Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Мишкина Л. В.
Должность: директор
Дата подписания: 11.03.2022 14:12:47
Уникальный программный ключ:
8816e64d7bbb2e4cb90358045a91cd7fed713c59

Государственное профессиональное образовательное учреждение
Тульской области
«Тульский колледж строительства и отраслевых технологий»
(ГПОУ ТО «ТКСиОТ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора по УМР
_____ Н.М. Вагнер
«_30_» ____июня____ 2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

Председатель цикловой методической комиссии
профессий и специальностей социально-экономического профиля
_____ М.А.Морозова
«_16_» _____июня_____ 2021 года

Тула–2021

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07 мая 2014 года № 474 (регистрационный номер 32806 от 19 июня 2014 года Министерства юстиции Российской Федерации)

Организация-разработчик: государственное профессиональное образовательное учреждение Тульской области «Тульский колледж строительства и отраслевых технологий» (далее – ГПОУ ТО «ТКСиОТ»)

Разработчик:
Сергеева Оксана Владимировна, преподаватель ГПОУ ТО «ТКСиОТ»

Рассмотрена и одобрена цикловой методической комиссией профессий и специальностей социально-экономического профиля, протокол № 5 от « 16 » июня 2021 года.

СОДЕРЖАНИЕ

1. **ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** **4**
2. **РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** **7**
3. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** **8**
4. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** **17**
5. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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 по специальности 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): предоставление туроператорских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

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

1.2. Цели и задачи модуля

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

иметь практический опыт:

– проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;

– планирования программ 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:

– осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;

– проводить анализ деятельности других туркомпаний;

– работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;

– обрабатывать информацию и анализировать результаты;

– налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;

– работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;

– работать с информационными и справочными материалами;

– составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;

– составлять турпакеты с использованием иностранного языка;

– оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;

– оформлять страховые полисы;

– вести документооборот с использованием информационных технологий;

– анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;

– рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

– рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;

– работать с агентскими договорами;

– использовать каталоги и ценовые приложения;

– консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;

– работать с заявками на бронирование туруслуг;

– предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;

– использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;

– использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

знать:

– виды рекламного продукта;

– правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;

– способы обработки статистических данных;

– методы работы с базами данных;

– методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;

– планирование программ турпоездок;

– основные правила и методику составления программ туров;

– правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;

– способы устранения проблем, возникающих во время тура;

– методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

– методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;

– методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;

– основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;

– правила бронирования туруслуг;

– методику организации рекламных туров;

– правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;

– основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;

– технику проведения рекламной кампании;

– методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;

– техники эффективного делового общения, протокол и этикет;

– специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

1.3. **Количество часов на освоение программы профессионального модуля**

Максимальная учебная нагрузка – 582 часа,

в том числе:

обязательная учебная нагрузка – 340 часов;

учебная практика – 36 часов;

производственная практика – 36 часов;

самостоятельная учебная работа – 170 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код ПК, ОК	Результаты освоения профессионального модуля
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 ПМ. 03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

3.1. Структура профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная	Производственная
			Всего учебных занятий	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч., курсовая работа (проект)	Всего	в т.ч., курсовая работа (проект)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1 - 3.4. ОК 1-9	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	255	170	40	-	85	-	-	-
	МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме	255	170	74	-	85	-	-	-
	Учебная практика	36	-	-	-	-	-	36	-
	Производственная практика	36	-	-	-	-	-	-	36
	Всего:	**582**	**340**	**-**	**-**	**170**	**-**	**36**	**36**

