



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг**

**43.02.10 Туризм**

квалификация выпускника  
**Специалист по туризму**  
(базовый уровень подготовки)

Форма обучения:**очная**

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 43.02.10 Туризм

Рабочая программа разработана на кафедре туризма и гостиничного дела.

Разработчик(и): Карасева Г.Ю., ст. преподаватель кафедры Т и ГД

**Согласовано:**

Организация-партнер: ООО ЦЕНТР ТУРИЗМА «ЕЛЕЦ» Р.М. Иванова



## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЯ**
- 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

## **ПМ.01. Организация и контроль текущей деятельности работников службы приема и размещения**

### **1.1. Область применения примерной программы**

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО и ОПОП СПО по данной специальности:

#### **а) общих (ОК):**

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.

#### **б) профессиональных компетенций (ПК):**

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

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

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

Рабочая программа может быть использована в дополнительной профессиональной подготовке в рамках специальности СПО 43.02.10 Туризм.

## 1.2. Цель и задачи профессионального модуля

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

**иметь практический опыт:**

проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;

планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета; предоставления сопутствующих услуг;

расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;

работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;

планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках.

**уметь:** осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; проводить анализ деятельности других туркомпаний;

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

обрабатывать информацию и анализировать результаты;

налаживать контакты с торговыми

представительствами других регионов и стран;

работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;

работать с информационными и справочными материалами;

составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; составлять турпакеты с использованием иностранного языка;

оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;

оформлять страховые полисы;

вести документооборот с использованием информационных технологий;

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

рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; работать с агентскими договорами;

использовать каталоги и ценовые приложения;

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

работать с заявками на бронирование туруслуг;

предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;

использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках.

**знать:**

виды рекламного продукта;

правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; способы обработки статистических данных;

методы работы с базами данных;

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

планирование программ турпоездок; основные правила и методику составления программ туров;

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

способы устранения проблем, возникающих во время тура;

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

методики расчета себестоимости турпакета и

определения цены турпродукта; методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;

основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;

правила бронирования туруслуг;

методику организации рекламных туров;

правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;

основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; технику проведения рекламной кампании;

методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;

техники эффективного делового общения, протокол и этикет;

специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО и ОПОП СПО по данной специальности:

### **1.3. Рекомендуемое количество часов**

Рекомендуемое количество часов на освоение профессионального модуля всего –381, в том числе:

**максимальная учебная нагрузка обучающегося – 381 час**, в которую включены:

- **обязательная аудиторная учебная нагрузка – 276 часов;**
- **самостоятельная работа обучающегося – 104 часов;**
- **курсовой проект;**
- **консультация -1 час;**

- учебная практика – 144 часа;
- производственная практика – 108 часов.

#### 1.4. Формы контроля и оценивания элементов ПМ

Элемент ПМ	Форма контроля и оценивания		
	Текущий контроль	Промежуточная аттестация	Экзамен по ПМ
1.Технология и организация туроператорской деятельности	Защита практических работ, контрольные работы	Курсовая работа 6 семестр, Итоговая оценка 5 семестр	
2.Маркетинговые технологии в туризме	Защита практических работ, контрольные работы	Экзамен 6 семестр	
3. Проектирование турпродукта	Защита практических работ, контрольные работы	Дифференцированный зачет 5 семестр	
4.Учебная практика	Отчет по учебной практике	Дифференцированные зачеты 4, 5 семестры	
5.Производственная практика (по профилю специальности)	Отчет по производственной практике	Дифференцированные зачеты 4, 5 семестры	
6.Экзамен квалификационный			Комплексный экзамен 6 семестр

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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.
ОК2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для

	эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.



