

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение Архангельской области
«Архангельский педагогический колледж»
(ГБПОУ АО «Архангельский педколледж»)

РАССМОТРЕНО И
ОДОБРЕНО
на заседании кафедры
учебных дисциплин и
учебных модулей в
области туризма и
естественных наук
Протокол № 9
от «17» мая 2021 г.
Заведующий кафедрой:
М.Н. Жданова

РЕКОМЕНДОВАНО
к утверждению экспертным
советом Архангельского
педколледжа
Протокол № 6
от «24» мая 2021 г.
Председатель экспертного
совета: *Н.Ю. Ульянова*

УТВЕРЖДАЮ
Директор
Архангельского
педколледжа
_____*Л.А.*
Перова
«15» июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг

Архангельск 2021

Рабочая учебная программа профессионального модуля Предоставление туроператорских услуг (ПМ 03.) разработана в соответствии с требованиями ФГОС по специальности 43.02.10Туризм

Организация-разработчик: «Архангельский педагогический колледж»

Разработчики: Шмелева Л.В, преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ» .
.....3**
- 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ.....6**
- 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ.....7**
- 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ.....
18**
- 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
.....21**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг» (далее рабочая программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **43.02.10 «Туризм» 43.00.00 Сфера обслуживания** в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Предоставление туроператорских услуг** и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК3.1.Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК3.2.Формировать туристский продукт.

ПК3.3.РасСчитывать стоимость туристского продукта.

ПК3.4.Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению турпродукта.

ПК3.5.Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.

Рабочая программа может быть использована в повышении квалификации, в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной переподготовке специалистов в области образования, при наличии среднего профессионального образования или высшего непедагогического образования. Опыт работы не требуется.

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

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

1.1.1. Перечень общих компетенций¹

Код	Наименование 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 решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

¹ В данном подразделе указываются только те компетенции, которые формируются в рамках данного модуля и результаты которых будут оцениваться в рамках оценочных процедур по модулю.

ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для постановки и решения 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
ОК 10	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт.
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК3.5.	Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен²:

Иметь практический опыт	*проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; *налаживания контактов с торговыми представительствами других регионов и стран, нахождения партнеров и контрагентов; *планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета; *предоставления сопутствующих услуг;
-------------------------	---

² Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.

	*решения проблем, возникающих на маршруте; *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 компании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;
уметь	*осуществлять маркетинговые исследования, *использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентами; *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, возникающие во время тура; *методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного 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;
--	--

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося - 492 часов, включая:
 -обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 388 часов;
 -самостоятельной работы обучающегося - 104 часа;
- производственной практики – 180 часов.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1-3.5	Раздел 1. Освоение технологического процесса организации туроператорской деятельности	189	126	62	1	63	20	*	98
ПК 3.1-3.5	Раздел 2. Овладение маркетинговыми технологиями в туризме	123	82	40	1	41	20	*	82
	Производственная практика	180							180
	Всего:	492	208	102	2	104	40	*	*

3.2. 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, курсовая работ (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Раздел ПМ 1. Освоение технологического процесса организации туроператорской деятельности			189	
МДК. 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности			126	
Тема 1.1 Роль туроператора в индустрии туризма	Содержание		10	
	1	Сущность деятельности туроператора Определение понятия «туроператор». Основные различия между туроператором и турагентом: по функциональным возможностям, по системе доходов, по принадлежности туристского продукта.	7	1
	2	Виды туроператоров и их функции Подразделение туроператоров по видам и месту деятельности. Отличительные особенности инициативных и рецептивных туроператоров. Функции туроператоров. База туроператоров.		1
	3	Развитие новых мест туристского назначения как вектор создания турпродукта Категории и параметры характеристик мест туристского назначения. Причины, пути появления и цели новых мест туристского назначения, Актуальность развития новых мест туристского назначения, обладающих высоким туристским потенциалом, но находящихся вдалеке от традиционных туристских потоков.		2
	Практические занятия		3	
	1	Определение специфики деятельности туроператора		
	2	Анализ рекламы туроператоров в СМИ по заданным параметрам		
Тема 1.2 Методика разработки программного туристского продукта	Содержание		16	
	1	Виды туристских программ Определение понятий «туристская программа», «туристский пакет», «инклюзив –тур». Свойства турпродукта. Туры индивидуальные, групповые, рекламные. Продолжительность туров: однодневные, кратковременные, многодневные.	6	2
	2	Принципы современного программного обслуживания Учёт возрастных особенностей, образования и социальной принадлежности туристов. Составляющие туристской привлекательности турпродукта, учёт индивидуальных и групповых потребностей туристов. Классификация программ туристского отдыха в		2

