильный выбор и использование верных приемов эффективного общения, и соблюдение культуры межличностных отношений. Проведение инструктажа по технике безопасности при посещении различных мероприятий и в течение действия турпродукта.	Наблюдение и оценка общения, информирования потребителя о туристских продуктах. Зачет освоенных ПК по результатам производственной практики.
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	Владение стандартной техникой взаимодействия с туроператором по реализации турпродукта.	Оценка теоретической подготовки по результатам тестирования.
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	Соблюдение правил расчета турпакета. Взаимодействие с туроператорами. Принятие эффективных и своевременных решений в соответствии с заявкой потребителя.	Выполнение практических заданий. Интерпретация результатов расчета стоимости турпакета.
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).	Правильность реквизитов при оформлении турпакета. Обеспечение качества предоставляемых туристу услуг по оформлению турпакета. Соблюдение стандартов качества туристского обслуживания.	Оценка теоретической подготовки по результатам заполнения туристских документов. Зачет освоенных ПК по результатам выполнения комплексных и проблемно-ситуационных заданий производственной практики.
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.	Соблюдение правил оформления виз. Использование приемов контроля качества предоставляемых туристу услуг	Зачет освоенных ПК по результатам производственной практики.
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.	Соблюдения правил оформления бланка туристской путевки.	Интерпретация результатов оформления БСО.

Содержание	Основные показатели оценки результата	Методы оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Проявление активности в процессе обучения и производственной практики Участие во внеурочных мероприятиях, связанных с будущей профессией	Наблюдение и интерпретация результатов деятельности студента в процессе освоения ПМ на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Выполнение поставленных задач Своевременное представление заданий Дисциплинированность и ответственность в процессе обучения и производственной практики Составление собственного организационного плана	Наблюдение и интерпретация результатов деятельности студента в процессе освоения ПМ, на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность при осуществлении операций по предоставлению информации туристам	Наблюдение и интерпретация результатов деятельности студента в процессе освоения ПМ, на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оперативность поиска и использования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития Широта использования различных источников информации, включая электронные	Наблюдение и интерпретация результатов деятельности студента в процессе освоения ПМ, на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Оперативность, точность и широта осуществления операций по отчетности и контролю сопровождения туристов, с использованием общего и специализированного программного обеспечения	Наблюдение и интерпретация результатов деятельности студента в процессе освоения ПМ, на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Коммуникабельность при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, руководителями практики в ходе обучения	Наблюдение и интерпретация результатов деятельности студента в процессе освоения ПМ, на практических занятиях, при выполнении индивиду-

		дуальных домашних заданий, работ по производственной практике
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий	Экспертное наблюдение
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Составление плана самостоятельных занятий при изучении учебного материала Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня	Наблюдение и интерпретация результатов использования студентом методов и приемов личной организации в процессе освоения ПМ, на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности	Наблюдение и интерпретация результатов деятельности студента в процессе освоения ПМ, на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике
У 1 Определять и анализировать потребности заказчика;	Составление анкет для потребителей, соблюдение реквизитов, проведение профессиональных переговоров с туристом	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
У 2 Выбирать оптимальный туристский продукт;	Подбор турпродукта в соответствии с потребностями туриста, соблюдение характеристик турпродукта	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
У 3 Осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);	Владение Интернет-технологиями	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
У 4 Составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;	Составление сравнительных таблиц, СЛС аналогичных турпродуктов у различных туроператоров	Выполнение практических заданий, работа в малых группах, подготовка слайд-шоу.
У 5 Взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;	Владение вербальными и невербальными средствами общения с потребителями, соблюдение этапов технологии продаж	Выполнение практических заданий, работа в малых группах, подготовка слайд-шоу.
У 6 Осуществлять брониро-	Осуществление поиска и ис-	Наблюдение и интерпре-

вание с использованием современной офисной техники;	пользования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач. Использования различных источников информации, включая электронные	тация результатов деятельности студента
У 7 Принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;	Формирование программ инфотуров для менеджеров турагентств, соблюдение требований осмотра отельной базы при инспекции отелей.	Выполнение практических заданий, работа в малых группах, подготовка слайд-шоу.
У 8 Обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;	Подбор документов при оформлении турпакета. Обеспечение качества предоставляемых туристу услуг по оформлению турпакета. Соблюдение стандартов качества туристского обслуживания.	Выполнение практических заданий
У 9 Разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;	Создание устной и печатной рекламы турпродукта	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
У 10 Представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;	Осуществление поиска и использования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач.	Наблюдение и интерпретация результатов деятельности студента.
У 11 Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;	Осуществление поиска и использования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач.	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
У 12 Оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;	Соблюдение правил расчета турпакета. Взаимодействие с туроператорами.	Выполнение практических заданий
У 13 Составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);	Соблюдение правил расчета турпакета. Взаимодействие с туроператорами.	Составление договора о предоставлении турагентских услуг
У 14 Приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;	Соблюдения правил оформления бланка туристской путевки.	Заполнение БСО Туристская путевка
У 15 Принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;	Соблюдения правил оформления бланка туристской путевки.	Заполнение БСО Туристская путевка. Наблюдение и интерпретация результатов деятельности студента.
У 16 Предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях	Соблюдение правил оформления виз.	Составление договора о предоставлении туристских услуг

консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;		
У 17 Консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;	Соблюдение правил расчета турпакета. Взаимодействие с туроператорами	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
У 18 Доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;	Соблюдение правил расчета турпакета. Взаимодействие с туроператорами. Соблюдение правил оформления виз.	Заполнение БСО Туристская путевка. Наблюдение и интерпретация результатов деятельности студента.
З 1 Структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;	Соблюдение структуры рекреационных потребностей при реализации туров	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
З 2 Требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;	Соблюдение правил расчета турпакета. Взаимодействие с туроператорами	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
З 3 Различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;	Соблюдение правил расчета турпакета. Взаимодействие с туроператорами	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
З 4 Методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;	Соблюдение правил расчета турпакета. Взаимодействие с туроператорами	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
З 5 Технологии использования базы данных;	Осуществление поиска и использования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач. Использования различных источников информации, включая электронные	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
З 6 Статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;	Осуществление поиска и использования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач. Использования различных источников информации, включая электронные	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
З 7 Особенности и сравни-	Владение и поиск информации	Выполнение практических

тельные характеристики туристских регионов и турпродуктов;	о туристских возможностях различных регионов	заданий, работа в малых группах.
3 8 Основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;	Соблюдение правил проведения маркетинговых исследований в туризме	Выполнение практических заданий, работа в малых группах, подготовка слайд-шоу.
3 9 Виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;	Формирование рекламных турпродуктов	Выполнение практических заданий, работа в малых группах, подготовка слайд-шоу.
3 10 Характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;	Соблюдение правил расчета турпакета. Взаимодействие с туроператорами	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
3 11 Правила оформления деловой документации;	Соблюдение правил оформления деловой документации	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
3 12 Правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;	Соблюдение правил изготовления, учета и хранения БСО Туристская путевка	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
3 13 Перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан РФ;	Владение и поиск информации о правилах въезда в РФ и выезда из РФ	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
3 14 Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами РФ;	Владение и поиск информации о странах, входящих в Шенгенское соглашение	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
3 15 Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;	Использование приемов эффективного общения, и соблюдение культуры межличностных отношений.	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.
3 16 Информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.	Осуществление поиска и использования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач. Использование различных источников информации, включая электронные	Выполнение практических заданий, работа в малых группах.