### 3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПМ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательные аудиторные учебные занятия			внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа		учебная, часов	производственная часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)	
			всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая проект (работа), часов	всего, часов	в т.ч., курсовой проект (работа), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ОК 1-ОК 9, ПК3.1, ПК 3.2, ПК3.3, ПК 3.4	МДК.03.01Технология и организация туроператорской деятельности	140	100	56	16	40		144	108	
ОК 1-ОК 9, ПК3.1, ПК 3.2, ПК3.3, ПК 3.4	МДК.03.02Маркетинговые технологии в туризме	115	84	56	1	30				
ОК 2, ОК 4, ОК 5, ПК3.1, ПК 3.2, ПК3.3, ПК 3.4	МДК.03.03Проектирование турпродукта	126	92	46		34				
ОК 1-ОК 9, ПК3.1, ПК 3.2, ПК3.3, ПК 3.4	Учебная практика, часов	144								
ПК3.1, ПК 3.2, ПК3.3, ПК 3.4	Производственная практика (по профилю специальности), часов	108								
	Всего:	381	276		17	104		144	108	

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	
<b>МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности</b>			
<b>Тема 1. Теоретические аспекты туроператорской деятельности</b>	1. Основные понятия в туризме: «туризм», «турист», отличия туриста от других путешествующих лиц, «туристская услуга», «туристские ресурсы», «туристская индустрия», «тур», «туристский продукт». 2. Понятие «туроператор». 3. Государственное регулирование туристской деятельности. ФЗ «Об основах туристской деятельности».	ЛК/ПЗ 8	2,3
<b>Тема 2. Роль туроператора на туррынке</b>	1. Роль туроператора на туррынке. 2. Тенденции развития туристической индустрии. 3. Факторы устойчивости туроператора на рынке. 4. Основные различия между туроператором и турагентом. 5. Виды и типы туроператоров. 6. Основная задача туроператора. 7. Функции туроператора. Практические занятия: 1. Понятие туроперейтинга. Туроператор и его основные функции 2. Миссия и цели туроператора 3. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров Современный рынок и география туроперейтинга	ЛК/ПЗ 14	2
<b>Тема 3. Организационно-правовые основы деятельности туроператора</b>	1. Правовые аспекты туроператорской деятельности 2. Организационно-правовые формы и виды туристских предприятий 3. Разработка учредительных документов, регистрация и оформление фирмы 4. Организационно-управленческая структура туроператорской фирмы	ЛК/ПЗ 12	2,3
<b>Тема 4. Технологии взаимодействия туроператора с</b>	1. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний.	ЛК/ПЗ 12	3
	2. Схемы работы современного туроператора с предприятиями гостиничной индустрии: рискованные и безрисковые формы сотрудничества.	ЛК/ПЗ 12	3

поставщиками услуг	3. Схемы взаимоотношений туроператора и авиакомпаний. 4. Договор чартерной перевозки. 5. Схемы сотрудничества туроператора с железными дорогами. 6. Схемы взаимоотношений современных туроператоров и судовладельцев. 7. Схемы взаимоотношений туроператора и автотранспортных предприятий. 8.Взаимоотношения туроператора и экскурсионной компании. 9. Нормативные документы. Основные позиции договорных взаимоотношений между туроператорами. 10. Виды договоров между туроператорами. 11. Атрибуты контракта на путешествие. 12. Приложения к контракту.			
	Практические занятия 1. Характеристика договоров в туризме 2. Заполнение стандартных договоров туристкой деятельности 3. Работа с нормативными документами, регулирующими договорную деятельность 4. Составление агентских договоров 5. Разработка рекламного тура 6. Разработка мероприятий поощрительной политики	ЛК/ПЗ	12	2
<b>Тема 5.Туристские формальности</b>	Визовая поддержка. Оформление виз российским гражданам, выезжающим за рубеж. Приём иностранных туристов. Таможенные формальности. Санитарные формальности. Памятка туриста.	ЛК/ПЗ	14	2,3
	Самостоятельная работа <b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> 1. Разработка пакета туристских услуг 2. Разработка турпродукта различных типов 3. Разработка концепции безопасности туристов в туристской дестинации 4. Анализ туристских формальностей в различных турах операторов Липецкой области		40	