		зависимости от целей путешествия		3
	3	Планирование туроперейтинговой программы Определение турпродукта. Инвентаризация ресурсов: определение понятия «туристские рекреационные ресурсы. Анализ рынка потенциальных потребителей и турпредложений. Налаживание международных контактов. Создание координационного центра по привлечению и приёму туристов (в т.ч. иностранных). Совершенствование внутренних ресурсов, в т.ч. инфраструктуры. Разработка рекламных материалов. Привлечение специалистов. Вхождение в рынок.		
	Практические занятия			
	1	Картирование видов туристских программ		
	2	Определение и характеристика программ туристского отдыха согласно к классификации		
	3	Выделение этапов планирования туроперейтинговой программы		
	4	Разработка «опросника» для проведения интервью потенциальных потребителей туруслуг Архангельской области		
Тема 1.3 Технология создания программного туристского продукта	Содержание		51	
	1	Инвентаризация ресурсов. Формирование перечня ресурсов. Оценка образа общины. Усовершенствование перечня ресурсов. Создание каталога ресурсов. Работа с информационными базами.	25	3
	2	Этапы проектирования регионального туристского продукта Подготовительно–организационный этап (исследование туристского рынка, рекреационных потребностей и туристских ресурсов для их удовлетворения, формирование общественного мнения, налаживание партнёрских связей). Исполнительно – внедренческий этап (процесс реализации на уровне пилотного и рекламного туров) и контрольно – коррекционный этап (анализ полученных результатов для устранения недочётов)		2
	3	Программирование тура Определение понятия «программа обслуживания», составляющие программного обслуживании. Тематическая направленность программы тура (деловые, конгрессные, фольклорно – этнографические, гастрономические и пр.). Составление маршрута и его оптимизации. Примеры тематических программ обслуживания.		2
	4	Требования к проектированию и реализации туров ГОСТ Р 50681 – 2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Общие требования»: обязательные и рекомендуемые требования. Классы обслуживания. Роль поставщиков услуг в комплексном обслуживании туров различной классности. Проектная документация.		2
	5	Документационное обеспечение тура Составление папки – обоснования по туру: технологическая карта, график загрузки туристских предприятий по маршруту, информационный листок, лист бронирования, договор с клиентом, договора с поставщиками услуг, калькуляция, описание маршрута, график движения по маршруту, карта – схема маршрута, описание технологических		2

		особенностей тура, памятка туристу, справочные материалы и рекламные материалы, прайс – листы.		
	Практические занятия		26	
	1	Определение значимости информационных ресурсов в профессиональной деятельности		
	2	Обоснование тенденций спроса и предложения регионального турпродукта в рамках развития туризма в Архангельской области		
	3	Картирование рекреационных ресурсов районов Архангельской области		
	4	Моделирование нового турпродукта: определение вида тура, обоснование актуальности тура, его тематической направленности и возможностей его реализации, сезонность тура, характеристика потенциальных потребителей, разработка макета рекламы тура.		
	5	Обоснование необходимости технической документации тура		
	6	Составление информационного листка и памятки туристу		
	7	Калькуляция собственной программы тура и разработка методических рекомендаций по внедрению нового туристского продукта		
	8	Обоснование проектов туристских программ		
Тема 1.4. Продвижение нового турпродукта на рынок	Содержание		15	
	1	Организация рекламного тура Цели и задачи рекламного тура. Участники рекламного тура и условия их пребывания в программе тура. Объём услуг и стоимость рекламного тура.	6	2
	2	Система дистрибьюции в туризме Реализация тура через турагентов: типы посреднических договоров туроператора с турагентом, форма и содержание договора. Системы продвижения туристского продукта через агентов.		2
	3	Рекламные и нерекламные методы продвижения турпродукта Сайт туроператора как основной носитель информации и его основные разделы. Сайт туроператора: блоки интерфейса. Реклама в СМИ. Участие в специализированных выставках. Работа с базами данных клиентов, партнёров и посредников. Организация PR-акций.		2
	Практические занятия		7	
	1	Изложение этапов реализации тура через турагентство		
	2	Проектирование Плана выведения на рынок собственной туристской программы		
	Лабораторные работы		2	
	1	Анализ рынка рекламных туров на сайтах туроператоров и выявление условий участия в них		
Тема 1.5. Организация путешествий	Содержание		32	
	1	Паспортные формальности Документы, необходимые для оформления загранпаспорта лицам различных возрастных категорий. Процедура выдачи загранпаспорта	18	2
	2	Визовые формальности Оформление виз российским гражданам, направляющимся за рубеж. Шенгенская виза.		2