3.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	**2**		**3**	**4**
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности			**170**	
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности	**Содержание**		9	
	1.	Введение. Разновидности туроператорских фирм. Классификация туроператорских фирм.		1
	2.	Функции туроператоров. Комплектующая, сервисная и гарантийная функции туроператора.		1
	3.	Этапы создания турпродукта. Жизненный цикл турпродукта. Стадии жизнедеятельности турпродукта.		1
Тема 1.2. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности	**Содержание**		6	
	1.	Международные организации и документы, регулирующие туристские продукты. Международные туристские организации, их состав.		1
	2.	Российское законодательство, регламентирующее туристскую индустрию. Федеральный закон от 14.11.1996 №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».		1
	Практические занятия		6	
	1.	Изучение Федерального закона от 14.11.1996 №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».		1
	2.	Изучение ГОСТ Р 50644-2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов».		1
Тема 1.3. Технология разработки туристского продукта	**Содержание**		21	
	1.	Особенности туристского продукта. Основные потребительские свойства турпродукта. Особенности туристской индустрии и ее товара. Туристская услуга, ее свойства. Программа пребывания. Маршрут путешествия.		2
	2.	Классификация турпродукта по основному виду используемого транспортного средства.		2

		Авиационные туры. Железнодорожные туры. Автобусные туры. Речные и морские круизы.		
	3.	Классификация турпродукта по целям путешествия. Лечебно-оздоровительные туры. Рекреационные туры. Познавательные туры. Физкультурно-спортивные туры. Бизнес-туры. Развлекательные туры. Обучающие туры.		2
	4.	Классификация турпродукта по продолжительности тура. Краткосрочные, среднесрочные, стандартные туристические программы.		2
	5.	Классификация турпродукта по географическим направлениям. Туры в Скандинавию. Западноевропейские туры. Альпийский отдых. Страны Центральной и Восточной Европы. Отдых на Средиземноморье. Страны Азии и Африки. Экзотические острова.		2
	6.	Классификация турпродукта по специфике комплектации турпродукта Групповые и индивидуальные программы. Инклюзив-туры и заказные туры.		2
	7.	Этапы создания турпродукта. Составление модели туристской услуги. Создание проекта турпродукта. Обкатка программы.		3
	Практические занятия		14	
	1.	Изучение программы внутреннего тура на примере.		
	2.	Изучение маршрута путешествия на примере.		
	3.	Изучение программы внешнего тура на примере.		
	4.	Составление модели туристской услуги.		
	5.	Создание проекта турпродукта.		
Тема 1.4. Виды и формы договорных отношений между турфирмой-оператором и партнерскими организациями	**Содержание**		12	
	1.	Виды и формы договорных отношений между турфирмой-оператором и средствами размещения Средства размещения, используемые в туроперейтинге. Функциональное назначение гостиницы, ее месторасположение. Классификация гостиниц по продолжительности работы, по уровню комфортности. Договорные отношения турфирм и средств размещения. Договор о текущем бронировании.		2
	2.	Договорные отношения между фирмой-оператором и транспортными организациями Авиационный транспорт. Чартерные рейсы. Использование регулярных авиаперевозок в туроперейтинге. Водный транспорт. Морские и океанские круизы. Организация железнодорожных экскурсий. Туристические поезда.2 Экзотические виды транспорта.		2

	3.	Взаимодействие туроператора с иными организациями, возникающее при формировании турпродукта Компании, предоставляющие культурно-познавательные услуги. Посещение развлекательных мероприятий. Организация дополнительного питания туристов. Посещение оздоровительных мероприятий.		2
	4.	Расчет стоимости тура. Методика расчета стоимости тура.		2
	Практические занятия		10	
	1.	Изучение программы речного круиза на примере.		
	2.	Изучение программы морского круиза на примере.		
	3.	Изучение программы железнодорожной экскурсии на примере.		
	4.	Изучение программы с использованием национальной экзотики на примере.		
	5.	Расчет стоимости турпродукта.		
Тема 1.5. Туристские формальности	**Содержание**		9	
	1.	Особенности оформления заграничных паспортов гражданами РФ. Особенности оформления заграничных паспортов гражданами РФ. Причины отказа выдачи загранпаспорта.		2
	2.	Организация консульского обслуживания в процессе подготовки тура. Классификация виз. Шенгенская виза. Визовый и безвизовый режим посещения зарубежных стран российскими гражданами. Стандартный пакет документов, требуемый от туриста для оформления въездной визы.		2
	3.	Пограничные и таможенные формальности. Паспортные формальности. Таможенные туристические формальности. Санитарные правила.		2
		Практические занятия	6	
	1.	Изучение особенностей оформления загранпаспортов гражданам РФ.		
	2.	Изучение причин временного отказа в выдаче заграничного паспорта для выезда из РФ.		
Тема 1.6. **С**трахование в туроператорской деятельности	**Содержание**		6	
	1	**Финансовые гарантии туроператора. Медицинское страхование в туроператорской деятельности** Договор страхования ответственности туроператора. Страховой тариф. Сумма страхового покрытия. Права и обязанности оператора. Обязанности страховщика.		1
	2.	**Страхование от невозможности совершить туристскую поездку** Убытки, которые может понести турист при отказе от путешествия. Франшиза.		1

