



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
РЕСПУБЛИКИ КОМИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
**«СЫКТЫВКАРСКИЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ имени И.А. КУРАТОВА»**

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор ГПОУ «СПК»



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Для студентов, обучающихся по специальности
43.02.10 Туризм

(углубленная подготовка)

Сыктывкар, 2022

«УЧЕБНО-ПРОГРАММНЫЕ ИЗДАНИЯ»

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта по
специальности среднего профессионального образования

код **наименование специальности/профессии**

43.02.10 Туризм

(программа подготовки специалистов среднего звена углубленной подготовки)

Разработчики

	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень (звание) [квалификационная категория]	Должность
1	Гаевая Е.В.	высшая	Зав.отделением, преподаватель
2	Носова Анна Викторовна	высшая	преподаватель

2

[число]

05

[месяц]

[дата представления на экспертизу]

2022

[год]

Рекомендована

ПЦК естественнонаучных и социально-гуманитарных дисциплин

Протокол № 4 от 25 апреля 2022 г.

Рассмотрена

научно-методическим советом ГПОУ

«Сыктывкарский гуманитарно-педагогический колледж имени И.А. Куратова»

Протокол № 3 от 27 мая 2022 г.

Содержание

1.	Паспорт рабочей программы профессионального модуля	4
2	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3.	Условия реализации профессионального модуля	16
4.	Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	23
5.	Примерная тематика учебно-исследовательских работ студентов	31
6.	Приложение: матрица компетенций профессионального модуля	32

1. ПАСПОРТ рабочей программы профессионального модуля

ПМ.03

Предоставление туроператорских услуг

[код]

[название профессионального модуля в соответствии с ФГОС]

1.1. Область применения рабочей программы профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО

по специальности

43.02.10

[код]

Туризм

[наименование специальности полностью]

укрупненной группы специальностей

43.00.00

Сервис и 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. | Расчислять стоимость туристского продукта |
| ПК 3.4. | Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта. |
| ПК 3.5. | Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг |

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована:

только в рамках реализации специальности

43.02.10

[код]

Туризм

[наименование специальности полностью]

в дополнительном профессиональном образовании при реализации программ повышения квалификации и переподготовки

[код]

[наименование специальности полностью]

при освоении профессии рабочего

[код]

[наименование профессии полностью]

в рамках специальности СПО

[код]

[наименование специальности полностью]

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

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

иметь практический опыт:

- | | |
|----|--|
| 1. | проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; |
| 2. | планирования программ турпоездов, |
| 3. | составления программ тура и турпакета; |
| 4. | предоставления сопутствующих услуг; |
| 5. | решения проблем, возникающих на маршруте; |
| 6. | расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; |

- | | |
|----|--|
| 7. | взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта; |
| 8. | работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг; |
| 9. | планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках; |

уметь:

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

знать:

- | | |
|-----|---|
| 1. | виды рекламного продукта; |
| 2. | правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; |
| 3. | способы обработки статистических данных; |
| 4. | методы работы с базами данных; |
| 5. | методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; |
| 6. | планирование программ турпоездок; |
| 7. | основные правила и методику составления программ туров; |
| 8. | правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями; |
| 9. | способы устранения проблем, возникающих во время тура; |
| 10. | методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; |

11.	методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
12.	методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
13.	основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
14.	правила бронирования туруслуг;
15.	методику организации рекламных туров;
16.	правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
17.	основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
18.	технику проведения рекламной кампании;
19.	методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
20.	техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
21.	специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

	всего часов	<input type="text" value="588"/>	в том числе
максимальной учебной нагрузки обучающегося		<input type="text" value="408"/>	часов, в том числе
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося		<input type="text" value="288"/>	часов,
самостоятельной работы обучающегося		<input type="text" value="120"/>	часов;
учебной практики		<input type="text" value="36"/>	часов;
производственной практики		<input type="text" value="144"/>	часов;

[количество часов вносится в соответствии с рабочим учебным планом специальности]

Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы МДК 03.01

ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

[индекс и наименование междисциплинарного курса в соответствии с рабочим учебным планом]

максимальная	<input type="text" value="181"/>	час
самостоятельная работа	<input type="text" value="55"/>	час
обязательная аудиторная	<input type="text" value="126"/>	час
лекций	<input type="text" value="80"/>	час
лабораторных и практических занятий, включая семинары	<input type="text" value="46"/>	час
курсовых работ (проектов)	<input type="text" value="+"/> +	

Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы МДК 03.02

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

[индекс и наименование междисциплинарного курса в соответствии с рабочим учебным планом]

максимальная	<input type="text" value="227"/>	час
самостоятельная работа	<input type="text" value="65"/>	час
обязательная аудиторная	<input type="text" value="162"/>	час
лекций	<input type="text" value="116"/>	час
лабораторных и практических занятий, включая семинары	<input type="text" value="46"/>	час
курсовых работ (проектов)	<input type="text" value="+"/> +	

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности

Предоставление туроператорских услуг

в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями.