		Регистрация в Министерстве иностранных дел РФ организаций в целях оказания им консульских услуг. Оформление приглашений в Россию иностранных граждан. Туристский ваучер.		
	3	Страховое обеспечение путешествий Определение понятий «страховой полис», «страховой случай» и др. Виды страховых случаев в туризме, требования, предъявляемые к страховому полису. Оплата страховых случаев. Зарубежные страховые компании. Определение понятия «франшиза».		2
	4	Таможенные формальности Нормативные документы по оформлению и таможенному контролю товаров, перемещаемых через таможенную границу РФ. Порядок декларирования товаров. Особенности таможенного контроля		2
	5	Специфика организации международных пассажирских перевозок Виды транспортных средств. Авиаационные и автобусные перевозки. Использование прочих транспортных средств в туризме		2
	6	Зарубежные представители туроператора Роль зарубежных представителей туроператора в процессе приёма и обслуживания туристов. Требования к сотрудникам представляющим туроператора за рубежом. Виды деятельности представителей.		2
	7	Качество обслуживания и способы его регулирования Определение понятия «качество услуги». Показатели качества работы туроператора. Основные направления в организации качества обслуживания туристов. Контроль и оценка качества. Проблемы, возникающие на маршруте.		2
	8	Анимация обслуживания Анимация как важнейший элемент стратегии обслуживания туристов и метод расширения рекреационных возможностей туристских услуг и привлекательности турпродукта, событийности тура. Виды анимации обслуживания: шоу – музеи, тематические парки, костюмированные туры		2
	9	Организация сопутствующих услуг Информационная поддержка. Платёжные средства и правила их использования. Системы поощрения покупок TAX-free и DUTY-free.		2
	Практические занятия		14	
	1	Оформление необходимой документации для организации международных путешествий образцы заполнения бланков туристских анкет для получения визы, страховых полисов, таможенных деклараций РФ с комментариями		
	2	Картирование видов организации международных перевозок		
	3	Определение проблем качества обслуживания туристов на маршруте и обоснование их решения		
	4	Планирование анимационных программ в зависимости от специфики сегмента туристов		
	5	Формулирование и характеристика особенностей организации путешествий		
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)			1	

Комплексный экзамен		1	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы при изучении Раздела 1. - Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, законодательным актам). - Подготовка к лабораторным и практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление лабораторно-практических работ, отчетов и подготовка к их защите. - Самостоятельное изучение вопросов, связанных с влиянием потребностей человека в рекреации и возникновением новых видов туризма. - Самостоятельное исследование рекламы в СМИ и выявление предложений инициативных и рецептивных туроператоров, обоснование. - Подбор информационных материалов для составления теста к теме 1.2. - Подготовка докладов и презентаций к семинару «Развитие туризма в Архангельской области: тенденции спроса и предложения регионального турпродукта», по разделам: рынок туристских предложений в Архангельской области, туроператоры по Архангельской области, туристские бренды районов Архангельской области, проблемы развития туризма в Архангельской области, туристские инновации и перспективы». - Анализ и классификация туристских рекреационных ресурсов одного из районов Архангельской области (по выбору студента) для создания турпродукта, оформление каталога ресурсов и подготовка его защите в форме презентации. - Разработка предложений по созданию нового туристского продукта в одном из районов Архангельской области (по выбору студента) для участия в деловой игре «Моделирование нового турпродукта», обосновать актуальность и значимость своей идеи. - Разработка проекта собственной туристской программы, оформление папки – обоснования по туру, подготовка презентационных материалов для защиты проекта - Составление терминологического словаря по Разделу 1. - Работа над курсовой		63	
Раздел ПМ 2. Освоение маркетинговых технологий в туризме		123	
МДК. 03.02. Маркетинговые технологии в туризме		82	
Введение	Содержание	3	
	1. Сущность и задачи дисциплины: Сущность и содержание маркетинга. Специфика маркетинговых технологий в туризме. Роль знаний по дисциплине в будущей профессиональной деятельности выпускника.	2	2
	Практические занятия	1	
	1. Просмотр и анализ презентации «Основы маркетинга в туризме»		
Тема 2.1. Основы маркетинга и методика проведения маркетинговых исследований	Содержание	15	
	1. Развитие теории и практики маркетинга: Содержание и цели маркетинговой деятельности. Основные черты рынка туристских услуг. Основные условия применения и принципы маркетинга в туризме.	9	2
	2. Концепции маркетинга:		2

		Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии.		
	3.	Содержание и задачи маркетинговых исследований: Методические основы, правила, процедуры и направления исследований. Понятие внутренней и внешней среды маркетинга.		2
	4.	Основные этапы маркетинговых исследований , их назначение, методы, промежуточные и окончательные результаты исследования и анализ внешней среды и рынков Характер маркетинговых исследований.		2
	5.	Структура туристского рынка Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка.		1
	Практические занятия		6	
	1.	Классификация рынка по видам и формам туризма		
	2.	Исследование анализа внешней среды туристского рынка, рыночного спроса.		
	3.	Анализ рынка туристских услуг		
	Тема 2.2. Способы обработки статистических данных		14	
	Содержание			
	1.	Сущность стратегического маркетингового планирования: Ситуационный анализ. Планирование целей предприятия. Разработка альтернативных стратегий. Бюджет маркетинга.	10	2
	2.	Маркетинговые исследования: Цели и назначение маркетинговых исследований. Сущность и содержание маркетинговых исследований		3
	3.	Методы маркетинговых исследований: Классификация основных методов маркетинговых исследований: методы сбора качественных данных: фокус-группа, глубинное интервью, анализ протокола, методы сбора количественных данных: опрос – личный, телефонный, почтовый; retail-audit (розничный аудит); mix-методики: hall-тесты, home-тесты, mystery shopping. Роль знаний по дисциплине в будущей профессиональной деятельности выпускника		
	4.	Маркетинговая информация: виды, источники, критерии отбора, поиск, методы сбора, обработки, анализа и оценки информации. Первичная информация маркетинговых исследований. Вторичная информация маркетинговых исследований. Содержание и назначение разведочных исследований. Принятие маркетинговых решений.		
	5.	Конкурентная среда туристского рынка: Конкурентная среда туристских предприятий. Элементы анализа конкурентов. Построение конкурентной карты рынка		
	Практические занятия		4	
	1.	Ознакомление с различными видами опросников, методов сбора, обработки, анализа и оценки информации.		
	2.	Оценка и анализ результатов исследования		
	Тема 2.3. Методики расчета себестоимости турпакета и		10	
	Содержание			
	1.	Ценовая политика:	6	2

определения цены турпродукта		Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия. Внешние факторы процесса ценообразования. Постановка целей ценообразования. Выбор метода ценообразования. Определение и реализация ценовой стратегии		
	2.	Туристский продукт: Структура туристского продукта. Позиционирование		2
	3.	Новые продукты в маркетинговой деятельности: Основные этапы разработки продукта-новинки. Внедрение нового туристского продукта на рынок		2
	Практические занятия		4	
	1.	Разработка турпродукта		
	2.	Изучение ценовой политики предприятия		
Тема 2.4. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта	Содержание		12	
	1.	Понятие сегментации туристского рынка: Основные сегменты туристского рынка и их характеристики. Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка. Выбор целевого рынка. Выбор целевого рынка, сегмента	8	2
	2.	Характеристика потребительского рынка туристских услуг: Ориентация на потребителя – основной принцип маркетинга. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг. Мотивы поведения потребителей.		
	3.	Мотивы поведения покупателей: Сущность и направления исследований мотивов потребителей туристских услуг. Мотивационный процесс и его основные стадии: возникновение потребности, поиск путей удовлетворения потребности, определение направления действия, осуществление действия, удовлетворение потребности.		2
	Практические занятия		4	
	1.	Исследование мотивов потребителей туристского продукта в г.Архангельске. Сотрудничество с «Поморской ярмаркой»		
	2.	Выявление мотивации покупателей при выборе турпродукта		
Тема 2.5. Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках	Содержание		14	
	1.	Формирование сбытовой стратегии: Каналы сбыта туристского продукта. Выбор посредников и определение формы работы с ними.	10	2
	2.	Стимулирование сбыта как средство воздействия на рынок: Разработка программ стимулирования сбыта. Тестирование, реализация программы и анализ результатов стимулирования туристской пропаганды		2
	3.	Сущность маркетинговых коммуникаций: Элементы комплекса коммуникаций. Разработка коммуникационной стратегии. Определение адресата и целей коммуникации. Разработка бюджета и анализ результатов коммуникационной стратегии.		2
	4.	Личная продажа в маркетинге туристского предприятия:		

