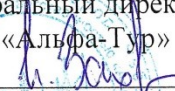



**Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение  
Чувашской Республики «Чебоксарский техникум технологии питания и коммерции»  
Министерства образования и молодежной политики Чувашской Республики**

СОГЛАСОВАНО  
Генеральный директор  
ООО «Альфа-Тур»  
  
Захарова И.И.  
14.06.2022 г.



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГАПОУ «ЧТТПиК»  
Министерства образования Чувашии  
Шуканов Р.А.  
приказ от 14.06.2022 г. № 318



**ПРОГРАММА  
профессионального модуля**

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг  
(индекс и наименование дисциплин)

для специальности  
43.02.10 Туризм  
(код и наименование специальности)

Чебоксары 2022 г.

Разработано в соответствии с требованиями  
ФГОС СПО по специальности  
43.02.10 Туризм  
код наименование специальности

**РАССМОТРЕНО и ОДОБРЕНО**

на заседании ЦК

Протокол от 14.06.2022 г. № 11

Председатель ЦК \_\_\_\_\_ /Семенова А.А./

Разработчики:

Деметрива Т.А., преподаватель специализации

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Эксперты:**

Внутренняя экспертиза

\_\_\_\_\_

Семенова А.А., методист

Внешняя экспертиза

\_\_\_\_\_

Ерохина И.В., заместитель директора по учебно-методической работе Чебоксарского кооперативного техникума Чувашпотребсоюза

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МОДУЛЯ

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МОДУЛЯ

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

## 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Предоставление туроператорских услуг», и соответствующие ему общие (ОК) и профессиональные компетенции (ПК), личностные результаты (ЛР):

### 1.1.1. Перечень общих компетенций и личностных результатов

| Код   | Наименование общих компетенций   |
|-------|--|
| ОК 1. | <i>Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</i>  |
| ОК 2. | <i>Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</i>  |
| ОК 3. | <i>Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</i>   |
| ОК 4. | <i>Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</i>  |
| ОК 5. | <i>Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</i>   |
| ОК 6. | <i>Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</i>  |
| ОК 7. | <i>Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</i>   |
| ОК 8. | <i>Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</i>   |
| ОК 9. | <i>Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</i>   |
| ЛР 3. | <i>Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.</i> |
| ЛР 4. | <i>Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».</i>   |

|        |  |
|--------|--|
| ЛР 7.  | <i>Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.</i>  |
| ЛР 8.  | <i>Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.</i>   |
| ЛР 9.  | <i>Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.</i> |
| ЛР 10. | <i>Забочающийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.</i>   |

### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

| <b>Код</b>     | <b>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</b>  |
|----------------|--|
| <i>ВД 3.</i>   | <i>Предоставление туроператорских услуг</i>  |
| <i>ПК 3.1.</i> | <i>Проводить маркетинговые исследования рынка туристических услуг с целью формирования востребованного туристического продукта</i> |
| <i>ПК 3.2.</i> | <i>Формировать туристический продукт</i>   |
| <i>ПК 3.3.</i> | <i>Рассчитывать стоимость туристического продукта</i>  |
| <i>ПК 3.4.</i> | <i>Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристического продукта</i>   |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|                         |   |   |
|-------------------------|---|---|
| Иметь практический опыт | – | проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;                             |
|                         | – | планирования программ турпоездов, 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 туристических услуг; |
|                         | – | планирования рекламной кампании, проведения презентаций,  |

|       |   |
|-------|---|
|       | включая работу на специализированных выставках  |
| Уметь | <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;</li> <li>– проводить анализ деятельности других туркомпаний;</li> <li>– работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;</li> <li>– обрабатывать информацию и анализировать результаты;</li> <li>– налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;</li> <li>– работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;</li> <li>– работать с информационными и справочными материалами;</li> <li>– составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;</li> <li>– составлять турпакеты с использованием иностранного языка;</li> <li>– оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;</li> <li>– оформлять страховые полисы;</li> <li>– вести документооборот с использованием информационных технологий;</li> <li>– анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;</li> <li>– рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;</li> <li>– рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;</li> <li>– работать с агентскими договорами; использовать каталоги и ценовые приложения; консультировать партнеров по турпродуктам,</li> <li>– оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;</li> <li>– работать с заявками на бронирование туруслуг;</li> <li>– предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;</li> <li>– использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;</li> <li>– использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках</li> </ul> |
| Знать | <ul style="list-style-type: none"> <li>– виды рекламного продукта;</li> <li>– правила работы на выставках, методы анализа результатов</li> </ul>  |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>деятельности на выставках;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способы обработки статистических данных;</li> <li>– методы работы с базами данных;</li> <li>– методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;</li> <li>– планирование программ турпоездок;</li> <li>– основные правила и методику составления программ туров;</li> <li>– правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;</li> <li>– способы устранения проблем, возникающих во время тура;</li> <li>– методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;</li> <li>– методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;</li> <li>– методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;</li> <li>– основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;</li> <li>– правила бронирования туруслуг;</li> <li>– методику организации рекламных туров; правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;</li> <li>– основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– технику проведения рекламной кампании;</li> <li>– методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;</li> <li>– техники эффективного делового общения, протокол и этикет</li> </ul> |
|--|--|

## **1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов 352 часа

в том числе в форме практической подготовки 144 часа

Из них на освоение МДК 236 часов

в том числе самостоятельная работа 116 часов

практики, в том числе производственная 144 часа

Промежуточная аттестация 20 часов.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Тематический план профессионального модуля