Код	Наименование результата обучения
Профессиональные компетенции	
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.
ПК 3.5.	Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг
Общие компетенции	
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

[индекс и наименование междисциплинарного курса в соответствии с рабочим учебным планом]

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (максимальная 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 (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			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 3.2. ПК 3.3.	Предоставление туроператорских услуг	289	126	46		55		36	72
ПК 3.1. ПК 3.4. ПК 3.5.	Маркетинговые исследования туристского рынка	299	162	46		65			72
	Всего:	588	288					92	
ПК 3.2. ПК 3.3.	Предоставление туроператорских услуг	289	126	46		55		36	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

ПМ.03
[код]

Предоставление туроператорских услуг
[наименование модуля в соответствии с ФГОС]

Наименование разделов междисциплинарных курсов (МДК) профессионального модуля (ПМ) и тем	Содержание учебного материала: лекции, Семинарские и практические занятия; лабораторные и контрольные работы; самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Формируемые компетенции (ОК, ПК)
1	2	3	4	5
Раздел ПМ 3	Предоставление туроператорских услуг			
МДК 03.01	Технология и организация туроператорской деятельности	181		
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности	Содержание	6		ОК.1, ПК 3.2.
	1. Понятие и основные функции туроператора. Роль туроператора на рынке		1	
	2. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров		1	
	3. Внешние и внутренние факторы туроперейтинга	1		
	Семинарские и практические занятия			
	1. Анализ деятельности туроператоров России	1		
	Контрольные работы			
	Самостоятельная работа студентов	1		
	1. Понятия и определения туроперейтинга	2		
	2. По рекламе туроператора определить его вид	2		
Тема 1.2. Правовые основы туроператорской деятельности	Содержание	6		ОК.1, ПК 3.2.
	1. Государственное регулирование туристской деятельности		1	
	2. Условия осуществления туроператорской деятельности		1	
	3. Единый федеральный реестр туроператоров, условия вступления	1		
	Семинарские и практические занятия			
	1. Финансовое обеспечение туроператорской деятельности	1		
	Контрольные работы	1		
	1.			
	Самостоятельная работа студентов			
	1. Анализ выбранного туроператора по схеме	3		
2. Работы с единым федеральным реестром туроператоров	2			
Тема 1.3. Основные технологии операторского бизнеса.	Содержание	2		ОК.1, ПК 3.2.
	1. Цикл работ туроператора: проектирование, планирование, ценообразование, продвижение, сбыт и реализация		1	
Тема 1.4. Тур как основной продукт деятельности туроператора	Содержание	2		ОК.1-5, ПК 3.2.
	1. Понятие «тур». Основные компоненты тура.		1	
	2. Туристические маршруты и их типы	1		
	Семинарские и практические занятия			
	Самостоятельная работа студентов			
1. Определить тип маршрута по предложенному туру	2			

Тема 1.5. Туристская услуга как элемент турпродукта.	Содержание		2	<input type="checkbox"/>				
	1.	Понятие «туристическая услуга». Основные и дополнительные услуги. Требования к туристической услуге: обязательные и рекомендуемые						
Тема 1.6. Туристский продукт как объект рынка туристских услуг	Содержание		4	<input type="checkbox"/>	ОК 1-5, ПК 3.2.			
	1.	Понятие «туристический продукт». Основные потребительские свойства турпродукта. Классы обслуживания						
	2.	Понятие «туристический рынок». Выбор целевого рынка и его сегментирование	1	<input type="checkbox"/>				
	Семинарские и практические занятия		3	<input type="checkbox"/>				
	1.	Оценка потребительских свойств турпродукта						
	2.	Классификация групп клиентов		<input type="checkbox"/>				
	Контрольные работы		1	<input type="checkbox"/>				
	1.							
	Самостоятельная работа студентов		2	<input type="checkbox"/>				
	1.	Разработать классификацию клиентов определенного вида туризма						
Тема 1.7. Выбор вида турпродукта для проектирования	Содержание		8	<input type="checkbox"/>	ОК 1-7, ПК 3.2.			
	1.	Этапы формирования тура: задачи каждого этапа и краткая характеристика						
	2.	Классификация создаваемого турпродукта				2	<input type="checkbox"/>	
	3.	Выбор вида туризма и ценовой категории будущего турпродукта				2	<input type="checkbox"/>	
	4.	Комплексный маркетинговый подход в выборе исходного турпродукта	2	<input type="checkbox"/>				
	Семинарские и практические занятия		3	<input type="checkbox"/>				
	1.	Разработка и формирование замысла тура						
	2.	Дифференциация предложений туроператоров на конкурентном туристском рынке		<input type="checkbox"/>				
	Контрольные работы		1	<input type="checkbox"/>				
	Самостоятельная работа студентов		2	<input type="checkbox"/>				
	1.	Исходные данные турпродукта, выбранного к проектированию						
	2.	Анализ предложений выбранного вида туризма	2	<input type="checkbox"/>				
Тема 1.8. Проектирование выбранного турпродукта	Содержание		4	<input type="checkbox"/>	ОК 5-9, ПК 3.2.			
	1.	Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации в свете вида турпродукта, выбранного к проектированию						
	2.	Свойства и цели выявленного в дестинации турпродукта. Структура проектируемого турпродукта	3	<input type="checkbox"/>				
	Семинарские и практические занятия		3	<input type="checkbox"/>				
	1.	Анализ ресурсов выбранной дестинации, определение базовых услуг по заданным показателям						
	2.	Презентация проекта тура		<input type="checkbox"/>				
	Контрольные работы		1	<input type="checkbox"/>				
	1.							
	Самостоятельная работа студентов		2	<input type="checkbox"/>				
	1.	Анализ ресурсов дестинации (по выбору)						
2.	Подготовка проекта тура	2	<input type="checkbox"/>					
Тема 1.9. Планирование тура	Содержание		12	<input type="checkbox"/>	ОК 4, 5, 8, ПК 3.2.			
	1.	Схемы работы туроператора по реализации и организации туров. Прямая и опосредованная						
	2.	Обзор гостиничных рынков регионов				2	<input type="checkbox"/>	