	Практические занятия			
	1.	Расчет страховки на примере.	4	
	2.	Оформление договора страхования ответственности туроператора.		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 03.01. 1. Изучение программы автобусного тура на примере. 2. Изучение морского маршрута путешествия на примере. 3. Изучение морского маршрута путешествия на примере. 4. Составление модели туристской услуги. 5. Создание проекта турпродукта. 6. Договорные отношение туроператорских фирм и средств размещения. 7. Составление договоров (3 формы). 8. Составление программы «Круиз по Балтике». 9. Составление программы тура «Прага-Вена-Дрезден». 10. Составление договора страхования ответственности туроператора. 11. Организация международной системы медицинского страхования для туристов, выезжающих за рубеж. 12. Подготовка сообщений о программе для туроператоров Мастер-Тур, 13. Реклама в Интернете. Подготовить рекламу создаваемой вами турфирмы для размещения в Интернете.			85	
Тематика домашних заданий 1. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы. 2. Подготовка рефератов, докладов, тематических презентаций. 3. Подготовка к лабораторным и практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление лабораторных работ, практических и расчетных заданий, отчетов и подготовка к их защите. 4. Составить список организаций России, которые могут дать финансовую гарантию туроператорской фирме. 5. Дать определение страхового случая. 6. Страхование жизни и здоровья.				
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме			170	
Тема 2.1. Сущность и специфика маркетинга в туризме	**Содержание**		32	1
	1.	Тенденции развития индустрии туризма. Туризм как междисциплинарная область научного знания.		1
	2.	Предпосылки применения маркетинга в туризме. Основные понятия и определения маркетинга в туризме.		1
	3.	Продуктовая политика в маркетинге туризма. Маркетинговые каналы распространения тур услуг.		1
	4.	Ценообразование в сфере туризма.		2

		Роль человеческого фактора в сфере туристического бизнеса.		
	5.	Сервис как составляющая комплекса маркетинговых услуг. Понятие «услуга» и «сервис». Сервисная стратегия.		2
	Практические занятия		14	
	1.	Материальные свидетельства, подтверждающие качество туристических услуг.		
	2.	Разработка сервисной стратегии.		
Тема 2.2. Маркетинговые коммуникации в туризме	**Содержание**		40	
	1.	Сущность, значение и специфика маркетинговых коммуникаций в туризме. Место и значение продвижения в комплексе маркетинга.		2
	2.	Специфика продвижения услуг.		2
	3.	Реклама в туристическом бизнесе.		1
	4.	Понятие и сущность рекламы. Функции рекламы. Виды рекламы.		2
	5.	Прямой маркетинг. Сущность и специфика мобильного маркетинга		1
	6.	Сущность и специфика интернет рекламы.		2
	7.	Организация и проведение рекламной компании. Стимулирование продаж туристических услуг.		2
	8.	Связь с общественностью в продвижении тур услуг. Брэндинг на рынке туристических услуг.		2
	Практические занятия		30	
	1.	Материальные свидетельства, подтверждающие качество туристических услуг.		
	2.	Разработка сервисной стратегии.		
	3.	Каналы маркетинговых коммуникаций.		
	4.	Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Структура комплекса.		
	5.	Продвижение в социальных сетях.		
	6.	Продвижение в социальных сетях.		
	7.	Личные продажи и техника продаж туристических услуг.		
	8.	Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме.		
Тема 2.3. Продвижение дестинаций	**Содержание**		24	
	1.	Специфика комплекса продвижения дестинации. Роль спортивного и событийного маркетинга в продвижении дестинации.		1