| Коды профессиональных компетенций и личностных результатов               | Наименования разделов профессионального модуля   | Объем образовательной программы | Консультации и самостоятельная работа | Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем |               |                      |                      |                          |              |           |                   |                           |
|--|--|---------------------------------|---------------------------------------|---|---------------|----------------------|----------------------|--------------------------|--------------|-----------|-------------------|---------------------------|
|  |  |                                 |                                       | всего   | в том числе   |                      |                      |                          |              |           |                   |                           |
|  |  |                                 |                                       |   | Лекции, уроки | практические занятия | лабораторные занятия | курсовой проект (работа) | консультации | экзамен   | Учебная, практика | Производственная практика |
| 1  | 2  | 3                               | 4                                     | 5   | 6             | 7                    | 8                    | 9                        | 10           | 11        | 12                | 13                        |
| <b>МДК. 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности</b> |  |                                 |                                       |   |               |                      |                      |                          |              |           |                   |                           |
| ПК 3.1-3.4<br>ОК 1-9<br>ЛР 3, 4, 7-10                                    | Раздел 1<br>Предоставление туроператорских услуг | 194                             | 64                                    | 130   | 78            | 52                   |                      |                          |              |           |                   |                           |
| <b>Итого по МДК.03.01.</b>   |  | <b>194</b>                      | <b>64</b>                             | <b>130</b>  | <b>78</b>     | <b>52</b>            |                      |                          |              |           |                   |                           |
| <b>Экзамен по МДК.03.01.</b>   |  | <b>8</b>                        |                                       |   |               |                      |                      |                          | <b>2</b>     | <b>6</b>  |                   |                           |
| <b>МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме</b>                     |  |                                 |                                       |   |               |                      |                      |                          |              |           |                   |                           |
| ПК 3.1-3.4<br>ОК 1-9<br>ЛР 3, 4, 7-10                                    | Раздел 1.<br>Маркетинговые технологии в туризме  | 158                             | 52                                    | 106   | 60            | 46                   |                      |                          |              |           | -                 | -                         |
| <b>Итого по МДК.03.02.</b>   |  | <b>158</b>                      | <b>52</b>                             | <b>106</b>  | <b>60</b>     | <b>46</b>            |                      |                          |              |           |                   |                           |
| <b>Экзамен по МДК.03.02.</b>   |  | <b>8</b>                        |                                       |   |               |                      |                      |                          | <b>2</b>     | <b>6</b>  |                   |                           |
| ПК 3.1-3.4<br>ОК 1-9<br>ЛР 3, 4, 7-10                                    | <b>Производственная практика (ПП.03.01)</b>      | 144                             |                                       | 144   |               |                      |                      |                          |              |           |                   | 144                       |
| Промежуточная аттестация:  |  |                                 |                                       |   |               |                      |                      |                          |              |           |                   |                           |
| 1) дифференцированный зачёт по ПП.03.01.                                 |  | 2                               |                                       |   |               |                      |                      |                          |              |           |                   |                           |
| 2) экзамен (квалификационный) по ПМ 03.                                  |  | 6                               |                                       |   |               |                      |                      |                          |              | 6         |                   |                           |
| <b>ВСЕГО</b>   |  | <b>352</b>                      | <b>116</b>                            | <b>236</b>  | <b>138</b>    | <b>98</b>            |                      |                          | <b>4</b>     | <b>18</b> |                   | <b>144</b>                |



### 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.  | Объем часов | Уровень освоения |
|---|---|-------------|------------------|
| 1   | 2   | 3           | 4                |
| <i>2 курс, 4 семестр</i>  |   |             |                  |
| <b>МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности</b>                   |   |             |                  |
| <b>Раздел 1<br/>Предоставление туроператорских услуг</b>                                  |   |             |                  |
| <b>Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности.</b>                                     | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>6</b>    |                  |
|   | 1 <b>Введение</b><br>Цели, задачи туроператорской деятельности. Понятие туристской деятельности, «туроперейтинга». Связь учебной дисциплины с другими дисциплинами. Факторы развития туризма. Международные и российские туристские организации. Международное регулирование туристской деятельности. Перспективы развития мирового туризма.                      | 2           | 2                |
|   | 2 <b>Основы туроператорской деятельности.</b><br>Понятие «туроператор». Роль туроператора на туррынке. Тенденции развития туристской индустрии. Факторы устойчивости туроператора на рынке. Основные различия между туроператором и турагентом. Виды и типы туроператоров. Функции туроператора. Схемы работы туроператора. Профессиональные задачи туроператора. | 2           | 2                |
|   | 3 <b>Современное состояние туроперейтинга в России.</b><br>Основные проблемы развития туроператорской деятельности в России. Перспективы развития туроперейтинга в России в условиях конкуренции  | 2           | 2                |
|   | <b>Консультация и самостоятельная работа обучающихся.</b><br>Составление таблицы «Различия между туроператором и турагентом».<br>Составление глоссария по теме.<br>Анализ функций и задач рецептивного туроператора.  | <b>3</b>    | <b>3</b>         |
| <b>Тема 1.2. Правовые основы туроператорской деятельности.</b>                            | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>14</b>   |                  |
|   | 4 <b>Нормативно-правовые акты РФ.</b><br>Нормативно-правовые акты РФ действующие в сфере туризма на федеральном уровне. Общие нормативно-правовые акты, определяющие работу субъектов туристской индустрии.   | 2           | 2                |
|   | 5 <b>Правовые основы туроператорской деятельности.</b><br>Специальные нормативно-правовые акты, непосредственно регулирующие туристскую деятельность.   | 2           | 2                |

|  |    |   |           |   |
|--|----|---|-----------|---|
|  |    | Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Правила оказания услуг по реализации туристского продукта и др.  |           |   |
|  | 6  | <b>Порядок образования туристической фирмы.</b><br>Разработка учредительных документов. Регистрация туристической фирмы. Устав фирмы. Условия осуществления туроператорской деятельности. Порядок ликвидации.   | 2         | 2 |
|  | 7  | <b>Основные условия осуществления организацией туроператорской и турагентской деятельности.</b><br>Лицензия, финансовое обеспечение, Единый федеральный реестр туроператоров  | 2         | 2 |
|  | 8  | <b>Сертификация туристского продукта</b><br>Сертификация, сертификат соответствия, добровольное подтверждение соответствия турпродукта, схема сертификации  | 2         | 2 |
|  | 9  | <b>Практическое занятие. Правовые основы туроператорской деятельности.</b><br>Изучение и обсуждение ФЗ «Об основах туристской деятельности».  | 2         | 3 |
|  | 10 | <b>Практическое занятие. Правовые основы туроператорской деятельности.</b><br>Проведение семинара на тему «Проблемы и перспективы правового регулирования туроператорской деятельности».  | 2         | 3 |
|  |    | <b>Консультация и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Составление сводной таблицы «Уровни государственного регулирования туристской деятельности».<br>Подготовка материала к семинарскому занятию.<br>Составление глоссария по теме.   | 7         | 3 |
| <b>Тема 1.3.<br/>Технология формирования туристского продукта.</b> |    | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>16</b> |   |
|  | 11 | <b>Статистика международного туризма.</b><br>Методы статистического учета в туризме. Основные направления совершенствования статистики туризма. Принципы работы со статистическими данными при составлении тура. Способы обработки статистических. <b>Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту.</b> | 2         | 2 |
|  | 12 | <b>Концепция создания турпродукта.</b><br>Теория турпродукта. Содержание турпродукта. Понятие турпродукта и схема его разработки. Турпакет и его виды. Формирование привлекательного турпродукта.   | 2         | 2 |
|  | 13 | <b>Концепция гостеприимства.</b><br>Классификация групп клиентов. Страховые барьеры, факторы, влияющие на приспособляемость туристов к чужой культуре; способы преодоления барьеров). Классы обслуживания.  | 2         | 2 |
|  | 14 | <b>Основные и дополнительные услуги туристского продукта.</b><br>Транспортнообслуживание туристов. Организация размещения туристов.   | 2         | 2 |
|  | 15 | <b>Классификация гостиниц и других средств размещения.</b><br>Услуги предприятий общественного питания. Типы питания. Экскурсионные, анимационные и иные услуги.  | 2         | 2 |
|  | 16 | <b>Практическое занятие. Технология формирования туристского продукта.</b><br>Изучение разнообразия предоставляемых услуг на базе туристского предприятия в г. Чебоксары  | 2         | 3 |
|  | 17 | <b>Практическое занятие. Технология формирования туристского продукта.</b><br>Составление проекта турпродукта по региону.   | 2         | 3 |
|  | 18 | <b>Практическое занятие. Презентация туристского продукта.</b>  | 2         | 3 |