		мира. Схемы работы туроператора с предприятиями гостиничной индустрии			
	3.	Схемы работы с авиакомпаниями. Аренда воздушных судов, чартерные программы Классы обслуживания		2	
	4.	Виды сотрудничества с железной дорогой, автомобильные перевозки			
	5.	Организация обслуживания туристов на круизах			
	6.	Туристские формальности: визовая поддержка			
	Семинарские и практические занятия		3		
	1.	Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний			
	2.	Особенности работы с предприятиями питания			
	4.	Организация сотрудничества со страховыми компаниями. Основные виды страхования, включаемые в тур в зависимости от его типа			
	Контрольные работы				
	1.		1		
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Обзор ведущих авиакомпаний, круизных компаний мира	4		
	2.	Характеристика и анализ деятельности иностранных meet-компаний	2		
	3.	Типы предприятий питания	2		
Тема 1.10. Переговоры с поставщиками услуг	Содержание		2		
	1.	Идентификация поставщиков. Переговоры с поставщиками услуг Заключение договоров. Виды договоров		2	ОК 6-9, ПК 3.4.
	Семинарские и практические занятия		2		
	1.	Составление договора между туроператором и предприятиями туристической индустрии			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Составление проекта договора с одним из поставщиков услуг	2		
	2.	Составление договорного плана фирмы по организации тура	2		
Тема 1.11. Формирование туристских продуктов, основанных на искусственной аттракции	Содержание		2		
	1.	Традиционный и инжиниринговый подходы в формировании турпродукта		2	ОК 1-5, ПК 3.3
	Семинарские и практические занятия		2		
	1.	Анализ туристских продуктов, основанных на искусственной аттракции			
	Самостоятельная работа студентов				
1.	Создание бизнес-модели продукта, основанного на искусственной аттракции	2			
Тема 1.12. Формирование программы тура	Содержание		6		
	1.	Туристские мотивы		2	ОК 5-9, ПК 3.2.
	2.	Программа обслуживания. Тематическая направленность		2	
	3.	Общие подходы к туроперейтингу в зависимости от организации различных типов программ туров		2	
	4.	Порядок составления и содержание программы обслуживания		2	
	Семинарские и практические занятия		3		
	1.	Разработка программы обслуживания для различных видов туризма			

	2.	Разработка альтернативных вариантов разработанных программ обслуживания для различных категорий туристов			
	3.	Проведение презентации разработанных программ			
	Контрольные работы		2		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Анализ существующих программ обслуживания	2		
	2.	Определение особенностей организации тура (по выбору)	1		
	3.	Подготовка презентации программы	2		
Тема 1.13. Туристская документация	Содержание		6		
	1.	Технологическая карта тура. График загрузки туристских предприятий			ОК 5-9, ПК 3.3
	2.	Информационный листок			
	3.	Описание маршрута, карта-схема			
	4.	Справочные материалы по маршруту, описание технологических особенностей			
	5.	Договор оказания туристских услуг. Договор с партнерами			
	6.	Калькуляция тура. Издержки туристской фирмы, понятие, виды			
	7.	Определение себестоимости тура			
	Семинарские и практические занятия		4		
	1.	Оформление документов			
	2.	Составление проекта договора между туроператором и предприятиями туристской индустрии			
	3.	Расчет стоимости турпродукта. Определение прибыли и дохода от реализации			
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
1.	Содержание информационного листа	2			
Тема 1.14. Сопровождение туристов	Содержание		4		
	1.	Сопровождение группы туристов. Услуги сопровождающего группы. Обеспечение безопасности на маршруте			ОК 1-5, ПК 3.2.
	Семинарские и практические занятия		2		
	1.	Конфликтные ситуации в турпоездке. Урегулирование и предотвращение			
	Контрольные работы		1		
	1.				
Самостоятельная работа студентов					
1.	Особенности сопровождения групп в программных видах туризма	2			
Тема 1.15. Технология продвижения турпродукта	Содержание		10		
	1.	Виды продвижения туроператорского турпродукта на туристическом рынке		2	ОК 5-9, ПК 3.4, ПК 3.5.
	2.	Работа по привлечению турагентств: Создание франчайзинговых агентских сетей.		2	
	3.	Обучение турагентств - воркшопы, презентации, семинары, вебинары, инфотуры		2	
	4.	Подготовка каналов сбыта		2	
	Семинарские и практические занятия		6		
1.	Реклама- инструмент продвижения товара к потребителю. Разработка				

		рекламной стратегии			
	2.	Проведение презентации, семинара для турагентов			
	3.	План продвижения турпродукта			
	Контрольные работы				
	1.		1		
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Разработка рекламной стратегии	2		
	2.	Анализ каналов сбыта (по конкретному продукту)	2		
	3.	Подготовить план инфотура по выбранному направлению	3		
Тема 1.16. Технология реализации турпродукта	Содержание		4		
	1.	Подходы к оценке результатов деятельности туристского предприятия по организации тура		2	ОК 1-5, ПК. 3.4.
	2.	Перспективы развития туроператорской деятельности		3	
	Семинарские и практические занятия		1		
	1.	Анализ работы туристского предприятия за сезон			
	Контрольные работы				
	1.		1		
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Региональные особенности проблемы сезонности туризма в РК	2		
	2.	Подготовка эссе	2		