	2.	Использование природно-климатических ресурсов в создании турпродукта Классификация климатических ресурсов, их характеристика.		2
	3.	Использование историко-культурных достопримечательностей в создании турпродукта Классификация культурно-исторических объектов, их роль в создании турпродукта.		2
	4.	Роль спортивного и событийного маркетинга в продвижении дестинации Организация продвижения системы дестинаций.		3
	Практические занятия		30	
	1.	Место маркетинга дестинаций в туристическом маркетинге. Имидж дестанации.		
	2.	Отечественный опыт разработки программ продвижения дестинаций.		
	3.	Формирование информационной системы обеспечения территориального маркетинга и продвижения дестинаций.		
	4.	Формирование информационной системы обеспечения территориального маркетинга и продвижения дестинаций.		
	5.	Кейс «Дестинация «Камчатка»: природный и рекреационный потенциал, комплекс маркетинговых коммуникаций».		
	6.	Природные ресурсы. Историческое и культурное наследие. Туристические зоны и виды туризм. Характеристики рынка туристических услуг.		
	7.	Кадры в сфере туризма. Горнолыжные базы. Проблемы транспортной доступности. Санитарно-оздоровительные услуги. Услуги средств размещения.		
	8.	Маркетинговые коммуникации предприятий сферы туризма и отдыха. Медиа предпочтения клиентов.		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.03.02. Подготовка презентаций, по теме «Сервис и внутренний маркетинг» Подготовка докладов по теме «Определение видов коммуникаций». Подготовка докладов по теме «Организация и проведение рекламной компании». Разработка бренда. Разработка комплекса продвижения дестинаций.			85	
Учебная практика **Виды работ:** – Составление модели туристской услуги. – Создание проекта турпродукта. – Изучение отечественного опыта разработки программ продвижения дестинаций. – Определение цели, преобладающего типа и используемый вид рекламы. – Определение целевого сегмента рынка.			36	

– Анализ средств распространения рекламы. – Обработка данных анкетного опроса. – Обработка анкеты «Отношение потребителя к рекламе». Оценка эффективности издания. – Определение переменных данных графика размещения рекламы. – Разработка рекламного бюджета. – Оценка эффективности рекламы. – Ранжирование рекламных сообщений методом попарных сравнений. – Разработка бонусной программы и системы стимулирования работников туристской фирмы, – торговых посредников, клиентов. – Разработка программы продвижения при формировании интегрированного комплекса коммуникаций. – Создание бренд-кода. – Создание бренд-нейма (имени бренда). – Создание «мыслительных полей» бренда. – Создание и тестирование визуальных и смысловых компонентов. – Разработка фирменного стиля. – Разработка стратегии управления брендом. – Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций конкретной дестинации (страны, региона, города). – Составление договора «гарантированного выкупа» (жесткий блок). – Составление договора о «квоте мест» (без твердой гарантии заполнения). – Составление договора о текущем бронировании. – Составление схемы организации международной системы медицинского страхования для туристов, выезжающих за рубеж. – Оформление страхования юридической ответсвенности туриста в стане временного пребывания. – Взаимоотношение туроператора и страховой компании о сотрудничестве: права и обязанности оператора, обязанности страховщика. – Изучение информационных технологий, используемых при создании турпродукта. – Изучение программного обеспечения.		
Производственная практика **Виды работ:** 1. Ознакомление с правилами внутреннего распорядка туристских предприятий. 2. Изучение нормативно-правовой базы осуществления туроператорской деятельности. 3. Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. 4. Расчет себестоимости турпакета и определения цены турпродукта.	36	