		Процесс личной продажи. Прием клиента и установление контакта. Выявление потребностей клиента. Представление продукта. Преодоление возможных возражений. Осуществление продажи и последующий контакт с клиентом.	4	
	5.	Выставочная деятельность: Характеристика выставочных мероприятий. Деятельность персонала во время выставки..		
	Практические занятия			
	1.	Подготовка к участию в выставке.		
	2.	Исследование особенностей технологии личной продажи		
Тема 2.6. Виды рекламного продукта	Содержание		11	
	1.	Особенности рекламы в сфере туризма: Виды туристской рекламы. Характеристики современного рекламного процесса. Принятие решений о рекламном обращении.	7	2
	2.	Рекламные компании: Основные этапы осуществления рекламной деятельности. Определение целей рекламы.		3
	3.	Планирование средств распространения рекламы: Разработка рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности. Средства распространения туристской рекламы		3
	Практические занятия		4	
	1.	Исследование рекламных обращений в туристской индустрии Маркетинговый анализ		
	2.	Исследование роли рекламы в создании благоприятного имиджа турфирмы		
Тема 2.7. Планирование программ турпоездов	Содержание		1	
	1.	Планирование программ турпоездов Особенности составления программы турпоездки.Использование разных видов транспорта при организации турпоездов		
Тема 2.8. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями	Содержание		2	
	1	Ознакомление с правилами оформления документов при работе консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями		
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)			1	
Комплексный дифференцированный зачёт			1	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы Раздела 2. – Изучение дополнительной литературы - систематическая проработка конспектов лекций, методической литературы по изучаемым темам (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем) – самостоятельное изучение тем – подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите – поиск необходимой информации для занятий в области профессиональной деятельности – составление профессионального глоссария			41	

– составление вопросов для взаимопроверки знаний – анализ и оценка маркетинговой деятельности предприятий сферы туризма на основе изучения профессиональной литературы – изучение каталогов, интернет -ресурсов – составление плана маркетинговых исследований		
Тематика курсовых работ (проектов) 1. Особенности развития въездного туризма в современной России 2. Проблемы паспортно-визовых формальностей в международном туризме 3. Особенности таможенного контроля в туризме 4. Платёжные средства и возможности их использования за рубежом и в отечественном туризме 5. Обеспечение безопасности туристских маршрутов 6. Технологические особенности создания нового турпродукта 7. Виды и роль туристской документации в организации и реализации туров 8. Проблемы создания привлекательного турпродукта 9. Проблемы продвижения отечественного турпродукта за рубежом 10. Классификация туристских маршрутов в Архангельской области 11. Основные виды и особенности страхования выездного туризма 12. Роль поставщиков услуг в создании нового турпродукта 13. Проблемы взаимодействия инициативных и рецептивных туроператоров в международном туризме 14. Программный туризм как основа современного туроперейтинга 15. Проблемы и технология реализации готового турпродукта 16. Проблемы качества обслуживания туристов на маршруте и возможности его регулирования 17. Возможности Архангельской области для разработки программных туров 18. Ваучеры и их применение в туристской деятельности 19.	*	
Производственная практика Виды работ: - проведение маркетинговых исследований, использование их результатов при создании туристского продукта и для переговоров с турагентами; - проведение анализа деятельности других туркомпаний; - работа на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; - обработка информации и анализ результатов; - налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран; - работа с запросами клиентов, в том числе и иностранных; - работа с информационными и справочными материалами; - составление программ туров для российских и зарубежных клиентов; - составление турпакета с использованием иностранного языка; - оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам; - оформление страховых полисов;	180	