Наименование разделов междисциплинарных курсов (МДК) профессионального модуля (ПМ) и тем	Содержание учебного материала: лекции, Семинарские и практические занятия; лабораторные и контрольные работы; самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Формируемые компетенции (ОК, ПК)	
1	2	3	4	5	
Раздел ПМ 3	Маркетинговые исследования туристского рынка				
МДК 03.02	Маркетинговые технологии в туризме	162			
Тема 2.1. Социально-экономическая сущность маркетинга	Содержание		12		
	1.	Понятие маркетинга. Содержание и цели маркетинговой деятельности.		**	ОК 1, ПК 3.1
	2.	Основные концепции маркетинга.		**	
	3.	Субъекты и объекты маркетинга. Функции маркетинга. Рынок туризма как объект маркетинговых исследований.		**	
	4.	Внешняя и внутренняя среда маркетинга		**	
	5.	Установление основных видов потребностей и товаров, как средства их удовлетворения		**	
	6.	Анализ окружающей среды торговой организации		***	
	Семинарские и практические занятия		4		
	1.	Классификация потребителей по различным признакам			
	2.	Анализ поведения потребителя при совершении покупок			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Особенности маркетинговой деятельности предприятий и фирм на рынке страны (страна по выбору)	5		
	Тема 2.2. Товарная политика	Содержание		10	
1.		Понятие товара. Виды товаров. Понятие		**	

		ассортимента. Виды ассортимента.			
	2.	Анализ стратегических характеристик товара.		**	
	3.	Спрос. Виды спроса.		**	
	4.	Понятие емкости рынка. Расчет емкости рынка. Конъюктура рынка		***	
	5.	Первичный комплексный анализ рынка		***	
	Семинарские и практические занятия		2		
	1.	Определение этапа жизненного цикла товара			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Жизненный цикл товара и маркетинговая деятельность	4		
	2.	Определение этапа жизненного цикла товара	4		
Тема 2.3. Ценовая политика	Содержание		10		
	1.	Понятие ценообразования		**	ОК 1-5, ПК 3.1
	2.	Факторы, цели, трудности ценообразования.		**	
	3.	Методы формирования цен		***	
	4.	Адаптация цен		**	
	5.	Ценовая эластичность спроса. Ценообразование в условиях конкуренции.		***	
	Семинарские и практические занятия		2		
	1.	Сбор информации о ценах на книжную продукцию			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Адаптация цен	3		
Тема 2.4. Сбытовая политика	Содержание		10		
	1.	Сущность и функции товародвижения и сбыта		**	ОК 1-5, ПК 3.1, 3.4.
	2.	Каналы сбыта: виды, выбор, построение, управление		**	
	3.	Логистика: понятие, функции, направления		**	
	4.	Маркетинг закупок и продаж.		**	
	5.	Изучение методов стимулирования сбыта		***	
	Семинарские и практические занятия		1		
	1.	Установление уровней каналов распространения товаров, оценка сбытовой политики			
	Контрольные работы		1		
	1.				
Самостоятельная работа студентов					
1.	Оценка производственно-сбытовых возможностей предприятия в маркетинговой деятельности	4			
Тема 2.5. Маркетинговые коммуникации	Содержание		10		
	1.	Общая характеристика рекламы		**	ОК 1-5, ПК 3.1
	2.	Специфика и развитие средств распространения рекламы.		**	
	3.	Планирование и бюджет рекламы		**	
	4.	Требования современной рекламы		***	
	5.	Состояние и динамика других форм коммуникаций		***	
	Семинарские и практические занятия		4		
	1.	Организация рекламной кампании, выбор средств, составление рекламных текстов на товары вашей фирмы			
	2.	Позиционирование товара, услуги, фирмы			
	Самостоятельная работа студентов				
1.	Анализ телевизионной рекламной	4			

		продукции				
Тема 2.6. Организация маркетинга	Содержание		4			
	1.	Традиционные и современные организационные структуры службы маркетинга		**	ОК 5-9, ПК 3.1	
	2.	Организация маркетинговой деятельности	**			
	Семинарские и практические занятия		2			
	1.	Зачет				
	Самостоятельная работа студентов					
	1.	Организация маркетинговой деятельности фирмы	5			
Тема 2.7. Организация маркетинговых исследований в туризме	Содержание		3			
	1.	Информационное обеспечение маркетинга.		**	ОК 1, ПК 3.1	
	2.	Виды и источники информации	**			
	Самостоятельная работа студентов					
	1.	Составления перечня задач для маркетингового исследования	2			
Тема 2.8. Методы маркетинговых исследований	Содержание		6			
	1.	Методы маркетинговых исследований – опрос		**	ОК 1-5, ПК 3.1	
	2.	Методы маркетинговых исследований: наблюдение, эксперимент и др	**			
	Семинарские и практические занятия		3			
	1.	Основы измерения в маркетинговых исследованиях. Шкалирование				
	Самостоятельная работа студентов					
		1.	Составить анкету, используя разные виды шкал	2		
	2.	Выбор метода маркетингового исследования	2			
Тема 2.9. Выборка в маркетинговых исследованиях	Содержание		3			
	1.	Сущность генеральной и выборочной совокупности		**	ОК 5, ПК 3.1	
	2.	Классификация методов выборки	**			
	Самостоятельная работа студентов					
	1.	Определение виды выборки	2			
Тема 2.10. Методы анализа маркетинговой информации	Содержание		2			
	1.	Статистические методы анализа информации		**	ОК 5-7, ПК 3.1	
	2.	Мода, медиана, среднее арифметическое, дисперсия, корреляционный анализ	**			
	Семинарские и практические занятия		1			
1.	Анализ результатов анкетирования с помощью статистических методов					
Тема 2.11. Исследование и анализ маркетинговой среды туристской организации	Содержание		6			
	1.	Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений		**	ОК 5-9, ПК 3.1	
	2.	Анализ внутренней маркетинговой среды		**		
	3.	Методика анализа основных элементов макросреды предприятия		***		
	4.	Характеристика основных элементов микросреды	***			
	Семинарские и практические занятия		6			
	1.	SWOT-анализ предприятия туризма				
	2.	СТЕП-анализ предприятия туризма				
	Контрольные работы		1			
	1.					
	Самостоятельная работа студентов					
		1.	Анализ внутренней среды предприятия туризма	2		
		2.	Анализ внешней среды предприятия	2		