|  |                                      |   |  |   |
|--|--------------------------------------|---|--|---|
|  |                                      | Проведение презентаций составленных проектов турпродуктов.  |  |   |
|  |                                      | <b>Консультация и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Составление анализа деятельности предприятий по предоставлению услуг сферы туризма.<br>Подготовка презентаций проектов турпродуктов.<br>Составление сводной таблицы «Преимущества и недостатки статистических методов учета в туризме».<br>Составление глоссария по теме.  | 8  | 3 |
| <b>Тема 1.4.<br/>Формирование программы тура.</b>  | <b>Содержание учебного материала</b> |   | <b>10</b>  | 2 |
|  | 19                                   | <b>Проектирование тура и программы обслуживания.</b><br>Туристские мотивы. Требования к проектированию тура. Основные правила и методика составления программ туров. Программа обслуживания. Тематическая направленность программ обслуживания. Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.<br>Планирование и формирование программы обслуживания туристов. | 2  |   |
|  | 20                                   | <b>Технология разработки программы обслуживания туристов.</b><br>Структура алгоритма разработки программ обслуживания. Содержание алгоритма разработки программ обслуживания. Планирование программ турпоездов.   | 2  | 2 |
|  | 21                                   | <b>Выездные туры.</b><br>Особенности формирования выездных туров. Технологии организации выездных туров. Способы устранения проблем, возникающих во время туров.  | 2  | 2 |
|  | 22                                   | <b>Практическое занятие. Разработка программы обслуживания туристов.</b><br>Разработка программы обслуживания туристов. Планирование программ турпоездов, составление программ тура и турпакета. Анализ и решение проблем, возникающих во время тура, меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы.  | 2  | 3 |
|  | 23                                   | <b>Практическое занятие. Презентация программ обслуживания туристов</b><br>Проведение презентаций разработанных программ. Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Составление турпакета с использованием иностранного языка.  | 2  | 3 |
|  |                                      | <b>Консультация и самостоятельная работа обучающихся</b><br>Изучение и анализ существующих программ обслуживания.<br>Подготовка презентаций разработанных программ обслуживания.<br>Составление глоссария по теме.  | 4  | 3 |
| <b>Итого за 4 семестр</b><br>обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося, в том числе:<br>практические занятия<br>консультаций и самостоятельной работы обучающегося |                                      |   | <b>68</b><br><b>46</b><br><b>14</b><br><b>22</b> |   |
| <i>3 курс, 5 семестр</i>   |                                      |   |  |   |
| <b>Тема 1.5.<br/>Калькуляция тура.</b>   | <b>Содержание учебного материала</b> |   |  |   |
|  | 1.                                   | <b>Ценообразование в туризме.</b><br>Особенности состава затрат, включаемых в себестоимость турпродукта. Классификация затрат по элементам. Внешние и внутренние факторы ценообразования. Методы ценообразования. Особенности ценообразования в туризме. Ценовые стратегии.   | 2  | 2 |
|  | 2.                                   | <b>Определение себестоимости тура.</b>  | 2  | 2 |

|   |   |    |   |
|---|---|----|---|
|   | Особенности калькуляции затрат по формированию тура. Расчет себестоимоститурпродукта. Стоимость размещения. Стоимость питания. <b>Методика расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.</b>  |    |   |
| 3.  | <b>Определение цены турпродукта и доходов от его реализации.</b><br>Расчет цены тура. Маржинальный доход. Совокупный маржинальный доход. Прибыль от реализации тура. Доход тура. Оценка экономической эффективноститурпродукта. <b>Правила расчета с турагентами и способы их поощрения.</b>  | 2  | 2 |
| 4.  | <b>Практическое занятие. Себестоимость турпродукта.</b><br><b>Расчет себестоимости турпродукта и определение цены турпродукта.</b>  | 2  | 3 |
| 5.  | <b>Практическое занятие. Расчет стоимоститура.</b><br><b>Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания</b>  | 2  | 3 |
| 6.  | <b>Практическое занятие. Комиссионные турагентам.</b><br>Расчет комиссионных турагентам, затрат на руководителя поездки. <b>Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных вознаграждений.</b>   | 2  | 3 |
| 7.  | <b>Практическое занятие. Цена турпродукта.</b><br>Определение цены турпродукта. <b>Работа по использованию каталогов и ценовых приложений.</b>  | 2  | 3 |
|   | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающегося:</b><br>Проработка теоретического и практического материала по изученной теме.<br>Составление сводной таблицы «Преимущества и недостатки ценовых стратегий в туризме».<br>Составление глоссария по теме.  | 12 | 3 |
| <b>Тема 1.6.<br/>Туристская документация.</b> | <b>Содержание учебного материала</b>  |    |   |
| 8.  | <b>Формы сотрудничества туроператоров и предприятий туристической индустрии.</b><br>Формы сотрудничества туроператоров с зарубежными гостиничными предприятиями. Аренда отеля. Покупка блока мест на условиях комитмента.<br>Покупка блока мест на условиях элонтмента. Квотирование. Работа на условиях безотзывного бронирования.<br>Формы сотрудничества туроператоров и предприятий питания. <b>Порядок консультирования партнеров по турпродуктам, оказание помощи в продвижении и реализации турпродукта.</b> | 2  | 2 |
| 9.  | <b>Взаимодействие турфирмы с экскурсионными фирмами и страховыми компаниями</b><br>Взаимоотношения туроператоров и экскурсионных компаний. Взаимоотношения туроператоров и страховых компаний. <b>Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.</b>   | 2  | 2 |
| 10.   | <b>Взаимоотношения туроператоров и транспортных предприятий.</b><br>Формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний. Чартерные перевозки. Регулярные перевозки.   | 2  | 2 |
| 11.   | <b>Договор между инициативным и рецептивным туроператором.</b><br>Нормативные документы. Основные позиции договорных взаимоотношений между туроператорами. Виды договоров между туроператорами. Атрибуты контракта на путешествие. Приложения к контракту.  | 2  | 2 |
| 12.   | <b>Документация тура.</b><br>Технологическая документация тура. Туристская путевка. Порядок оформления туристской путевки. Документация обслуживания. Туристский ваучер. Оформление и учет туристских ваучеров. Реестр учета туристских ваучеров. Пакет тура.   | 2  | 2 |
| 13.   | <b>Туристские формальности.</b>   | 2  | 2 |