	Курсовая работа		16	
	ВСЕГО		140	
<b>МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме</b>				
<b>Тема 1.</b> Введение в маркетинг	1. Маркетинг; сущность, задачи и компетенции. 2. Базовые понятия и принципы маркетинга. 3. Концепции маркетинга. 4. Средства маркетинга и регулирование спроса. 5. Содержание маркетинговой деятельности. Значение маркетинга.	ЛК	2	2
	Практическое занятие №1: 1. Современный маркетинг. Семинар Базовые понятия маркетинга: оценка спроса на товар/услугу	ПЗ	2	
	Практическое занятие №2: Средства маркетинга и регулирование спроса.	ПЗ	2	
	Практическое занятие №3-4: 1. Особенности спроса в туризме. Специфика туристского маркетинга.	ПЗ	4	
<b>Тема 2.</b> Маркетинговая среда: анализ и взаимодействие	1. Социально-гуманитарные функции туризма 2. Понятие туристских ресурсов и их значение для формирования туристского продукта	ЛК	2	2,3
	Практическое занятие №5-6: Понятие туристских ресурсов и их значение для формирования туристского продукта	ПЗ	4	
<b>Тема 3.</b> Маркетинговая информационная система и маркетинговые исследования	1. Маркетинговая информационная система и ее элементы. 2. Процесс маркетингового исследования. 3. Направления и цели маркетинговых исследований. 4. Вторичная и первичная маркетинговая информация. 5. Методы сбора первичной информации. 6. Методы анализа и интерпретации данных. 7. Методы прогнозирования и измерения спроса	ЛК	2	2
	Практическое занятие №7-8: 1. Анализ макросреды компании Расчет рыночных показателей в меняющейся маркетинговой среде	ПЗ	4	
<b>Тема 4.</b> Выбор целевого рынка. Позиционирование и	1. Сегментирование рынка: сущность, принципы, уровни. 2. Процесс сегментирования рынка. 3. Критерии сегментирования туристского рынка.	ЛК	2	2

дифференцирование	4. Оценка и выбор рыночных сегментов. 5. Стратегии охвата рынка. 6. Разработка стратегии позиционирования. 7. Дифференцирование рыночного предложения.			
	Практическое занятие №9-10: 1. Построение карты позиционирования (на примере конкретных туристских предприятий). 2. Оценка привлекательности рыночных сегментов	ПЗ	4	
<b>Тема 5.</b> Основы поведения покупателей	1. Покупательское поведение: принципы изучения. 2. Модель покупательского поведения. 3. Индивидуальные ресурсы потребителя. 4. Факторы, формирующие поведение покупателя. 5. Процесс принятия решения о покупке. 6. Типы покупательских решений. 7. Особые типы покупательского поведения.	ЛК	2	2
	Практическое занятие №11-12: 1. Моделирование процесса принятия решения о покупке (на примере турпродукта) 2. Разработка рекомендаций по повышению эффективности влияния на решение потребителей (ситуационные задачи)	ПЗ	4	
<b>Тема 6.</b> Маркетинг - ориентированное планирование	1. Стратегическое планирование: сущность, задачи, уровни. 2. Процесс стратегического планирования. 3. Сущность и последовательность SWOT - анализа. 4. Методы анализ бизнес - портфеля. 5. Разработка стратегий роста. 6. Содержание маркетингового плана. 7. Маркетинговый контроль. 8. Планирование показателей деятельности турфирмы	ЛК	2	2
	Практическое занятие №13-14: 1. Обоснование маркетинговых стратегий 2. Анализ бизнес-портфеля компании, определение стратегий для СБЕ	ПЗ	4	
<b>Тема 7.</b> Разработка и управление туристским продуктом	1. Принципы формирования продуктовой политики 2. Тур как основной турпродукт. Характеристики турпродукта. 3. Основные направления стандартизации турпродукта.	ЛК	4	2