		туризма			
Тема 2.12 Маркетинговые исследования рынка туризма	Содержание		5		ОК 5-9, ПК 3.1
	1.	Рынок туризма как объект маркетингового исследования		**	
	2.	Определение конъюнктуры рынка		**	
	3.	Определение емкости и доли рынка		**	
	4.	Сегментирование туристского рынка		**	
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
1.	Выявление и анализ основных сегментов туристского рынка Республики Коми	2			
Тема 2.13 Маркетинговые исследования конкуренции и конкурентов	Содержание		6		ОК 5-9, ПК 3.1
	1.	Конкуренция как фактор маркетинговой среды		**	
	2.	Оценка конкурентной среды туристической организации		**	
	3.	Разработка деловой рыночной стратегии		**	
	4.	Бенчмаркетинг		**	
	5.	Модель анализа конкурентов М.Портера	***		
	Семинарские и практические занятия				
	1.	Анализ конкурентов, конкурентной позиции турфирмы	1		
	Контрольные работы		1		
	1.				
Самостоятельная работа студентов					
1.	Анализ конкурентной позиции «многоугольник конкурентоспособности»	4			
Тема 2.14 Маркетинговые исследования потребителей	Содержание		6		ОК 1-5, ПК 3.1
	1.	Потребители как объект маркетингового исследования		**	
	2.	Исследование мотивов поведения потребителей туристического продукта		**	
	3.	Моделирование поведения потребителей		***	
	4.	Факторы среды, влияющие на поведение потребителей туристических услуг	**		
	Семинарские и практические занятия				
	1.	Анализ личностных факторов, влияющих на поведение потребителей туристических услуг	2		
Самостоятельная работа студентов					
1.	Анализ мотивов поведения конкретного турпродукта	4			
Тема 2.15 Маркетинговые исследования туристского продукта	Содержание		6		ОК 1-5, ПК 3.1
	1.	Жизненный цикл турпродукта: стадия внедрения, роста, зрелости и спада. Потребительская ценность продукта		**	
	2.	Разработка комплекса маркетинга		**	
	3.	Технологии партизанского маркетинга. Технология вирусного маркетинга		***	
	4.	Технология бренда. Ребрендинг	**		
	Семинарские и практические занятия				
	1.	Построение карты восприятия для различных туроператоров	2		
	2.	Анализ результатов исследования с помощью партизанского маркетинга	2		
	Контрольные работы		1		
	1.				
Самостоятельная работа студентов					
1.	Проведение исследования с помощью партизанского маркетинга	4			
Тема 2.16 Формирование	Содержание		7		

маркетинговой стратегии	1.	Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии туристической организации		**	ОК 5-9, ПК 3.1, 3.4	
	2.	Виды маркетинговых стратегий. Программа маркетинга		**		
	3.	Формирование продуктовой стратегии		***		
	4.	Маркетинговая деятельность на различных стадиях жизненного цикла туристического продукта		**		
	5.	Анализ концепции развития нового турпродукта и его вывода на рынок		***		
	6.	Схема принятия управленческих решений по развитию нового турпродукта		**		
	7.	Основные этапы планирования сбытовой политики: выбор целевого сегмента рынка, определение места сбытовой политики в системе «маркетинга микс», выбор каналов и методов сбыта, выбор способа выхода на целевой рынок, выбор времени выхода на рынок.		***		
	Семинарские и практические занятия					
	1.	Разработка продуктовой стратегии. Матрица Ансоффа «продукт- рынок»	2			
	2.	Проведение анализа конкретных туристических продуктов: по международному выездному туризму, по международному въездному туризму, по внутреннему туризму.	1			
	Контрольные работы		1			
	1.					
	Самостоятельная работа студентов					
	1.	Особенности процесса разработки регионального турпродукта	2			
2.	Исследование маркетингового канала (по выбору) являющегося элементом инфраструктуры туристской индустрии	2				
Тема 2.17 Маркетинговые коммуникации	Содержание		6		ОК 1-5, ПК 3.1, 3.4	
	1.	Сущность, значение и специфика маркетинговых коммуникаций в туризме		**		
	2.	Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций		**		
	3.	Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций		***		
	4.	Брендинг на рынке туруслуг.		**		
	5.	Выставки и ярмарки		**		
	6.	Фирменный стиль туристского предприятия		**		
	Семинарские и практические занятия					
	1.	Построение интегрированных маркетинговых коммуникаций как основа повышения туристского интереса к объектам показа	2			
	Самостоятельная работа студентов					
	1.	Виды, специфика и характеристика основных выставочно-ярмарочных мероприятий в сфере туризма	2			
Тема 2.18 Маркетинг в различных областях туризма	Содержание		4		ОК 1-5, ПК 3.1	
	1.	Маркетинг туризма на национальном уровне		**		
	2.	Маркетинг регионов и туристских центров		**		
	3.	Маркетинг гостиниц, ресторанов, транспортных организаций		***		

	4.	Концепции позиционирования территории		**	
		Семинарские и практические занятия			
	1.	Позиционирование территории Республики Коми	2		
		Контрольные работы	1		
	1.				
		Самостоятельная работа студентов			
	1.	Исследование имиджа территории	4		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие

4.1.1	учебного кабинета	№3 Учебная тренинговая фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма).
4.1.2	лаборатории	информатики и информационно-коммуникационных технологий;
4.1.3	зала	библиотека; читальный зал с выходом в сеть Интернет.

