

Министерство образования, Новосибирской области
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ
«БЕРДСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по профессиональному модулю	ПМ 03.	Предоставление туроператорских услуг по специальности среднего профессионального образования
	индекс	название МДК
специальность	43.02.10	43.02.10 «Туризм»
	код специальности	название специальности
Разработчик:	преподаватель	Прилепская Н.А.
	должность	подпись фамилия, имя, отчество

Бердск, 2022г.

Рабочая программа Профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО):

43.02.10

код специальности

«Туризм»

название специальности

43.00.00

код укрупненной группы специальности

название укрупненной группы специальности

Организация-разработчик: ГБПОУ НСО «Бердский политехнический колледж»

Разработчик(и):

преподаватель

Прилепская Нина

должность, ученая

подпись


фамилия, имя, отчество

РАССМОТРЕНО

Заседание ПЦК

Протокол № 1 от 29.08 2022

Председатель ЦК

 Н.А. Прилепская

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора по учебно-методической работе

 С.В. Сак

01.09.2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	19 22

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ПМ 03 предоставление туроператорских услуг»

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

иметь практический опыт:

- проведение маркетинговых исследований и создание базы данных по туристским продуктам;
- планирование программ турпоездов, составление программ тура и турпакета;
- предоставление сопутствующих услуг;
- расчеты себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами, реализацию турпродукта;
- работа с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной компании, проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами: проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- работать на специализированных выставках с целью организации презентации, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- работать с запросами клиентов, в том числе иностранными;
- 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 предложения;
- 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- 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 и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентствами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- правила расчетов с турагентствами и способы их поощрения;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

1.2.Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 **Туризм** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Предоставление туроператорских услуг** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 516 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 516 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 404 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 112 часа;

учебной и производственной практики – 158 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения
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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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
ЛР 13	Готовность обучающегося соответствовать ожиданиям работодателей: ответственный сотрудник, дисциплинированный, трудолюбивый, нацеленный на достижение поставленных задач, эффективно взаимодействующий с членами команды, сотрудничающий с другими людьми, проектно мыслящий.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, 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	
ОК 1-9 ПК 3.2-3.4	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	187	125	88		62		72	
ОК 1-9 ПК 3.1	МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	158	108	70		50			
	Учебная практика	72							
	Производственная практика, (по профилю специальности), часов	72							
Всего:		489	233	158		112		72	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности		187	
1	2	3	4
Тема 1. Основы туроператорской деятельности	<i>Содержание учебного материала</i>	30	
	1. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туроператорской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России.		2
	2. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров.		2
	3. Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.		3
	Лабораторные работы (не предусмотрены)	-	
	Практические занятия 1. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру. 2. Изучение технологии оформления договоров.	17	3 3

	3. Разбор ситуаций предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором.		3	
	Контрольные работы (не предусмотрены)	-		
Тема 2. Технология разработки туристского продукта	<i>Содержание учебного материала</i>	30		
	1. Понятие разработки туристского продукта.		2	
	2. Изучение ресурсов выбранной дестинации			
	3. Анализ ресурсов выбранной дестинации.		2	
	4. Свойства и цели турпродукта.		2	
	5. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов.		3	
	6. Услуги размещения			
	7. Транспортные услуги			
	8. Услуги питания			
	9. Экскурсионные и анимационные услуги			
	10. Выбор схемы работы в дестинации.		3	
	11. Основные правила и методика составления программ туров		3	
	12. Оптимизация предоставления туруслуг. Работа с информационно-справочными материалами. Изучение популярных порталов по туризму и работа с ними			
	Лабораторные работы (не предусмотрены)	-		
Практические занятия	17			
- Анализ ресурсов выбранной дестинации.		3		
- Определение базовых услуг по заданным показателям.		3		
- Расчет необходимого количества мест в средствах размещения.		3		
- Планирование программ турпоездов.		3		
- Работа с информационно-справочными материалами (каталоги и ценовые предложения)		3		
- Составление программ тура и турпакета. Для российских клиентов		3		
- Составление программы туров для зарубежных клиентов.				