|   |     |  |    |   |
|---|-----|--|----|---|
|   |     | Визовая поддержка. Оформление виз российским гражданам, выезжающим за рубеж. Приём иностранных туристов. Таможенные формальности. Санитарные формальности. Памятка туриста.  |    |   |
|   | 14. | <b>Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператоров.</b><br>Нормативная база страхования в туризме. Виды страхования в туризме. Страхование туристов, выезжающих за рубеж. Страхование на внутреннем и въездном туристском рынке. Оформление страховых полисов для туристов. Страхование профессиональной ответственности.  | 2  | 2 |
|   | 15. | <b>Практическое занятие. Туристская документация</b><br>Составление типовых договоров между туроператором и предприятиями туристической индустрии. <b>Ведение документооборота с использованием информационных технологий. Работа с агентскими договорами.</b>   | 2  | 3 |
|   | 16. | <b>Практическое занятие. Туристская документация</b><br>Оформление туристской путевки и туристского ваучера.   | 2  | 3 |
|   | 17. | <b>Практическое занятие. Оформление страховых полисов.</b><br>Оформление страхового полиса туристов.   | 2  | 3 |
|   | 18. | <b>Практическое занятие. Оформление документов</b><br><b>Оформление документов для консульств, оформление регистраций для иностранных граждан.</b>   | 2  | 3 |
|   |     | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающегося:</b><br>Составление сводной таблицы «Сравнительная характеристика форм сотрудничества туроператоров и гостиничных предприятий».<br>Оформление документов, необходимых для регистрации иностранных граждан.<br>Составление глоссария по теме.<br>Анализ прав и обязанностей инициативного и рецептивного туроператора по договору о сотрудничестве.   | 13 | 3 |
|   |     | <b>Содержание учебного материала</b>   |    |   |
| <b>Тема 1.7.<br/>Система бронирования туристских услуг.</b> | 19. | <b>Система бронирования туристских услуг.</b><br>Значение бронирования услуг в туристской деятельности. Заявка на бронирование. Способы бронирования. Лист бронирования. Возможности автоматизированных систем бронирования и резервирования. Мировые системы бронирования туристских услуг. <b>Правила бронирования туров.</b> Зарубежные системы бронирования «Галилео» (Galileo), «Амадеус» (Amadeus), «Сабре» (Sabre) и «Фиделио» (Fidelio)                    | 2  | 2 |
|   | 20. | <b>Российские системы бронирования туристских услуг</b><br>АЛЕАН, СИРЕНА, Сирена-Трэвел<br>СИРЕНА-2000 - система бронирования мест и продажи авиабилетов;<br>АСТРА - система управления отправлениями в аэропорту;<br>СОПКА - система обработки полетных купонов авиакомпании;<br>PRIMAX - система управления доходами авиакомпании;<br>СПДА - система планирования и диспетчеризации рейсов авиакомпании;<br>ОТЕЛЬ-2000 - система бронирования мест в гостиницах. | 2  | 2 |
|   | 21. | <b>Практическое занятие. Система бронирования туристских услуг.</b><br>Знакомство с системами online бронирования с применением информационных технологий. <b>Работа с информационными и справочными материалами.</b>  | 2  | 2 |
|   | 22. | <b>Практическое занятие. Работа в системе бронирования туристских услуг.</b><br>Оформление листа бронирования.   | 2  | 3 |

|   |  |   |   |   |
|---|--|---|---|---|
|   | 23.  | <b>Практическое занятие. Работа с заявками на бронирование туруслуг.</b><br>Оформление заявки на бронирование внутренних и международных туров. <b>Работа с заявками на бронирование туруслуг.</b>  | 2 | 3 |
|   | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающегося:</b><br>Составление презентаций на тему «Российские системы бронирования и резервирования туристских услуг»  |   | 7 | 3 |
| <b>Тема 1.8.</b><br><b>Технология взаимодействия туроператоров с турагентами по реализации и продвижению турпродукта.</b> | <b>Содержание учебного материала</b>   |   |   |   |
|   | 24.  | <b>Агентская сеть.</b><br>Принципы формирования агентской сети. Функции и задачи создания агентских сетей. Виды агентских сетей.  | 2 | 2 |
|   | 25.  | <b>Особенности взаимодействия туроператора и турагента.</b><br>Виды турагентов. Агентский договор. Особенности заключения агентского договора в сфере туризма. Права и обязанности сторон в соответствии с условиями договора. Договор поручения в туризме. | 2 | 2 |
|   | 26.  | <b>Принципы расчета туроператоров с турагентами.</b><br>Стоимость турпродуктов и порядок их оплаты. Отчет турагентов по расчетам и платежам. Агентское вознаграждение и возмещение расходов. Штрафные санкции.  | 2 | 2 |
|   | 27.  | <b>Практическое занятие. Технология взаимодействия туроператоров с турагентами</b><br>Изучение положений и анализ агентского договора.  | 2 | 3 |
|   | 28.  | <b>Практическое занятие. Технология взаимодействия туроператоров с турагентами</b><br>Деловая игра «Заключение агентского договора». Решение ситуационных задач.  | 2 | 3 |
|   | 29.  | <b>Практическое занятие. Технология взаимодействия туроператоров с турагентами</b><br>Проведение семинара на тему «Проблемы и перспективы развития взаимоотношений туроператора и турагента».   | 2 | 3 |
|   | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающегося:</b><br>Составление проекта договора поручения.<br>Составление сводной таблицы «Виды и функции агентских сетей в России»<br>Составление глоссария по теме. |   | 7 | 3 |
| <b>Тема 1.9.</b><br><b>Управление персоналом предприятий индустрии туризма.</b>   | <b>Содержание учебного материала</b>   |   |   |   |
|   | 30.  | <b>Управление персоналом предприятий индустрии туризма.</b><br>Управление мотивацией персонала в индустрии туризма. Роль человеческого фактора в индустрии туризма.<br>Принципы управления и стимулирования персонала туристского предприятия.              | 2 | 2 |
|   | 31.  | <b>Основы квалификационных требований к персоналу индустрии туризма.</b><br>Должностные обязанности менеджера туроперейтинга. Требования к квалификационной подготовке менеджера туристского предприятия. Стратегии обслуживания.                           | 2 | 2 |
|   | 32.  | <b>Практическое занятие. Управление персоналом предприятий индустрии туризма.</b><br>Изучение и анализ должностной инструкции менеджера туроперейтинга. Решение ситуационных задач.   | 2 | 3 |
|   | 33.  | <b>Практическое занятие. Управление персоналом предприятий индустрии туризма.</b><br>Проведение семинара на тему «Особенности управления персоналом в организациях индустрии туризма разных стран».   | 2 | 3 |
|   | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся</b><br>Подготовка материалов к семинару.  |   | 5 | 3 |