	4. Информационное сопровождение как элемент продуктовой политики. 5. Планирование ассортимента турпродуктов. 2 часть 1. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ). 2. Стадии ЖЦТ: характеристики и маркетинговые стратегии. 3. Процесс разработки нового турпродукта. 4. Адаптация турпродукта к сезонному распределению спроса. 5. Оценка конкурентоспособности турпродукта.			
	Практическое занятие №15-17: Характеристика турпродукта компании (ситуационная задача) 2 часть 1. Определение стадии ЖЦТ 2. Разработка маркетинговых мероприятий для различных стадий ЖЦТ (ситуационные задачи) 3. Оценка конкурентоспособности турпродукта по многофакторной модели	<b>ПЗ</b>	<b>6</b>	
<b>Тема 8. Ценовая политика в туризме</b>	1. Роль цены в маркетинге - микс, в общей стратегии компании. 2. Основные факторы ценообразования. 3. Этапы процесса ценообразования. 4. Цели и стратегии ценообразования. 5. Методы формирования цены на турпродукты. 7. Способы адаптации цен в туризме.	<b>ЛК</b>	<b>2</b>	<b>2,3</b>
	Практическое занятие №18-19: 1. Определение эластичности спроса по цене 2. Определение базовой цены различными методами 3. Определение объема продаж туруслуг с учетом скидки	<b>ПЗ</b>	<b>4</b>	
<b>Тема 9. Сбытовая политика в туризме</b>	1. Сущность и процесс маркетинговой коммуникации. 2. Инструменты продвижения. 3. Разработка маркетинговой коммуникации. 4. Формирование бюджета на продвижение. 5. Оценка эффективности продвижения. 6. Управление интегрированными коммуникациями. 2 часть 1. Специфика маркетинговой коммуникации на туристском рынке.	<b>ЛК</b>	<b>4</b>	<b>2</b>

	2. Организация рекламы турпродукта. 3. Типичные средства рекламы турпродукта. 4. Стимулирование продаж туристских услуг. 5. Связи с общественностью в туристском бизнесе. 6. Использование инструментов прямого маркетинга.			
	Практическое занятие №20-21: 1. Проблемы распределения в туризме. Семинар 2. Выбор оптимальных каналов сбыта (ситуационная задача)	<b>ПЗ</b>	<b>4</b>	
<b>Тема 10. Коммуникативная политика в туризме</b>	1. Сущность и процесс маркетинговой коммуникации. 2. Инструменты продвижения. 3. Разработка маркетинговой коммуникации. 4. Формирование бюджета на продвижение. 5. Оценка эффективности продвижения. 6. Управление интегрированными коммуникациями. 2 часть 1. Специфика маркетинговой коммуникации на туристском рынке. 2. Организация рекламы турпродукта. 3. Типичные средства рекламы турпродукта. 4. Стимулирование продаж туристских услуг. 5. Связи с общественностью в туристском бизнесе. 6. Использование инструментов прямого маркетинга.	<b>ЛК</b>	<b>4</b>	<b>2,3</b>
	Практическое занятие №22-28: 1. Оценка общей эффективности маркетинговой коммуникации и ее составляющих 2. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта (ситуационная задача) 3. Разработка маркетинговой коммуникации по продвижению туруслуг компании	<b>ПЗ</b>	<b>14</b>	
	Самостоятельная работа <b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> 1. Технология калькуляции стоимости тура 2. Сегментирование туристского рынка Приморского края по группам потребителей 3. Разработка договоров для предприятия туризма		<b>30</b>	