	Контрольные работы (не предусмотрены)		-		
Тема 3. Этапы работы туроператора	<i>Содержание</i>		30		
	1	Цели и задачи ТО бизнеса .Виды ТО и туроперейтинга. Специализации ТО		2	
	2	Требования Российского законодательства к ТО. Реестр ТО, условия вступления		2	
	3	Законодательные основы взаимодействия ТА и ТО. Бизнес – модели развития ТО.		2	
	4	Маркетинговые исследования ТО. Оценка конъюнктуры рынка ТО. Изучение и анализ запросов потребителей туруслуг. Изучение рекреационных возможностей регионов.		2	
		<i>Практические занятия</i> - Изучение и правила оформления ваучеров, памяток, страховых полисов - Решение ситуационных задач	17	3	
	5	Структура туриндустрии. Активные субъекты туриндустрии. Поставщики туруслуг.		2	
	6	Этапы работы ТО компании при формировании тура		2	
	7	Специализации ТО. Определение направлений и продолжительности туров. Определение целевой аудитории. Групповые и индивидуальные туры		2	
	8	Выбор контрагента- партнера.Meet-компании		2	
	9	Выбор транспортной организации		2	
	10	Организация размещения и питания туристов		2	
	11	Обеспечение безопасности тура- страховое и медобеспечение путешествий .Оформление страховки.		2	
	12	Ценообразование тура. Методики расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости. Издержки		2	
13	Этапы реализации турпродукта. Негативные последствия снижения цены. Альтернатива неуменьшения цены. Риски ТО при демпинге. Мнения экспертов – директоров ведущих ТО.	2			

	Лабораторные работы (не предусмотрены)				
	Практические занятия -Создание турпакета выбранного направления -Расчет стоимости турпакета по выбранному направлению -Изучение поставщиков туристских услуг при бронировании «напрямую» и через meet-компанию -Подготовка и комплектование пакета документов туриста для оформления визы. Проверка виз в паспорте туриста. <u>-Семинарское занятие «Развитие туризма в Российской Федерации».</u> <i>Начало развития туризма в РФ. Структура госрегулирования туризма в РФ. Нормативные акты. Особенности внутреннего российского туррынка на современном этапе.</i> <i>Статистика внутренних ресурсов России. Объекты всемирного наследия</i> <i>Индустрия гостиничного дела и питания. Индустрия транспорта.</i> <i>Потенциал развития внутреннего туризма в России. Оценка туристского потенциала территорий</i> <i>Природные рекреационные ресурсы России</i> <i>Культурно- исторические ресурсы России</i> <i>Основные туристские предпочтения россиян. Разновидности росс. Внутреннего туризма</i> <i>Экологический туризм. Характеристика экотуристского потенциала России.</i> <i>Причины, сдерживающие развитие экотуризма в России</i> <i>Рекреационное районирование России</i> <i>Оценка перспектив развития внутреннего туризма. Мнения экспертов</i>	18		3 3 3 3 3	
Тема 4 Продвижение турпродукта.	Содержание	35			
	1		Принципы работы маркетинговой службы в ТО. Методы и нормативно – правовая основа рекламы турпродукта. Виды продвижения ТО турпродукта на туристическом рынке. Реклама- инструмент продвижения товара к потребителю. Разработка рекламной политики. Рекомендации при планировании рекламной компании.	2	
	2		Печатная реклама. Маркетинговые исследования ТО по выбору печатного	2	