5. Работа со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту. 6. Изучение правил работы с агентскими договорами. 7. Консультирование партнеров по турпродуктам, оказание помощи в продвижении и реализации турпродукта. 8. Использование различных методов поощрения турагентов, расчёт для них комиссионного вознаграждения. 9. Ведение документооборота с использованием информационных технологий. 10. Анализ и решение проблем, возникающих во время тура, умение принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы. 11. Оформление страховых полисов. 12. Обработка информации и анализ результатов. Оформление индивидуальных отчётов.		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:
1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Наименование и характеристика учебной аудитории (мастерской), перечень оборудования и технических средств обучения

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов турагентской и туроператорской деятельности; информационно-экскурсионной деятельности, коммуникативных тренингов, информационно-коммуникационных технологий, учебной (тренинговой) фирмы по предоставлению туристских услуг (турфирма).

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

– посадочные места по количеству обучающихся;

– рабочее место преподавателя;

– комплект учебно-планирующей документации.

Технические средства обучения:

– компьютер с лицензионным программным обеспечением, имеющим выход в сеть Интернет;

– мультимедийный проектор.

4.2. Информационное обеспечение реализации программы

4.2.1. Печатные изданичя

Основные источники:

1. Сарафанова Е.В. Маркетинг в туризме: учебное пособие. – М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2018.
2. Гребенюк Д.Г. Технология продаж и продвижения турпродукта: учебное пособие. – М.: ИЦ «Академия», 2018.
3. Орловская В.П. Технология и организация предприятия туризма: учебник. – М.: Инфра-М, 2017.

Дополнительная литература:

4. Рубаник А.И. Технология въездного туризма, Ростов н/Дону: Феникс, 2010.
5. Ушаков Д.С. Технология выездного туризма, Ростов н/Дону: Феникс, 2010.
6. Христофорова И.В. Маркетинг в туристской индустрии, М.: ИЦ «Академия», 2012.

Законодательные акты:

1. Федеральный закон РФ «Об основах туристской деятельности в РФ».
2. ГОСТ Р 54604-2011 «Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования».
3. ГОСТ Р 53997-2010 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования».

4. ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения».

5. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг».

Интернет-ресурсы:

1. Все о туризме. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]/URL http://tourlib.net/

2. Энциклопедия туриста [Электронный ресурс]/URL: www.vladsc.narod.ru.

3. Официальный сайт федерального агентства по туризму Российской Федерации. Электронный ресурс]/URL: http://www.russiatourism.ru.

4. Новости туризма. [Электронный ресурс]/URL http://www.travel.ru**.**

5. Международный и внутренний туризм. Подбор туров[Электронный ресурс]/URL http://www.votpusk.ru**.**

6. Обзор российского рынка туризма [Электронный ресурс]/URL: http://www.marketcenter.ru/content/doc-1-12578.html) -

7. Все о туризме: туристическая библиотека [Электронный ресурс]/URL: www.tourlib.net -

8. Интернет журнал Турбизнес [Электронный ресурс]/URL: http://www.tourbus.ru/home_m.htm -

9. Официальный сайт федерального агентства по туризму Российской Федерации. Электронный ресурс]/URL: http://www.russiatourism.ru

10. Страны мира: географический справочник. [Электронный ресурс]/URL: http://geo.historic.ru.