|  |  |    |   |
|--|--|----|---|
|  | Составление анализа проблем взаимодействия руководителя с подчиненными, пути решения возникающих проблем.<br>Составление таблицы «Профессиональные компетенции менеджера туроперейтинга». Составление глоссария по теме.   |    |   |
| <b>Тема 1.10.<br/>Деловое общение в<br/>туроператорской<br/>деятельности.</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>   |    |   |
|  | 34. <b>Деловой этикет в туризме.</b><br>Основные формы делового общения. Принципы делового этикета. Правила делового этикета. Роль делового этикета в туризме.   | 2  | 2 |
|  | 35. <b>Вербальные основы делового этикета в туризме</b><br>Приветствия и представления. Корректный ответ на вопрос клиента. Психологические приемы этикета.  | 2  | 2 |
|  | 36. <b>Практическое занятие. Психологические приемы этикета.</b><br>Решение ситуационных задач.  | 2  | 3 |
|  | 37. <b>Деловой этикет в телефонных разговорах</b><br>Входящие звонки. Исходящие звонки. Использование сотовой связи.   | 2  | 2 |
|  | 38. <b>Практическое занятие. Деловое общение в туроператорской деятельности.</b><br>Деловая игра «Телефонные переговоры с иностранными деловыми партнерами».   | 2  | 3 |
|  | 39. <b>Сущность и место конфликта в туризме</b><br>Понятие и функции конфликта. Место конфликта в туризме. Виды и типы конфликтов в туризме. Причины конфликтов. Динамика конфликта в туризме. Возникновение конфликта. Развитие конфликта. Разрешение конфликта. Предотвращение конфликтов.                               | 2  | 2 |
|  | 40. <b>Практическое занятие. Предотвращение конфликтов.</b><br>Решение проблемных ситуаций.  | 2  | 3 |
|  | 41. <b>Эффективные методы общения с иностранными туристами</b><br>Особенности делового общения с иностранными партнёрами. Основные правила общения с представителями разных народов и культур  | 2  | 2 |
|  | 42. <b>Практическое занятие. Деловое общение в туроператорской деятельности.</b><br>Деловая игра «Ведение переговоров с посредниками, клиентами». Составление письменного обращения к предприятиям туристской индустрии.   | 2  | 3 |
|  | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Составление открытого письма турагентствам.<br>Проработка теоретического и практического материала по теме.<br>Составление краткого анализа «Пути преодоления барьеров общения между менеджером туроперейтинга и клиентом».<br>Составление глоссария по теме. | 12 | 3 |
| <b>Промежуточная аттестация в форме экзамена</b>   |  |    |   |
| <b>Итого за 5 семестр</b><br>обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося, в том числе:<br>практические занятия:<br>консультаций и самостоятельной работы обучающегося  | 126<br>84<br>38<br>42  |    |   |
| <b>Итого по МДК 03.01.</b><br>обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося, в том числе:<br>практические занятия:<br>консультаций и самостоятельной работы обучающегося | 194<br>130<br>52<br>64   |    |   |

2 курс, 4 семестр

|  |   |  |   |   |
|--|---|--|---|---|
| 2 курс, 4 семестр  |   |  |   |   |
| <b>МДК 03.02.<br/>Маркетинговые технологии в туризме</b>             |   |  |   |   |
| <b>Раздел 1.<br/>Маркетинговые технологии в туризме</b>              |   |  |   |   |
| <b>Тема 1.1.<br/>Сущность и особенности маркетинга в туризме.</b>    | <b>Содержание учебного материала</b>  |  |   |   |
|  | 1   | <b>Маркетинг в туризме.</b><br>Сущность и особенности маркетинга в туризме. Специфика и комплексный характер туристского маркетинга. Маркетинг. Маркетинговые мероприятия. Маркетинговая деятельность. Маркетинг в туризме. Туристский продукт. Туристские услуги. Производители в туризме. Уровни маркетинга.   | 2 | 2 |
|  | 2   | <b>Виды и цели маркетинговых исследований</b><br>Маркетинговые исследования в туризме. Цели маркетингового исследования в туризме. Виды маркетингового исследования в туризме.   | 2 | 2 |
|  | 3   | <b>Этапы проведения маркетинга</b><br>Этапы проведения туристических исследований. Ситуационный анализ Источники информации. Первичные данные, вторичные данные. Внутренние источники, внешние источники информации.   | 2 | 2 |
|  | 4   | <b>Методы сбора информации.</b><br>Методы опроса, наблюдение и эксперимент. Фактический опрос. Опрос мнений потребителей. Объяснительный опрос. Личное интервью. Групповое интервью. Опрос по телефону. Опросы по почте. Закрытый вопрос, открытый вопрос.   | 2 | 2 |
|  | 5   | <b>Практическое занятие. Сущность и особенности маркетинга в туризме.</b><br>Решение ситуационных задач по теме  | 2 | 3 |
|  | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Составление анализа государственной маркетинговой политики в туризме России.                                     |  | 3 | 3 |
| <b>Тема 1.2.<br/>Концепция маркетинга на туристском предприятии.</b> | <b>Содержание учебного материала</b>  |  |   |   |
|  | 6   | <b>Концепция маркетинга на туристском предприятии.</b><br>Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Уровни реализации концепции маркетинга. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий. Концепция маркетинга взаимоотношений. Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии. | 2 | 2 |
|  | 7   | <b>Практическое занятие. Концепция маркетинга на туристском предприятии.</b><br>Решение ситуационных задач по теме   | 2 | 3 |
|  | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Составление анализа реализации концепции маркетинга на туристском предприятии.<br>Составление глоссария по теме. |  | 2 | 3 |
| <b>Тема 1.3.<br/>Сущность,</b>                                       | <b>Содержание учебного материала</b>  |  |   |   |
|  | 8   | <b>Сущность, содержание и направления маркетинговых исследований в туризме.</b>  | 2 | 2 |