4.2 Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета

№	Наименования объектов и средств материально-технического обеспечения	Примечания
	Оборудование учебного кабинета	
	рабочие места по количеству обучающихся – не менее 25	+
	рабочее место преподавателя	+
	доска для мела	+
	раздвижная демонстрационная система	
	Печатные пособия	
	Тематические таблицы	
	Портреты	
	Схемы по основным разделам курсов	
	Диаграммы и графики	
	Атласы	
	Цифровые образовательные ресурсы	
	<i>Цифровые компоненты учебно-методических комплексов</i>	
	Экранно-звуковые пособия	
	Видеофильмы	
	Слайды (диапозитивы) по разным разделам курса	
	Аудиозаписи и фонохрестоматии	
	Лабораторное оборудование (демонстрационное оборудование)	

Технические средства обучения

№	Наименования объектов и средств материально-технического обеспечения	Примечания
	Технические средства обучения (средства ИКТ)	
	Телевизор с универсальной подставкой	
	Видеомагнитофон (видеоплейер)	
	Аудио-центр	
	Мультимедийный компьютер	
	Сканер с приставкой для сканирования слайдов	
	Принтер лазерный	
	Цифровая видеокамера	
	Цифровая фотокамера	
	Слайд-проектор	
	Мультимедиа проектор	+
	Стол для проектора	
	Экран (на штативе или навесной)	+

4.3. Используемые технологии обучения

В целях реализации компетентного подхода в образовательном процессе используются следующие активные и интерактивные формы проведения занятий: деловые и ролевые игры, анализ конкретных ситуаций, кейс метод, круглый стол (групповые дискуссии и дебаты), проблемное обучение, мозговой штурм или брейнсторминг, интеллект-карты, проектное обучение, олимпиада, конференция, работа в малых группах, интерактивные лекции (применением видео- и аудиоматериалов) и др.

4.4. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы (по каждому МДК)

Основные печатные источники

МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности

№	Выходные данные печатного издания	Год издания	Гриф
1	Веселова Н.Ю. Организация туристской индустрии	2018	гриф
2	Давыдова Н.Ю. Правовое обеспечение сервиса и туризма.	2016	гриф

Основные печатные источники

МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме

[индекс и наименование междисциплинарного курса в соответствии с рабочим учебным планом]

№	Выходные данные печатного издания	Год издания	Гриф
1	Дурович А.П. Маркетинг туризма	2020	гриф
2	Восколович Н. А. Маркетинговые технологии в туризме	2020	гриф
3	Джанджугазова Е. А. Маркетинговые технологии в туризме:	2019	гриф

	маркетинг туристских территорий		
--	---------------------------------	--	--

Дополнительные печатные источники

№	Выходные данные печатного издания	Год издания	Гриф
1	Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности.	2019	
4	Шпырня О.В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства	2018	

Основные электронные издания

№	Выходные данные электронного издания	Режим доступа	Проверено
1	Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" // СПС КонсультантПлюс	свободный	10.05.2022

Ресурсы Интернет

Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Библиотека

<http://window.edu.ru/window/library>

Электронная библиотека учебно-методической литературы для общего и профессионального образования.

Все о туризме. Туристическая библиотека

<http://tourlib.net/>

На данном сайте предоставлена разнообразная информация для студентов, учащихся в профильных туристских учебных заведениях: [книги по туризму](#), учебники, статьи, методические материалы, законы, материалы для подготовки к семинарским и практическим занятиям, для написания рефератов, курсовых, дипломных и магистерских работ. Преподавателям дисциплин направления «Туризм» - [методические пособия](#) для организации учебного процесса, литература для подготовки курсов лекций и проведения семинарских и практических занятий. Для аспирантов и ученых - научные [статьи по туризму](#), отчеты [Всемирной туристской организации \(ВТО\)](#), а также база [авторефератов кандидатских и докторских диссертаций](#) по туризму.

Библиотека. Туристические каталоги

<http://www.tourdom.ru/library/>

В «Библиотеке» можно полистать актуальные каталоги ведущих туроператоров и отельных сетей.

Всероссийская библиотека отчетов

<http://www.tourism.ru/>

Собраны и сделаны доступными для поиска и просмотра отчеты по всем видам туризма.

TOURest- справочник по туризму

<http://tourest.ru/>

На сайте собрана актуальная и достоверная справочная информация о туризме и отдыхе, представленная в виде статей, ссылок и кратких описаний лучших туристических ресурсов Интернета.

<http://www.customs.ru/> Сайт Федеральной таможенной службы

<http://www.kdmid.ru/> Консульский информационный портал

www.voyagemagazine.ru/ - Журнал «Вояж». Периодическое издание о туризме и отдыхе.
<http://www.ratanews.ru> – «RATA news» - ежедневная электронная газета для профессионалов турбизнеса.

4.5. Общие требования к организации образовательного процесса при реализации профессионального модуля

МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности

Требования к условиям проведения занятий

Реализация профессионального модуля осуществляется:

после освоения общепрофессиональных дисциплин

[лишние строки после заполнения убрать]

[указать наименования дисциплин]

параллельно с освоения общепрофессиональных дисциплин

Организация дисциплины	туристской
------------------------	------------

Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации
--

до освоения общепрофессиональных дисциплин

Безопасность жизнедеятельности

--

--

Реализация профессионального модуля осуществляется:

в семестре с учебной нагрузкой часа в неделю;

в семестре с учебной нагрузкой часа в неделю;

в семестре с учебной нагрузкой часа в неделю;

в семестре с учебной нагрузкой часа в неделю;

Требования к условиям организации учебной практики

При реализации **ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг**

предусматривается проведение следующих видов практики:

практика проводится в рамках профессионального модуля

, чередуясь с теоретическими занятиями в рамках модуля, и направлена на освоение студентами профессиональных компетенций.