		издания в соответствии с целевой аудиторией. Рекомендации по рекламным объявлениям. Буклеты, каталоги. Виды сувенирной рекламы в туриндустрии			
	3	Реклама на радио. Этапы рекламной компании на радио. Телевизионная реклама.		2	
	4	Наружная реклама. Вывески, баннеры, растяжки, щиты. Реклама на транспорте		2	
	5	Реклама в Интернете. Сайт Турагенства. Интернет- рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содержанию рассылки. Реклама в соцсетях. Участие Турагенства в поисковых системах- информационных ресурсах .		2	
	6	Стимулирование продаж.		2	
	7	Туристические выставки.PR акции. Нестандартные приемы продвижения турпродукта. Пропаганда туризма. Спонсорство, благотворительность.		2	
	8	Работа по привлечению: Создание франчайзинговых агентских сетей.		2	
		Обучение– воркшопы, презентации, семинары, вебинары, инфотуры. Особенности продвижения турпродукта.		2	
	9	Совместная реклама с совместные мероприятия. Размещение инфо на сайте. СПО		2	
	10	Повышение технологичности ГО для привлечения ТА. Онлайн бронирование .Оплата турпродукта. Круглосуточная поддержка клиентов		2	
		Практические занятия -Разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта -Подбор материалов по рекламе Турагентства (по выбору обучающегося) -Провести семинар по теме «Пять причин, чтобы посетить...» -Оформить рекламный буклет «Пять причин, чтобы посетить...») -Подготовить проект рекламы на радио, TV, в газете. -Посещение Санатория «Сибиряк и «Рассвет» и составление отчета -Стимулирование продаж	19		
		ЭКЗАМЕН ПО МДК 03.01			
		Самостоятельная работа обучающихся при изучении МДК 03.01. ПМ.03	62		

- Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров.
- Выявление в СМИ, электронных изданиях и анализ предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором в соответствии с законодательством РФ.
- Мониторинг предложений туроператоров.
- Анализ причин возникновения ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг.
- Составление программы экскурсионного обслуживания по маршруту в России для зарубежных туристов.
- Составление программы экскурсионного обслуживания по за рубежом для российских туристов.
- Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы
- Подготовка доклада на тему «Оформление рабочего места менеджера турфирмы»
- Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем
- Поиск информации о характеристиках российских туроператорских фирм
- Поиск информации об условиях взаимодействия и туроператоров и турагентов
- Изучение сайтов туроператоров
- Подготовка информации для оформления памятки туристу
- Подготовка информации о дополнительных страхованиях туриста
- Изучение бланков проездных документов, страховых полисов, ваучеров
- Подготовить эссе на темы:
 - Достопримечательности Новосибирской области
 - Православные святыни Новосибирской области
 - Возможности туристского освоения Новосибирской области
 - Центры народных промыслов и декоративно- прикладного искусства (по выбору)
 - Природный памятник Всемирного наследия в России(по выбору)
 - Историко- архитектурный памятник Всемирного наследия в России(по выбору)
 - Примеры экологического туризма (разработать маршрут экотуризма)

Наименование разделов профессионального модуля (МП), междисциплинарных курсов(МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа студентов, курсовая работа(проект)		Объём часов	Уровень освоения
МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме			158	
Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта				
Тема 1.1 Основы маркетинга и методика проведения маркетинговых исследований.	Содержание		27	2
	1.	Понятие маркетинг, нужды, потребности, рынок. Цели маркетинга. Задачи маркетинга. Принципы маркетинга. Функции маркетинга		
	2.	Виды и типы маркетинга. Маркетинг реагирования. Маркетинг, формирующий запросы.		

	3.	Цель, задачи, области проведения исследования. Этапы проведения исследования		
	Практические занятия		8	
	1.	Использование результатов исследований при создании туристского продукта.		
	2.	Использование результатов исследований для переговоров с турагентами		
	3.	Алгоритм проведения маркетинговых исследований.	9	
	4.	Проведение анализа деятельности других туркомпаний.		
	5.	Составление задач маркетинга для реализации целей турфирмы		
Тема 1.2 Рекламный продукт. Методы работы с базами данных	Содержание		27	
	1.	Рекламный продукт. Виды рекламного продукта. Система ХАССП		2
	2	Техника проведения рекламной кампании. Методика формирования содержания рекламных материалов.		3
	3	Методика выбора дизайна рекламных материалов.		
	4	Правила работы на выставках. Методы анализа результатов деятельности на выставке.		2
	5	Способы обработки статистических данных. Методы работы с базами данных.		3
	Лабораторные работы		7	
	1.	Анализ результатов при обработке информации		
	2	Работа с информационными и справочными материалами		
	3.	Предоставление информации турагентам по рекламным турам		
	Практические работы		10	
	1.	Работа на специализированных выставках с целью организации презентаций.		
	2.	Работа на специализированных выставках с целью сбора и обработки		