|   |    |   |   |   |
|---|----|---|---|---|
| содержание и направления маркетинговых исследований в туризме.      |    | Сущность и содержание маркетинговых исследований. Методологические основы маркетинговых исследований. Экспертные оценки как источник маркетинговой информации. Метод фокус-групп в маркетинговых исследованиях  |   |   |
|   | 9  | <b>Практическое занятие. Метод фокус-групп в маркетинговых исследованиях</b><br>Проведение фокус-группы.  | 2 | 3 |
|   | 10 | <b>Система анализа маркетинговой информации</b><br>Статистический банк и банк моделей. Методы статистической обработки информации. Редактирование. Кодирование  | 2 | 2 |
|   | 11 | <b>Практическое занятие. Маркетинговые исследования в туризме</b><br>Решение ситуационных задач по теме.  | 2 | 3 |
|   |    | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Составление перечня задач для проведения маркетинговых исследований.<br>Составление глоссария по теме.   | 4 | 3 |
| Тема 1.4.<br>Исследование среды маркетинга туристского предприятия. |    | <b>Содержание учебного материала</b>  |   |   |
|   | 12 | <b>Понятие среды маркетинга</b><br>Маркетинговая среда фирмы. Анализ внутренней среды. Изучение внешней среды.  | 2 | 2 |
|   | 13 | <b>Практическое занятие. Исследование среды маркетинга туристского предприятия</b><br>Решение ситуационной задачи по теме.  | 2 | 3 |
|   |    | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Характеристика метода фокус-групп в маркетинговых исследованиях.   | 2 | 3 |
| Тема 1.5.<br>Маркетинговые исследования туристского рынка           |    | <b>Содержание учебного материала</b>  |   |   |
|   | 14 | <b>Структура туристского рынка</b><br>Рынок туризма. Классификация туризма и соответствующих сегментов туристского рынка значимые для маркетинговых исследований. Главная цель изучения рынка. Главная задача исследования туристского рынка. Основная цель сбора информации для анализа конъюнктуры рынка. Анализ конъюнктуры рынка. Этапы изучения конъюнктуры. | 2 | 2 |
|   | 15 | <b>Определение емкости рынка.</b><br>Емкость рынка. Факторы, обуславливающие емкость рынка любого товара. Характеристика емкости рынка отдельных видов туризма  | 2 | 2 |
|   | 16 | <b>Практическое занятие. Маркетинговые исследования туристского рынка</b><br>Решение ситуационных задач.  | 2 | 3 |
|   | 17 | <b>Практическое занятие. Маркетинговые исследования туристского рынка</b><br>Выполнение упражнений.   | 2 | 3 |
|   |    | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Выделение и анализ основных сегментов туристского рынка Вологодской области.<br>Составление глоссария по теме.   | 5 | 3 |
| Тема 1.6.<br>Маркетинговые исследования туристского продукта        |    | <b>Содержание учебного материала</b>  |   |   |
|   | 18 | <b>Структура туристского продукта.</b><br>Туристский продукт (турпродукт). Турпродукт городов-курортов. Туртовары. Туруслуги. Элементы турпродукта. Тур с сопровождением, тур без сопровождения. Туристский пакет. Туристский центр. Транспорт. Услуги размещения. «Планы» питания туристов в гостиницах  | 2 | 2 |

|   |  |   |           |   |
|---|--|---|-----------|---|
|   | 19   | <b>Позиционирование продукта</b><br>Позиционирование продукта. Критерии отличия. Атрибуты продукта. Процесс позиционирования.   | 2         | 2 |
|   | 20   | <b>Жизненный цикл туристского продукта</b><br>Период введения турпродукта. Период роста. Период зрелости. Период спада. Проблемы турпредприятия.  | 2         | 2 |
|   | 21   | <b>Практическое занятие. Маркетинговые исследования туристского продукта</b><br>Решение ситуационных задач.   | 2         | 3 |
|   | 22   | <b>Практическое занятие. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг.</b><br>Деловая игра «Процесс принятия решения о приобретении туристского продукта потребителем».   | 2         | 3 |
|   | 23   | <b>Практическое занятие. Маркетинговые стратегии туристского предприятия</b> Разработка продуктовой стратегии и формирование нового туристского продукта на рынке туруслуг Чувашской республики   | 2         | 3 |
|   | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Составление сводной таблицы «Основные положения теорий мотивации».<br>Составление глоссария по теме.  |   | 6         | 3 |
| Итого за 5 семестр  |  |   | 68        |   |
| обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося, в том числе: |  |   | 46        |   |
| практические занятия:   |  |   | 20        |   |
| консультаций и самостоятельной работы обучающегося                  |  |   | 22        |   |
| <b>3 курс</b>   |  |   |           |   |
| <b>5 семестр</b>  |  |   |           |   |
| <b>Тема 1.7.<br/>Сегментация<br/>рынка</b>                          | <b>Содержание учебного материала</b>   |   | <b>12</b> |   |
|   | 24   | <b>Сегментация рынка гостинично – туристского комплекса</b><br>Цели сегментации, методы сегментации. Рыночный сегмент. Признаки сегментации и основные сегменты   | 2         | 2 |
|   | 25   | <b>Влияние покупательского поведения на возможности гостинично – туристского комплекса</b><br>Факторы определяющие рост на туристический продукт.   | 2         | 2 |
|   | 26   | <b>Практическое занятие: Сегментация рынка гостинично – туристского комплекса</b><br><i>Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту.</i> | 2         | 3 |
|   | 27   | <b>Практическое занятие. Способы обработки статистических данных</b><br>Решение ситуационных задач  | 2         | 3 |
|   | 28   | <b>Позиционирование туристского продукта.</b><br>Основные подходы, цель позиционирования  | 2         | 2 |
|   | 29   | <b>Практическое занятие: Методы работы с базами данных</b><br>Решение ситуационных задач  | 2         | 3 |
|   | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Подготовить презентацию на тему: «Признаки сегментации потребительского рынка»<br>Подготовить презентацию на тему: «Позиционирование товара»<br>Подготовить доклад «Сегментационный подход к выбору целевых рынков» |   | 5         | 3 |
| <b>Тема 1.8.<br/>Сбытовая<br/>политика</b>                          | <b>Содержание учебного материала</b>   |   | <b>8</b>  |   |
|   | 30   | <b>Политика сбыта гостинично – туристского комплекса</b><br>Понятия; сбыт, сбытовая политика, товародвижение, каналы товародвижения. Оптовая и розничная торговля туристического продукта. <i>Основные формы работы с турагентствами по продвижению и реализации</i>  | 2         | 2 |