	4. Разработка программы мотивации персонала для туристского предприятия			
	Консультация		1	
	ВСЕГО		115	
<b>МДК.03.03 Проектирование турпродукта</b>				
<b>Тема 1. Концепция создания турпродукта</b>	1. Теория турпродукта. 2. Содержание турпродукта. 3. Понятие турпродукта и схема его разработки. 4. Турпакет и его виды. 5. Формирование привлекательного турпродукта. 6. Классификация групп клиентов. 7. Концепция гостеприимства (страховые барьеры; факторы, влияющие на приспособляемость туристов к чужой культуре; способы преодоления барьеров). 8. Классы обслуживания. Практические занятия: 1. Турпродукт как комплекс туристских услуг 2. Структура, уровни и формы туристского продукта Стратегии менеджмента туристского продукта	ЛК/ПЗ	16	2,3
<b>Тема 2 Проектирование тура</b>	1. Туристские мотивы. 2. Требования к проектированию тура.	ЛК/ПЗ	16	3
<b>Тема 3 Программы обслуживания</b>	1. Тематическая направленность программ обслуживания. 2. Планирование и формирование программы обслуживания туристов. 3. Особенности формирования выездных туров. 4. Технологии организации выездных туров.	ЛК/ПЗ	16	2
<b>Тема 4 Поставщики услуг</b>	1. Переговоры с поставщиками услуг. Договор между туроператорами. 2. Подготовка к договорной компании. 3. Девять правил психологического подхода к ведению переговоров. 4. Оформление договора. Необходимые приложения к договору туроператора с поставщиками услуг. 5. Договор между рецептивным и инициативным туроператорами (ТО-ТО) при организации инклюзив-тура, заказного тура. 6. Существенные условия оформления сделки купли-продажи туров. 7. Организации и предприятия, участвующие в обслуживании туристов	ЛК/ПЗ	12	2



	на туре. 8. Ответственность туроператора за обслуживание туристов на маршруте тура. 9. Схемы работы туроператора по реализации и организации туров. 10. Идентификация поставщиков услуг. 11. Комплексное соответствие предлагаемых услуг определенному клиенту.			
<b>Тема 5 Планирование тура</b>	1. Оформление взаимоотношения с партнерами-поставщиками услуг. 2. Разделы договорного плана. 3. Состав договорного плана туроператора. 4. Типичная временная шкала для летней туроперейтинговой программы. <b>Практические занятия</b> 1. Сегментирование рынка. 2. Маркетинговые технологии в анализе туристского рынка.	<b>ЛК/ПЗ</b>	<b>16</b>	<b>2</b>
<b>Тема 6. Ценообразование в туроперейтинге</b>	1. Цена в комплексе маркетинга туроператора 2. Цели и методы ценообразования. 3. Ценовые стратегии и тактики 4. Издержки производства и себестоимость турпродукта 5. Расчет окончательной цены турпродукта		<b>16</b>	<b>2,3</b>
Самостоятельная работа			<b>34</b>	

<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b> <b>Учебная практика,</b> 1. Проведение маркетинговых исследований, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами. 2. Проведение анализа деятельности других туркомпаний. 3. Работа с информационными и справочными материалами; 4. Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию 5. Оформление страховых полисов 6. Использование каталогов и ценовых приложений 7. Использование каталогов и ценовых приложения; 8. Ведение документооборота с использованием информационных технологий; 9. Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и	<b>144</b>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

<p>экскурсионного обслуживания;</p> <p>10. Консультация партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;</p> <p>11. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных вознаграждений</p>	
<p><b>Производственная практика</b></p> <p><b>Виды работ</b></p> <p>1. Работа на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации.</p> <p>2. Работа с запросами клиентов.</p> <p>3. Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.</p> <p>4. Расчет себестоимости турпакета и определение цены</p> <p>5. турпродукта;</p> <p>6. Использование методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и</p> <p>7. экскурсионного обслуживания.</p> <p>8. Работа с агентскими договорами.</p> <p>9. Предоставлять информацию турагентам по рекламным турам.</p>	<p style="text-align: center;"><b>108</b></p>
<p><b>Тематика курсовых работ</b></p> <p>1. Особенности организации экскурсионного обслуживания в г. Ельце</p> <p>2. Организация детского туризма в Липецкой области.</p> <p>3. Экологический туризм как фактор устойчивого развития в Липецкой области.</p> <p>4. Особо охраняемые природные территории Липецкой области как объекты экотуризма.</p> <p>5. Музей как объект и субъект туристско-экскурсионной деятельности (на примере музея ...).</p> <p>6. Проблемы и перспективы использования анимации в санаторно-курортных учреждениях Липецкой области.</p> <p>7. Перспективы развития событийного туризма в г. Ельце и г. Липецке</p> <p>8. Религиозные течения как ресурс паломнических туров в Липецкой области.</p> <p>9. Выставочная деятельность как эффективное средство продвижения турпродукта.</p> <p>10. Обоснование и разработка анимационной программы для базы отдыха «...», Липецкой области.</p> <p>11. Разработка экологического тура для иностранных туристов в Липецкой области.</p> <p>12. Анализ ресурсов и развитие водных видов туризма Липецкой области.</p> <p>13. Анализ рынка и организация продаж лечебно-оздоровительных туров в Липецкую область.</p> <p>14. Анализ качества туристских услуг фирмы ООО «...».</p>	