		информации		
	3.	Подготовка презентации для работы на выставке. Составление инфраструктурного листа		3
Тема 1.3. Исследование среды маркетинга туристского предприятия Освоение техники делового общения на русском и иностранных языках	1.	Понятие среды маркетинга	27	3
	2.	Анализ внутренней среды. Этикет и имидж		
	3.	Изучение внешней среды. Деловой протокол		
	Лабораторные работы		6	
	1.	Определить маркетинговую среду турпредприятия		
	2.	Анализ внутренней конкурентной среды маркетинга, на основе предыдущей ЛПЗ		
	3.	Определение конкурентной позиции фирмы		
	Практические работы		12	
	1.	Зависимость спроса от дохода покупателя		
	2.	Расчет безубыточности		
3.	Использование эффективных методов делового общения на иностранном языке.			
Тема 1.4 Специфика норм общения с клиентами и агентами	1.	Особенности взаимодействия с клиентами.	27	
	2.	Правила общения с партнерами		
Лабораторные работы				
Практические работы				
	1.	Правила настроя на собеседника. Установление и поддержание контакта при личном общении.	18	
	2.	Типы клиентов и виды обращения к ним.		
	3.	Трудные ситуации в общении с коллегами и возможности их решения		
Всего			158	
ДЗ по МДК 03.02.				
Практические занятия			70	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			50	
1. Отчет об экскурсии на предприятие туристической индустрии				
2. Разработка материалов для проведения маркетингового исследования.				

<p>3. Сбор информации о крупных туроператорах региона для практического занятия. Создание компьютерной презентации</p> <p>4. Проведение маркетингового исследования</p> <p>5. Сбор информации о стратегиях конкретных турфирм.</p> <p>6. Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке.</p> <p>7. Сбор рекламных материалов, их анализ и оценка.</p> <p>8. Подготовка компьютерной презентации программы тура для выставки.</p> <p>9. Сбор материалов для разработки фирменного стиля туристской организации.</p>		
<p>Примерная тематика домашних заданий МДК 03.02</p>		
<p>Систематическое изучение электронного учебника, работа с Интернет-ресурсами по заданию преподавателя, обращение к основной и специальной литературе по заданию преподавателя.</p>		
<p>Учебная практика профессионального модуля</p> <p>Виды работ:</p> <p>1. Посещение выставок ярмарок. Сбор и анализ об участниках рынка</p> <p>2. Разработка плана маркетинга туристского предприятия.</p> <p>3. Решение ситуационных задач</p> <p>4. Закрепить полученные знания и навыки в процессе теоретического обучения.</p> <p>5. Подготовиться к самостоятельной профессиональной деятельности на туристских предприятиях в сфере менеджмента, ориентированного в том числе на мотивацию потребительского спроса.</p> <p>6. Овладеть навыками сбора информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений.</p> <p>7. Ознакомление с должностными обязанностями персонала турфирмы.</p> <p>8. Изучение перечня основных и дополнительных услуг.</p> <p>9. Формирование навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости услуг.</p> <p>10. Изучить правила по технике безопасности.</p> <p>11. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта</p> <p>12. Изучить основы организации туристской деятельности</p> <p>13. Отработать навыки отчетности в туризме</p> <p>14. Взаимодействовать с турагентами по реализации турпродукта;</p>	<p>72</p>	
<p>Производственная практика по профилю специальности</p> <p>Виды работ</p> <p>1. Проведение маркетингового исследования объектов туристского рынка. Выявление целевых сегментов рынка. Позиционирование туристского продукта.</p> <p>2. Фирменный стиль туристского предприятия. Рекламная продукция.</p> <p>3. Осуществление планирования турпоездов, составление программ тура и турпоездов.</p> <p>4. Предоставление сопутствующих услуг турфирмы.</p> <p>5. Решение проблем, возникающих на маршруте.</p> <p>6. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта.</p>	<p>108</p>	

<p>7. Применение полученных в процессе обучения знаний и навыков.</p> <p>8. Изучение информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений.</p> <p>9. Формирование практических навыков по анализу функциональной и отраслевой структуры турфирмы.</p> <p>10. Описание структуры и кадровой политики турфирмы.</p> <p>11. Закрепление навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости туров.</p> <p>12. Соблюдение правил техники безопасности.</p> <p>13. Работа с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;</p> <p>14. Работа по планированию рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;</p> <p>15. Практика работы с туристской документацией и отчетностью.</p>		
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Кабинет МДК по специальности «Туризм»» кабинет № 23, корпус 1