|   |    |   |           |   |
|---|----|---|-----------|---|
|   |    | туристического продукта   |           |   |
|   | 31 | <b>Каналы сбыта гостинично – туристского комплекса</b><br>Методика организации, рекламных туров, правила расчетов с турагентствами и способы их поощрения   | 2         | 2 |
|   | 32 | <b>Практическое занятие: Средства формирования спроса и стимулирования сбыта</b><br>Используя методы поощрения турагентств, рассчитать для них комиссионные вознаграждения  | 2         | 3 |
|   | 33 | <b>Практическое занятие: Средства формирования спроса и стимулирования сбыта</b><br>Посещение специализированных выставок с целью организации презентации, распространения рекламных материалов и сбора информации.   | 2         | 3 |
|   |    | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Подготовить презентацию на тему: «Типы торговых посредников»,<br>Подготовить презентацию на тему: «Каналы распространения товаров»<br>Доклад на тему: «Особенности сбытовой политики туристского продукта» | 5         | 3 |
| <b>Тема 1.9.<br/>Маркетинговые исследования конкурентов</b>         |    | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>6</b>  |   |
|   | 34 | <b>Конкурентная среда туристского предприятия</b><br>Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда ее характерные черты, условия возникновения  | 2         | 2 |
|   | 35 | <b>Оценка конкурентоспособности гостинично – туристского комплекса</b><br>Алгоритм оценки конкурентоспособности, Оценка конкурентоспособности туристического продукта   | 2         | 2 |
|   | 36 | <b>Практическое занятие. Маркетинговые исследования конкурентов</b><br>Провести анализ деятельности других туристических компаний   | 2         | 3 |
|   |    | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Подготовка реферата на тему: «Объекты маркетинговых исследований»  | 3         | 3 |
| <b>Тема 1.10<br/>Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций</b> |    | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>16</b> |   |
|   | 37 | <b>Роль рекламы в современном туристическом бизнесе</b><br>Понятия: рекламы, сущность рекламы, формы рекламы. Виды рекламного продукта.   | 2         | 2 |
|   | 38 | <b>Рекламная программа</b><br>Ознакомление с этапами составления рекламной программы, методы формирования рекламного бюджета.<br>Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках  | 2         | 2 |
|   | 39 | <b>Паблик рилейшенз.</b><br>Основные направления деятельности организации гостинично – туристского комплекса по формированию общественного мнения, цель PR, принципы использования PR, отличия Паблик рилейшенз от традиционной прямой рекламы.                         | 2         | 2 |
|   | 40 | <b>Брендинг</b><br>Значение брендинга, его особенности, фирменный стиль, фирменный знак,  | 2         | 2 |
|   | 41 | <b>Практическое занятие: Товарный знак</b><br>Вид рекламного продукта – правила и принципы его применения. Разработка и оформление товарного знака гостинично – туристского комплекса.  | 2         | 3 |
|   | 42 | <b>Практическое занятие: Товарный знак</b><br>Презентация товарного знака гостинично – туристского комплекса.   | 2         | 3 |
|   | 43 | <b>Практическое занятие: Рекламный слоган</b><br>Разработка и презентация рекламного слогана гостинично – туристского комплекса.  | 2         | 3 |
|   | 44 | <b>Практическое занятие: Рекламный слоган</b>   | 2         | 3 |

|   |   |                      |   |
|---|---|----------------------|---|
|   | Презентация рекламного слогана гостинично – туристского комплекса.  |                      |   |
|   | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Подготовить презентацию на тему: «Средства распространения рекламы»<br>Подготовить презентацию на тему: «Брендинг»<br>Подготовить доклад на тему: «Правовое регулирование коммуникационной деятельности в туризме» | 6                    | 2 |
| <b>Тема 1.11<br/>Имидж туристской компании</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>  | 6                    |   |
|   | 44 <b>Имидж туристской компании</b><br>Понятия Имидж, Имидж организации ГТК, Имидж Туристской услуги. Принципы имиджа организации ГТК.<br>Цели и задачи формирования имиджа гостинично – туристского комплекса  | 2                    | 2 |
|   | 45 <b>Организационная культура</b><br>Понятия организационной культуры организации ГТК, Элементы организационной культуры управления организацией ГТК   | 2                    | 2 |
|   | 46 <b>Практическое занятие. Организационная культура гостинично – туристского комплекса</b><br>Обработать информацию и проанализировать результат.  | 2                    | 3 |
|   | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Подготовить презентацию на тему: «Формирования имиджа гостинично – туристского комплекса»  | 3                    | 3 |
| <b>Тема 1.12.<br/>Методы маркетинговых исследований и прогноз</b>   | <b>Содержание учебного материала</b>  | 8                    |   |
|   | 47 <b>Маркетинговая информационная деятельность организаций ГТК</b><br>Объекты и субъекты маркетинговой деятельности организации ГТК, основные задачи, типы информации и источники ее получения   | 2                    | 2 |
|   | 48 <b>Методы маркетинговых исследований</b><br>Цели и задачи методов и процедур маркетинговых исследований  | 2                    | 2 |
|   | 49 <b>Практическое занятие. Методы исследования.</b><br>Овладение умениями разработки анкет и проведения опросов социологическим методом.   | 2                    | 3 |
|   | 50 <b>Практическое занятие. Методы исследования</b><br>Решения ситуационных задач. Овладение умением проведения маркетинговых исследований.   | 2                    | 3 |
|   | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Подготовка реферата на тему: «Виды и типы маркетинговых исследований»  | 5                    | 3 |
| <b>Тема 1.13<br/>Маркетинговая служба ГТК</b>   | 51 <b>Маркетинговая служба ГТК</b><br>Структура, цели и значение маркетинговой службы ГТК   | 2                    | 2 |
|   | 52 <b>Функции подразделений и сотрудников маркетинговой службы</b><br>Функции руководителя маркетинговой службы, информационной службы, аналитической службы, рекламной службы  | 2                    | 2 |
|   | <b>Консультации и самостоятельная работа обучающихся:</b><br>Подготовить доклад на тему: «Роль маркетинговой службы в управлении организацией гостинично – туристского комплекса»   | 3                    | 3 |
| <b>Итого за 5 семестр</b><br>обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося, в том числе:<br>практические занятия:<br>консультаций и самостоятельной работы обучающегося |   | 90<br>60<br>26<br>30 |   |
| <b>Итого по МДК 03.02.</b>  |   | 158                  |   |