<b>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовой работе</b> 1. Выбор темы курсовой работы 2. Основные требования к оформлению работы 3. Основные правила представления введения и понятийного аппарата. 4. Основные требования к написанию первой теоретической главы курсовой работы. Правила изложения и представления материала. 5. Основные требования к написанию практической части курсовой работы. 6. Правила работы и представления практических материалов. Работа с таблицами, бланками документов, статистическими данными, схемами. 7. Правила представления выводов по первой и второй главе курсового проекта. 8. Основные правила работы с источниками: дополнительной литературой и интернет-источниками 9. Основные правила к написанию заключения 10. Индивидуальные консультации. 11. Защита курсовой работы.	<b>24</b>
<b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающегося над курсовой работой</b> 1. Планирование выполнения курсовой работы 2. Определение актуальности выбранной темы, цели и задач курсовой работы 3. Изучение литературных источников. 4. Изучение и работа над материалами для написания теоретической части 5. Изучение практических материалов 6. Подготовка к защите курсовой работы	
<b>Всего</b>	<b>381</b>
<b>ПМ.03.ЭК Экзамен квалификационный 6 семестр</b>	

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

#### **Оборудование учебного кабинета:**

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий.

#### **Технические средства обучения:**

- компьютер с лицензионным программным обеспечением,
- интерактивная доска.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Основные источники:**

1. 1. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 242 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15811-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509812> (дата обращения: 15.06.2022).

#### **Дополнительные источники:**

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495450> (дата обращения: 15.06.2022).
2. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 120 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10550-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495452> (дата обращения: 15.06.2022).
3. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489805> (дата обращения: 15.06.2022).
4. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция) - URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/)

### **Интернет-ресурсы:**

[www.gks.ru](http://www.gks.ru) - Федеральная служба федеральной статистики

<http://www.turpoisk.ru/> - Туристическая поисковая система

<http://ruspo.ru/> - Туристическая система

[www.atorus.ru](http://www.atorus.ru) - Официальный сайт Ассоциации туроператоров России

<https://www.rostourunion.ru/> - Официальный сайт Российского союза туриндустрии

[www.ratanews.ru](http://www.ratanews.ru) - Ежедневная электронная газета для профессионалов турбизнеса

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

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности, с рабочим учебным планом, программой профессионального модуля, с расписанием занятий; с требованиями к результатам освоения профессионального модуля: компетенциям, практическому опыту, умениям и знаниям.

В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: деловые игры, индивидуальные и групповые проекты, анализ производственных ситуаций, и т.п. в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Обучающимся обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа обучающихся под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

Учебная практика проводится концентрированно. Производственная практика завершает обучение профессионального модуля и проводится концентрированно.

Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля является освоение учебной практики в рамках профессионального модуля.

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

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

Профессиональный модуль считается освоенным при условии получения положительной оценки на квалификационном экзамене.

### **Организация учебной и производственной практики:**

УП.03.01 Учебная практика в 4 семестре 2 недели -72 часа и 2 недели в 5

семестре -72 часа.

Целью учебной практики является формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта

Задачи учебной практики:

- формирование у обучающихся первичных практических умений / опыта деятельности в рамках профессионального модуля ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг.
- ознакомление с организацией, в которой проходит практика, с целью формирования общего представления об организационной структуре и деятельности туристского предприятия.

ПП.01.01 Производственная практика - в 4 семестре – 1 неделя и в 5 семестре – 2 недели, всего -108 часов.

По итогам учебной/производственной практики проводится аттестация на основании оформленного в соответствии с установленными требованиями Положения о практике обучающихся, осваивающих программы подготовки специалистов среднего звена ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина».