Производственная практика проводится в рамках профессионального модуля

Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются колледжем и доводятся до студентов до начала практики.

Требования к условиям консультационной помощи обучающимся

При выполнении курсового проекта (работы) по модулю предусматривается проведение консультаций с обучающимися в пределах отведенного времени.

Форма проведения консультаций (групповые, индивидуальные, письменные, устные, дистанционные) определяется колледжем.

Требования к условиям организации внеаудиторной деятельности обучающихся

Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением.

Реализация профессионального модуля обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам.

Во время самостоятельной подготовки в колледже студенты обеспечиваются бесплатным доступом к сети Интернет в читальных залах библиотеки.

4.6. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля.

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

специалисты с высшим профессиональным образованием – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин «Организация туристской индустрии», «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации»

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

Показатели оценки освоения знаний, умений, практического опыта

Знания	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
31 Структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;	- выявление типа клиента; - применение различных методов изучения запросов потребителя, правильная формулировка уточняющих вопросов на этапе выявления потребностей клиента; - подбор турпродукта, удовлетворяющего запросы заказчика	- экспертная оценка результатов отработки этапа выяснения потребностей
32 Требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора	- соблюдение требований российского законодательства и правил реализации туристского продукта - соответствие предоставляемой потребителю информации согласно требованиям российского законодательства	- тестирование
33 Различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;	- использование достоверных источников	- наблюдение в ходе выполнения практического задания по подбору тура под запрос клиента
34 Методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики.	
35 Технологии использования базы данных;	- понимание необходимости ведения клиентской базы, использование возможностей программы для совершенствования работы турагентства	- экспертная оценка выполнения практического задания по разработке клиентской базы
36 Статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;	- применение статистических данных в ходе презентации турпродукта для убедительности аргументации; - разъяснение деталей тура с расшифровками аббревиатур	- экспертная оценка
37 Особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;	- точность определения отличительных характеристик турпродукта, недостатков и преимуществ	- экспертная оценка выполнения проблемно-ориентированной задачи и устной презентации аргументации выбора
38 Приемы маркетинговых	- точность и полнота проведенного	- экспертная оценка

исследований в туризме;	маркетингового исследования	результатов разработки рекламного материала – баннера, буклета, продающей статьи
39 Основы маркетинга и виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;	- обоснование выбора канала продвижения турпродукта - соответствие рекламного мероприятия технологиям его разработки	- экспертная оценка проекта рекламной кампании
310 Характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;	- получение и анализ информации о стоимости и характеристиках туруслуг, входящих в турпакет - соответствие результата подбора оптимального турпакета заявке потребителя	- экспертная оценка устной презентации туристского продукта
311 Правила оформления деловой документации;	- правильность заполнения документов строгой отчетности	- наблюдение в ходе выполнения практического задания по формированию пакета документов клиента
312 Правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;	- полнота и верность изложения правил приобретения, учета и хранения документов строгой отчетности	
313 Перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;	- грамотное и корректное консультирование потребителя о правилах въезда и выезда граждан Российской Федерации в страны с визовым и безвизовым режимам	- тестирование
314 Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;	- грамотное и корректное консультирование потребителя о правилах пересечения границ Шенгенской зоны	- тестирование
315 Требований консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;	- правильность заполнения заявлений на выдачу виз - выявление ошибок при оформлении заявлений и их исправление - объяснение выявленных ошибок, грамотное и корректное консультирование потребителя	- наблюдение в ходе выполнения практического задания по формированию пакета документов клиента
316 Информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.	- применение программ интернет-бронирования для решения профессиональных задач	- наблюдение в ходе выполнения практического задания по подбору тура под запрос клиента
Умения	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
У1 Определять и анализировать потребности заказчика;	- реализация этапа выявления потребностей путем постановки уточняющих вопросов	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях (при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх; при подготовке и участии в семинарах, при подготовке рефератов, докладов и т.д.); - при выполнении работ на различных этапах учебной
У2 Выбирать оптимальный туристский продукт;	- обоснование оптимальности выбранного турпродукта из альтернативных	
У3 Осуществлять поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);	- работа с информационными источниками на русском и иностранном языках	
У4 Составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от	- составление клиентской базы турагентства, выявление наиболее востребованного направления среди клиентуры - определение портрета потребителя на	

туроператоров;	основе анализа базы данных клиентов	<p>практики;</p> <p>- при выполнении работ на различных этапах производственной практики;</p> <p>- на дифференцированном зачете.</p>
У5 Взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;	<ul style="list-style-type: none"> - применение методов убеждения клиента в ходе личной продажи, работа с возражениями клиента - применение методов коммуникации в переговорах с поставщиками и туроператорами 	
У6 Осуществлять бронирование с использование современной офисной техники;	- поиск турпродуктов в популярных системах интернет-бронирования	
У7 Принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организовываемых туроператорами;	- анализ вебинаров на сайтах туроператоров по различной тематике	
У8 Обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;	- соблюдение требований российского законодательства по доставке документов, необходимых для совершения путешествия до потребителя	
У9 Разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;	<ul style="list-style-type: none"> - обоснование выбора канала продвижения турпродукта - соответствие рекламного мероприятия технологиям его разработки - разработка программы лояльности для клиентов турфирмы 	
У10 Предоставлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;	- подбор оптимального турпродукта, соответствующего требованиям заказчика	
У11 Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;	- консультация туристов о туристских услугах, входящих в стоимость	
У12 Оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;	<ul style="list-style-type: none"> - соблюдение порядка заполнения бланков строгой отчетности; - применение различных методов расчета стоимости турпродукта 	
У13 Составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);		
У14 Приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;		
У15 Принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;	<ul style="list-style-type: none"> - определение подлинности принимаемых купюр; - соблюдение правил работы на контрольно-кассовых аппаратах 	
У16 Предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;	- оперирование актуальной и достоверной информацией в ходе личной продажи	