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

Столы компьютерные

Офисные стулья

Столы учебные Стулья

Стол преподавателя

Компьютер

Доска магнитная

Оборудование для работы в режиме on-line

Телевизор

Основные средства обучения:

учебники и учебные пособия по учебным дисциплинам и профессиональным модулям
методические пособия

КОС, включая тесты и тестовые задания, лабораторно-практические задания

интернет - ресурсы

В кабинете имеется доступ к информационным системам и информационно-телекоммуникационным сетям

Преподавателем и студентами на занятиях используются электронные образовательные ресурсы

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

Компьютер, ноутбук, веб-камера, выход в Интернет, телефон, факс, фотопринтер, цветной ксерокс, сканер, брошюровщик, шредер, музыкальный центр, цифровой фотоаппарат, видеокамера, калькулятор, ламинатор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. А.А. Жуков, С.О.Дерябина Технология и организация операторских и агентских услуг – М.: Академия 2011
2. М.В. Биржаков И.В. Никифоров. Документооборот туристского предприятия: учебное пособие. – СПб.: Издательский дом ГЕРДА, 2009.
3. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К'», 2009.
4. Дурович А.П. Менеджер турагентства. – Минск: Современная школа, 2010.

Дополнительные источники:

1. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. СПб.: Питер, 2008.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1990.
3. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. М.: ЮНИТИ, 2007.
4. Мак-Дональд М. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство к маркетинговому планированию. – М.: Эксмо, 2009.
5. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве: учеб. Пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007.
6. Сарафанова Е.В., Яцук А.В. Маркетинг в туризме: учебное пособие. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007.

Интернет-ресурсы:

- www.turprofi.ru Портал для турагента
- www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
- www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
- www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При освоении профессионального модуля в целях реализации компетентностного подхода, предусматривается использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, деловых и ролевых игр, индивидуальных и групповых проектов, анализа производственных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

В целях развития личности, достижения результатов при освоении программы профессионального модуля в части развития общих компетенций, обучающиеся могут участвовать в развитии студенческого самоуправления, работе творческих коллективов, общественных организаций, спортивных и творческих клубов.

Практика является обязательным разделом данного модуля. При реализации программы профессионального модуля предусматривается учебная практика, практика по профилю специальности, которая реализуется в рамках изучения модуля после его освоения. Производственная практика проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам изучения профессионального модуля проводится с учетом результатов производственной практики, подтвержденных документами соответствующих организаций.

Консультации для обучающихся предусматриваются в период изучения модуля в объеме, предусмотренном учебным планом образовательного учреждения.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): реализация

основной профессиональной образовательной программы по профессии среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: реализация основной профессиональной образовательной программы по специальностям среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК3.1 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	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы профессионального модуля, анализ содержания и качества выполнения
ПК3.2 Формировать туристский продукт	Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий	
ПК3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта	
ПК3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	Эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта Подготовка электронной презентации тура. - разработка качественного рекламного продукта; оценка эффективности программы продвижения турпродукта; - разработка фирменного стиля туристской фирмы.	
ЛР 13 Готовность обучающегося соответствовать ожиданиям работодателей: ответственный сотрудник, дисциплинированный, трудолюбивый, нацеленный на достижение поставленных задач, эффективно взаимодействующий с членами команды, сотрудничающий с другими людьми, проектно мыслящий.	Адаптация к требованиям работодателя. Соответствие ожиданиям работодателям. Эффективность взаимодействия с членами команды.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы профессионального модуля, анализ содержания и качества выполнения

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к будущей профессии. Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i>
Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i>
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике</i>
Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике</i>
Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике</i>

<p>Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно обращаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<p>Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и в ходе обучения</p>	<p><i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике</i></p>
<p>Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения задач</p>	<p>Развитие самоменеджмента обучающегося Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий</p>	<p><i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, учебной и производственной практик</i></p>
<p>Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.</p>	<p><i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i></p>
<p>Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности</p>	<p>Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности</p>	<p><i>Наблюдение во время выполнения работ в новых условиях</i></p>