По итогам аттестации выставляется оценка по пятибалльной системе (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). Критериями при определении оценки за прохождение и защиту учебной /производственной практики являются:

- Отчет об учебной/производственной практике.
- Защита отчета при собеседовании.
- Характеристика руководителя практики от организации.
- Аттестационный лист.

Форма отчетности учебной и производственной практики - дифференцированный зачет.

Критерии оценки практик:

«Зачтено (с оценкой «отлично»)» - обучающийся своевременно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики, показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания во время прохождения практики, показал владение традиционными и альтернативными методами, современными приемами в рамках своей профессиональной деятельности, точно использовал профессиональную терминологию; ответственно и с интересом относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ проведенной работы; отчет о практике выполнил в полном объеме, результативность практики представлена в количественной и качественной обработке, продуктах деятельности, обучающийся показал сформированность общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

«Зачтено (с оценкой «хорошо»)» - обучающийся демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и методических вопросов в объеме программы практики; полностью выполнил программу, но допустил

незначительные ошибки при выполнении задания, владеет инструментарием методики в рамках своей профессиональной подготовки, умением использовать его; грамотно использует профессиональную терминологию при оформлении отчетной документации по практике.

«Зачтено (с оценкой «удовлетворительно»)» - обучающийся выполнил программу практики, однако в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности, допустил существенные ошибки при выполнении заданий практики, демонстрирует недостаточный объем знаний и низкий уровень их применения на практике; неосознанное владение инструментарием, низкий уровень владения методической терминологией; низкий уровень владения профессиональным стилем речи; низкий уровень оформления документации по практике.

«Не зачтено» - обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применить их на практике, обучающийся не выполнил программу практики, не проявил инициативу, не представил рабочие материалы, не проявил склонностей и желания к работе, не представил необходимую отчетную документацию.

По итогам практик обучающиеся предоставляют отчет в письменном виде.

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

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по МДК: наличие высшего, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

### **5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПМ**

Контроль и оценка результатов оформляются в таблицах отдельно по профессиональным и общим компетенциям:

<b>Результаты обучения по учебной дисциплине</b>	<b>Формируемые компетенции</b>	<b>Оценочные средства по дисциплине</b>
<b>Уметь:</b> осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; проводить анализ деятельности других туркомпаний; работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения	ОК 1 -ОК 9, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК	Комплект заданий для тестирования Задания для контрольной работы Темы рефератов Курсовой проект Диф. Зачеты, квалификационный экзамен

<p>рекламных материалов и сбора информации;</p> <p>обрабатывать информацию и анализировать результаты;</p> <p>налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;</p> <p>работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;</p> <p>работать с информационными и справочными материалами;</p> <p>составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;</p> <p>составлять турпакеты с использованием иностранного языка;</p> <p>анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;</p> <p><b>Знать:</b></p> <p>виды рекламного продукта;</p> <p>правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;</p> <p>способы обработки статистических данных;</p> <p>планирование программ турпоездов;</p> <p>основные правила и методику составления программ туров;</p> <p>методы работы с базами данных;</p> <p>методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания,</p>		
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--



<p>экскурсионным объектам и транспорту;</p> <p>методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;</p> <p>методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;</p> <p>правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;</p> <p>способы устранения проблем, возникающих во время тура;</p> <p>методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;</p> <p>основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;</p> <p>правила бронирования туруслуг;</p> <p>методику организации рекламных туров;</p> <p>основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;</p> <p>технику проведения рекламной кампании;</p> <p>методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;</p> <p>правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;</p> <p>техники эффективного делового общения, протокол и этикет;</p> <p>специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.</p> <p>Иметь практический опыт: взаимодействия с</p>		
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

турагентами по реализации турпродукта; работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;		
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

## ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

Дополнения и изменения в рабочей программе на \_\_\_\_/\_\_\_\_ уч. год.

Дополнения и изменения рассмотрены на заседании кафедры \_\_\_\_\_  
протокол № \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Зав. кафедрой: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_