- ведение документооборота с использованием информационных технологий; - анализ и решение проблем, возникающих во время тура, принятие мер по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; - расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта; - работа с агентскими договорами; - использование каталогов и ценовых приложений; - консультирование партнеров по турпродуктам, оказывание помощи в продвижении и реализации турпродукта; - работа с заявками на бронирование туров; - предоставление информации турагентам по рекламным турам; - использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных вознаграждений; - использование эффективных методов общения с клиентами на русском и иностранном языках; анализ рынка туристских услуг в г. Архангельске, исследование внешней среды предприятия - анализ маркетингового плана турфирмы - построение конкурентной карты туристских услуг г.Архангельска - организация работы с клиентами - анализ работы менеджеров с клиентами - анализ рекламы в сфере туризма - оценка эффективности рекламной кампании - проведение маркетинговых исследований и создание базы данных по туристским продуктам; - налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран, нахождение партнеров и контрагентов; - планирование программ турпоездов, составление программ тура и турпакета; - предоставление сопутствующих услуг; - решение проблем, возникающих на маршруте; - расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; - взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта; - работа с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг; - планирование рекламной компании, проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках; анализ работы турфирмы - наблюдение за работой менеджера с клиентами. - составление памятки по работе с клиентами - организация рабочего места турагента - изучение стратегических направлений предприятия - проведение маркетинговых исследований - изучение организации и проведения рекламной кампании турфирмы - анализ эффективности средств распространения рекламы - ведение учебной документации.		
Всего	492	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет №207, Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Турагентской и туроператорской деятельности».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методических материалов;
- наглядные пособия (схемы, таблицы и др.)

Технические средства обучения: компьютер, мультимедийный проектор, копировальный аппарат +скан, другие носители информации.

оснащенный оборудованием:

Лаборатории

Мастерские

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе.

3.2.1 Основные печатные издания

Основные источники:

1. Дурович А.П. Организация туризма.- СПб.: «КноРус», 2009, - 320с.
2. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса: учеб. пособие / М.В. Ефремова. -Москва: Ось-89, 1999. - 192с.
3. Жукова М.А., Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма в России в современных условиях: Уч.пос. для вузов. – СПб «КноРус», 2007.- 416с.
4. Сапрунова В. Туризм. Эволюция. Структура. Маркетинг / В. Сапрунова. - Москва: Ось-89, 1997. - 160с. - 18ВИ 5-86894-141-1.
5. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. - изд. 2-е. -Москва: МарТ, 2007. - 383с. - (Туризм и сервис).
6. Черных Н.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: Учеб.пос. / Н.Б.Черных. - [изд.2-е,испр.и доп.]. - М: Сов.спорт, 2005. - 358с. - 18ВК 5-85009-984-4.
7. Ушаков Д.С. Технологии продаж в туристском бизнесе /Д.С. Ушаков. - Ростов-на-Дону:Феникс, 2006. - 239с. - (Бизнес-класс. Серия

- практических руководств для менеджеров). - Учеб.-практич. изд. - 18ВК 5-222-09289-5.
8. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник / В.А.Квартальнов. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 315с.
 9. Квартальнов В.А. Туризм как объект управления: Учебник для студ.вузов / В.А. Квартальнов, И.В. Зорин, П.А., Виноградов и др. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 301с. - (Менеджмент туризма).
 10. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : Учебное пособие/А.Б. Косолапов -2е изд., стер.-М.: КНОРУС, 2010.-288с.

3.2.2 Электронные ресурсы

1. Амстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. - М.: «Вильямс», 2000.- 246 с. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве : учебное пособие / А. Ф ... Маркетинг [Электронный ресурс] : Электронное учебное пособие / Нижегородский институт менеджмента и бизнеса. .-. Режим доступа:[http:// www.portal.tpu.ru/SHARED/n/NATG/ff1/vv/Ta](http://www.portal.tpu.ru/SHARED/n/NATG/ff1/vv/Ta)
2. Даниленко Д. Бьемся за клиента. Маркетинг в туризме. Отработка ф-ций count_records_in_rubrics и get_all_children() за: 0,0972690582275. [Электронный ресурс] // Горячая линия.-. Режим доступа:[http:// www.vss.nlr.ru:8101/archive](http://www.vss.nlr.ru:8101/archive)
3. Назина Н.А. и др. Социальный туризм. Подходы к проведению маркетинговых исследований // Маркетинг услуг.— 2010. — № 1. ... [Электронный ресурс] -. Режим доступа. [http:// www.sibac.info](http://www.sibac.info)
4. Российская государственная библиотека [Электронный ресурс] / Центр информ. Технологий РГБ ; ред. Власенко Т.В.; Web-мастер Козлова Н.В. – Электрон. Дан. – М.: Рос. Гос. Б-ка, 1997 - .- Режим доступа: <http://www.rsl.ru>, свободный. – Загл.с экрана. – Яз. рус., англ.