11. Энциклопедия туриста [Электронный ресурс]/URL: www.vladsc.narod.ru.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	- демонстрация эффективности использования результатов маркетинговых исследований при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;	– наблюдение и оценка работ на практических занятиях, производственной практике; – текущий контроль в форме устного опроса, тестирования;
	- демонстрация анализа деятельности туркомпании при создании туристского продукта;	– текущий контроль в форме устного опроса, тестирования, тренинга демонстрации умений, защиты практического задания;
	- демонстрация распространения рекламных материалов и сбора информации;	– текущий контроль в форме тренинга демонстрации умений, – наблюдение и оценка работ на практических занятиях; – квалификационный экзамен по модулю;
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	- результативность формирования контактов с торговыми представительствами других регионов и стран;	– текущий контроль в форме устного опроса, тестирования, защиты практического занятия; – дифференцированный зачет по МДК;
	- демонстрация работы с запросами клиентов, в том числе и иностранных;	– текущий контроль в форме устного опроса, тестирования; защиты практического занятия; – дифференцированный зачет по производственной практике, МДК; – квалификационный экзамен по модулю;
	-демонстрация составления программ туров для российских и зарубежных клиентов;	– текущий контроль в форме устного опроса, тестирования; защиты практического занятия; – дифференцированный зачет по производственной практике, МДК; – квалификационный экзамен по модулю;
ПК 3.3. Рассчитывать	- демонстрация расчета стоимости проживания, питания,	– текущий контроль в форме устного опроса,

стоимость туристского продукта	транспортного и экскурсионного обслуживания;	тестирования; защиты практического занятия; – дифференцированный зачет по МДК; – квалификационный экзамен по модулю;
	- демонстрация расчета себестоимости турпакета и определение цены турпродукта;	– текущий контроль в форме устного опроса, тестирования; защиты практического занятия; – дифференцированный зачет по МДК; – квалификационный экзамен по модулю;
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	- демонстрация работы с агентскими договорами; использование каталогов и ценовых приложений;	– текущий контроль в форме защиты практического занятия; – наблюдение и оценка работ на производственной практике;
	- результативность консультации партнеров по турпродуктам, оказание помощи в продвижении и реализации турпродукта;	– текущий контроль в форме защиты практического занятия; – наблюдение и оценка работ на производственной практике;
	- демонстрация предоставления информации турагентам по рекламным турам.	– текущий контроль в форме защиты практического занятия; – наблюдение и оценка работ на производственной практике.

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– демонстрация участия в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах, проектно-исследовательской работе;	– оценка результата участия в конкурсах, олимпиадах, проектно-исследовательской работе;
	– демонстрация самостоятельного, углубленного (по желанию) изучения теоретических знаний отдельных МДК профессионального модуля.	– текущий контроль, тестирование, оценка практических заданий;

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	– результативность сопоставления результата практического задания поставленным задачам;	– наблюдение и оценка практических заданий, работ на производственной практике;
	– демонстрация оценки эффективности и качества выполняемых работ в соответствии с требованиями действующих правил;	– наблюдение и оценка практических заданий, работ на производственной практике;
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– демонстрация принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях при выполнении профессиональных задач;	– наблюдение и оценка практических заданий, работ на производственной практике;
	– результативность соотнесения принятых решений с мерой личной ответственности;	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	– демонстрация использования современных средств коммуникации для эффективного поиска электронных учебников, нормативно-технической документации, другой информации, необходимой для выполнения профессиональных задач;	– наблюдение и оценка практических заданий, работ на учебной и производственной практике;
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	– демонстрация разработки и оформления отчетной документации, рефератов, презентаций, курсовых работ, расчетных заданий с использованием современных ИКТ;	– оценка практических заданий, расчетных, курсовых и дипломных работ;
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– результативность творческого взаимодействия обучающихся, преподавателей и мастеров при решении профессиональных задач учебного проектирования, разработки коллективных проектно-исследовательских работ на этапе курсового и дипломного проектирования, выполнения расчетных заданий по МДК;	– оценка практических заданий, защиты проектных, исследовательских работ;

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	– демонстрация проявления ответственности за работу членов команды, результат выполнения заданий;	– наблюдение и оценка за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы;
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– демонстрация повышения уровня само образования в области профессионального и личностного развития с целью быть конкурентоспособным на современном рынке труда, быть всесторонне развитой личностью в современном обществе;	– оценка практических занятий, выполнения работ на производственной практике;
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	– демонстрация проявления интереса к инновациям в области туризма, их применение на практике;	– оценка выполнения практических заданий, индивидуальных творческих заданий, курсовых и дипломных работ;