У17 Консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;	- оперирование актуальной и достоверной информацией о правилах оформления визы и о визовых центрах	
У18 Доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.	- соблюдение последовательности документооборота турагент-туроператор	
Практический опыт	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПО1 Определять и анализировать потребности заказчика;	- реализация этапа выявления потребностей путем постановки уточняющих вопросов	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <p>- на практических занятиях (при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх; при подготовке и участии в семинарах, при подготовке рефератов, докладов и т.д.);</p> <p>- при выполнении работ на различных этапах учебной практики;</p> <p>- при выполнении работ на различных этапах производственной практики;</p> <p>- в ходе реализации промежуточного контроля.</p>
ПО2 Выбирать оптимальный туристский продукт;	- обоснование оптимальности выбранного турпродукта из альтернативных - определение преимуществ и недостатков турпродукта	
ПО3 Осуществлять поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);	- работа с информационными источниками на русском и иностранном языках	
ПО4 Составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;	- составление клиентской базы турагентства, выявление наиболее востребованного направления среди клиентуры - определение портрета потребителя на основе анализа базы данных клиентов	
ПО5 Взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;	- применение методов убеждения клиента в ходе личной продажи, работа с возражениями клиента - применение методов коммуникации в переговорах с поставщиками и туроператорами	
ПО6 Осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники	- поиск турпродуктов в популярных системах интернет-бронирования	

Показатели оценки результата освоения профессиональных компетенций

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Освоенные профессиональные компетенции		

ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	- оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований; - качество организации и проведения сбора данных - качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований	-отзыв потребителя (клиента) через опрос и анкетирование - выполненная практическая работа
ПК 3.2 Формировать туристский продукт	- оставление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий	- наблюдение во время практического занятия и в ходе учебной практики - выполненная практическая работа
ПК3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	- осуществление оптимального расчета стоимостных показателей турпродукта	- выполненная практическая работа
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	- осуществление взаимодействие с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	- экспертная оценка выполнения заданий на практических занятиях и в ходе учебной практики
	- оформление договора туроператора с турагентом	
ПК 3.5. Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг	- разработка рекламного материала - организация выставочного стенда - презентация разработанного турпродукта	- экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и в ходе учебной практики

Показатели оценки результата освоения общих компетенций

Общие компетенции	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- участие в работе научно-студенческих обществ, - выступления на научно-практических конференциях, - участие во внеурочной деятельности, связанной с будущей профессией/специальностью (конкурсы профессионального мастерства, выставки и т.п.), - высокие показатели производственной деятельности	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях (при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх; при подготовке и участии в семинарах, при подготовке рефератов,
ОК 2. Организовывать собственную	- выбор и применение	

деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества	докладов и т.д.); - при выполнении работ на различных этапах учебной практики;
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- анализ профессиональных ситуаций; - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач	- при выполнении работ на различных этапах производственной практики;
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики.	- дифференцированный зачет; - экзамен.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- использование в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	взаимодействие: - с обучающимися при проведении деловых игр, выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения, - с потребителями и коллегами в ходе производственной практики	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождении различных	

	этапов производственной практики; - определение этапов и содержания работы по реализации самообразования	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности; - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.	

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА УЧЕБНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ РАБОТ СТУДЕНТОВ

6.1 ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ КУРС

МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности

№	Наименование темы курсовой работы
1.	Перспективы развития этнографического туризма
2.	Заброшенные поселения как объекты туризма в Республике Коми
3.	Искусственная аттракция как ресурс развития туризма в дестинации
4.	Организация питания в туризме

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ КУРС

МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме

[индекс и наименование междисциплинарного курса в соответствии с рабочим учебным планом]

№	Наименование темы курсовой работы
1.	Выявление потенциальных туристских брендов как элемента
2.	Маркетинг событий как инструмент повышения туристской привлекательности дестинации
3.	Нейромаркетинг как инструмент продвижения турпродуктов

6.2 ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ КУРС

МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности

[индекс и наименование междисциплинарного курса в соответствии с рабочим учебным планом]

№	Наименование темы дипломной работы (проекта)
1.	Организация свадебного тура в России

2.	Разработка гастрономического тура в Усть-Цилемский район Республики Коми
3.	Тур выходного дня по Сыктывдинскому району
4.	Разработка нового событийного турпродукта в рамках развития внутреннего и выездного туризма в РК

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ КУРС

МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме

[индекс и наименование междисциплинарного курса в соответствии с рабочим учебным планом]

№	Наименование темы выпускной квалификационной работы (проекта)
1.	Продвижение пляжного тура в Бахрейн через сеть турагентств
2.	Конкурентная позиция турпродукта на рынке экскурсионных услуг
3.	Разработка рекомендаций по позиционированию туристского центра
4.	Ассортиментный анализ турфирмы