3.2.3 Дополнительные источники:

- 1.Буйленко В.Ф. Основы профессиональной деятельности в туризме и экотуризме: учеб.пособие для вузов / В.Ф. Буйленко. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 379с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с.366-367 . - Рек. УМО по образованию в обл. сервиса и туризма.
- 2.Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Стратегия и финансы: Учебник для студ.вузов турист.профиля /Е.Н.Ильина. - М.: Финансы и статистика,
3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Организация деятельности: Учебник для студ.вузов турист.профиля / Е.Н.Ильина. - М.: Финансы и статистика, 2002, 2003. - 251с.
- 4.Можаева Н.Г. Туризм: учеб.для студ. образоват.учрежд.ср.проф.образов. /Н.Г.Можаева-Е.В.Богинская. - М.: Гардарики, 2007. - 270с.

- 5.Труханович Л.В. Кадры туристических агенств, туроператоров, экскурсионных бюро: Сборник должностных и производственных инструкций / Л.В.Труханович,Д.Л.Щур. - М.: Финпресс,2003. - 159с.
- 6.Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб.пос. / Д.С.Ушаков. - М.: ИЦ"МарТ";Ростов-н/Д:МарТ, 2004.-413с.
- 7.Хуусконен Н.М. Практика экскурсионной деятельности: учеб. пособие / Н.М. Хуусконен, Т.М. Глушанок. - Санкт-Петербург: Невский Фонд, 2008. - 205с. - 18ВК 978-5-94125-143-8.

4. Общие требования к организации образовательного процесса

Реализация программы модуля начинается после изучения дисциплин «Организация туристской индустрии», «География туризма», «Психология делового общения». Изучение междисциплинарных курсов организуется параллельно.

Реализация программы модуля предполагает производственную практику итоговую по МДК 03.01 и МДК 03.02

За весь период реализации программы модуля обучающиеся выполняют одну курсовую работу (проект). При работе над курсовой работой (проектом) обучающимся оказываются консультации.

4.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего педагогического образования, соответствующего профилю модуля «Предоставление туроператорских услуг».

Требования к квалификации специалистов по туризму, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин: организации туристской индустрии, иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации, безопасность жизнедеятельности.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	– отбор и составление анкет, тестов, интервьюирования для выявления потребностей клиентов в соответствии к требованию к их составлению; – планирование работы предприятия с клиентами в соответствии с алгоритмом составления плана; – формирование востребованного туристского продукта в соответствии с требованиями к их составлению; – определение состояния туристского рынка в соответствии с критериями к конкурентной среде туристской индустрии; – выявление состояния конкурентной среды в соответствии с алгоритмом;	<u>Текущий контроль:</u> Тема 1.1 <i>Защита практического задания 2</i> Тема 1.2 <i>Защита практического задания 1, 2, 4</i> Тема 1.3 <i>Защита практического задания 2</i> Тема 1.4 <i>Защита результатов лабораторной работы 1</i> Тема 1.5 <i>Защита практического задания 3</i> Тема 2.1 <i>Практическое занятие 2.</i> – устный опрос – оценка подбора и составления анкет, тестов, опросников Тема 2.2 <i>Практическое занятие 1, 2.</i> – оценка конспектов с методами сбора, оценки, анализа и обработки информации <i>Экспертная оценка в процессе производственной (по профилю специальности) практики</i> <u>Промежуточный контроль:</u> Зачёт по темам 1.1 – 1.4. МДК 03.01 <u>Итоговый контроль:</u> <i>Итоговый комплексный экзамен по ПМ 03.</i>
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	– планирование нового турпродукта в соответствии требований к их планированию; – определение жизненного	<u>Текущий контроль:</u> Тема 1.2 <i>Защита практического задания 3</i> Тема 1.3

	цикла турпродукта в соответствии с алгоритмом; – формирование турпродукта в соответствии с требованиями к турпродукту; – получение информации об особенностях работы туроператора и турагента для осуществления профессиональной деятельности в соответствии с требованиями к должностным обязанностям; – планирование рекламной кампании в соответствии с требованиями; – планирование анимационных программ, в зависимости от специфики сегмента туристов в соответствии с требованиями к их составлению;	<i>Защита практического задания 3,4</i> Тема 1.5 <i>Защита практического задания 1,2,4</i> Тема 2.4 <i>Защита практического задания 1,2</i> Тема 2.5 <i>Защита практического задания 1,2</i> Тема 2.6 <i>Защита практического задания 1,2</i> <i>Экспертная оценка в процессе производственной (по профилю специальности) практики</i> <u>Промежуточный контроль:</u> Зачёт по темам 1.1 – 1.4. МДК 03.01 <u>Итоговый контроль:</u> <i>Итоговый комплексный экзамен по ПМ 03.</i>
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	– проектирование турпродукта в соответствии с требованиями законодательно-правовой базы; – обоснование туристских услуг, брендов в соответствии с алгоритмом; – формулирование и изготовление тестов рекламных кампаний в соответствии с требованиями законодательно-правовой базы; – обоснование калькуляции программы тура в соответствии с алгоритмом;	<u>Текущий контроль:</u> Тема 1.3 <i>Защита практического задания 7</i> Тема 2.4 <i>Защита практического задания 1,2</i> <i>Экспертная оценка в процессе производственной (по профилю специальности) практики</i> <u>Промежуточный контроль:</u> Зачёт по темам 1.1 – 1.4. МДК 03.01 <u>Итоговый контроль:</u> <i>Итоговый комплексный экзамен по ПМ 03.</i>
ПК3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению турпродукта.	– формулирование задач туроператора в рамках специфики его деятельности в	<u>Текущий контроль:</u> Тема 1.1. <i>Защита практического задания 1</i>

	соответствии с требованиями к должностным обязанностям; – оформление технической документации тура в соответствии с требованиями законодательно-правовой базы;	Тема 1.3 <i>Защита практического задания 5,6</i> <i>Экспертная оценка в процессе производственной (по профилю специальности) практики</i> <u>Промежуточный контроль:</u> Зачёт по темам 1.1 – 1.4. МДК 03.01 <u>Итоговый контроль:</u> <i>Итоговый комплексный экзамен по ПМ 03.</i>
ПК3.5.Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.	– отбор информационных источников в соответствии с критериями отбора; – формулирование и характеристика особенностей организации путешествий в соответствии с критериями отбора; – изложение этапов реализации тура через турагентство в соответствии с алгоритмом; – проектирование плана вывода на рынок собственной туристской программы в соответствии с требованиями законодательно-правовой базы;	<u>Текущий контроль:</u> Тема 1.3 <i>Защита практического задания 1</i> Тема 1.4 <i>Защита практического задания 1-2</i> Тема 1.5 <i>Защита практического задания 5</i> <i>Экспертная оценка в процессе производственной (по профилю специальности) практики</i> <u>Промежуточный контроль:</u> Зачёт по темам 1.1 – 1.4. МДК 03.01 <u>Итоговый контроль:</u> <i>Итоговый комплексный экзамен по ПМ 03.</i>

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– демонстрация интереса к будущей профессии; -выполнение заданий по просьбе администрации и сотрудников турфирмы - осуществлять маркетинговые исследования, использовать	<u>Текущий контроль:</u> – <i>экспертная оценка в процессе производственной практики и на практических занятиях</i> – <i>отзывы руководителей практики, учителей</i>

	их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентами; -проводить анализ деятельности других туркомпаний	<u>Промежуточный контроль:</u> Зачёт по темам 1.1 – 1.4. МДК 03.01 <u>Итоговый контроль:</u> – <i>отзывы обучающихся по итогам практики</i> – <i>Итоговый комплексный экзамен по ПМ 03.</i> Итоговый контроль: <i>дифференцированный зачет</i>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач на практике; – оценка эффективности и качества проводимых форм работы с турагентами; осуществление рефлексии собственной деятельности на практике;	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в процессе общения с сотрудниками и клиентами	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные;	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- вести документооборот с использованием информационных технологий - работать с информационными и справочными материалами - использовать каталоги и ценовые приложения	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами.	-взаимодействие с турагентами, туроператорами -взаимодействие с преподавателями, руководителями практикой, администрацией и сотрудниками предприятия - налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;	

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность обучающихся, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за качество образовательного процесса.	- решение проблем, возникающих на маршруте - консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- работа с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг - обрабатывать информацию и анализировать результаты	
ОК 9. Осуществлять профессиональную деятельность в условиях обновления ее целей, содержания, смены технологий.	- работать с информационными и справочными материалами - обрабатывать информацию и анализировать результаты - использовать каталоги и ценовые приложения	
ОК 10. Осуществлять профилактику травматизма, обеспечивать охрану жизни и здоровья детей.	-решения проблем, возникающих на маршруте - оформлять страховые полисы	
ОК 11. Строить профессиональную деятельность с соблюдением правовых норм ее регулирующих.	-составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов -составлять турпакеты с использованием иностранного языка - правила бронирования туруслуг -оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам -оформлять страховые полисы - анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы	
ОК 12. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных		

профессиональных знаний (для юношей).		
--	--	--