|  |                 |   |
|--|-----------------|---|
| обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося, в том числе:<br>практические занятия:<br>консультаций и самостоятельной работы обучающегося   | 106<br>46<br>52 |   |
| <b>Промежуточная аттестация в форме экзамена</b>   | <b>6</b>        |   |
| <b>Производственная практика</b><br><b>Виды работ</b><br>-проведение маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;<br>-планирование программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;<br>- предоставление сопутствующих услуг;<br>- расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;<br>- взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта;<br>- работа с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;<br>- планирование рекламной кампании, проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках;<br>- осуществление маркетинговых исследований, использование их результатов при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;<br>- проведение анализа деятельности других туркомпаний;<br>- работа на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространение рекламных материалов и сбора информации;<br>- обработка информации и анализ результатов;<br>- налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран;<br>- работа с запросами клиентов, в том числе и иностранных;<br>- работа с информационными и справочными материалами;<br>- составление программ туров для российских и зарубежных клиентов;<br>- составление турпакетов с использованием иностранного языка;<br>- оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;<br>- оформление страховых полисов;<br>- ведение документооборота с использованием информационных технологий;<br>- анализ и решение проблем, возникающие во время тура, принятие мер по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;<br>- расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;<br>- расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта;<br>- работа с агентскими договорами; использование каталогов и ценовых приложений; консультирование партнеров по турпродуктам,<br>- оказывание помощи в продвижении и реализации турпродукта;<br>- работа с заявками на бронирование туруслуг;<br>- предоставление информации турагентам по рекламным турам;<br>- использование различных методов поощрения турагентов, расчет комиссионных вознаграждений для турагентов;<br>- использование эффективных методов общения с клиентами на русском и иностранном языках; | 144             | 3 |
| всего – 496 часов, в том числе:<br>максимальной учебной нагрузки обучающегося – 342 часа, включая:<br>обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 262 часа;<br>консультаций и самостоятельной работы обучающегося – 116 часов;<br>производственной практики – 144 часа.  |                 |   |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов:

- Турагентской и туроператорской деятельности
- Учебный (тренинговый) офис
- Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма).

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

##### **Основные источники:**

1. Кнышова, Е. Н. Маркетинг туризма [Текст] : учебное пособие / Е. Н. Кнышова. – М.: ИД «ФОРУМ» : Инфра-М. – 2015. – 352 с. – (Профессиональное образование).
2. Замедлина, Е. А. Экономика отрасли: туризм [Текст] : учебное пособие / Н. П. Котерова. – 8-е изд., стер. – М.: ИЦ «Академия», 2015. – 288 с.

##### **Интернет – ресурсы:**

1. [http://www.turbooks.ru/libro/priklad\\_turoperat/index.html](http://www.turbooks.ru/libro/priklad_turoperat/index.html) На сайте представлены материалы по прикладному туроперейтингу.
2. <http://www.valkiriya.ru/metodika-razrabotki-turov.html> На сайте представлен материал по методике разработки туров.
3. <http://ilam.ru/art/10/> На сайте представлен материал о франшизе в туризме, франшиза турагентств, как открыть турагентство.
4. <http://www.turvest.ru/> Представлен материал туристического вестника. Интернет-портал для работников индустрии туризма.
5. <http://travelata.ru/> Интернет-магазин туров, где представлены способы поиска внутри маршрутных и международных туров, их цены.
6. [http://www.iteam.ru/publication/markting/section 22/article 935/](http://www.iteam.ru/publication/markting/section%2022/article%20935/) На сайте представлена подборка разной информации, посвященной маркетингу в туризме.
7. <http://www.markting.spb.ru/real/article/a44.htm> На сайте представлена подборка разной информации, посвященной маркетингу в туризме.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателями и руководителями практики в процессе проведения учебных занятий, практических работ, текущего и промежуточного контроля, в процессе прохождения производственной практики, а также выполнения обучающимися индивидуальных и/или групповых заданий внеаудиторной самостоятельной работы (ВСР).

| Раздел и/или тема | Результаты освоения |   | Вид контроля  | Формы и методы контроля   | Вид оценочного средства  | Форма индивидуального учёта успеваемости             | Оценка результатов **   |
|-------------------|---------------------|---|---------------|---|--|--|---|
|                   | ЗУН *               | Компетенции (код)   |               |   |  |  |   |
| <b>МДК 03.01.</b> |                     |   |               |   |  |  |   |
| Раздел 1          | 1,2                 | ОК 1.<br>ОК 2.<br>ОК 3.<br>ОК 4.<br>ОК 6.<br>ОК 7.<br>ОК 8.<br>ОК 9.<br>ПК 3.1.-<br>3.4 | Текущий       | Устный, письменный, практический<br>Устный опрос.<br>Письменный опрос.<br>Тестирование<br>Выполнение практических работ и ВСР               | Вопросы и задания для устного и письменного опроса. Тесты.<br>Задания для практических работ и ВСР.                  | Учебный журнал.<br>Ведомость оценки ОК.              | Бальная оценка знаний и умений.<br><br>Дихотомическая оценка ОК |
| МДК 03.01         | 1,2                 | ОК 1.<br>ОК 2.<br>ОК 3.<br>ОК 4.<br>ОК 6.<br>ОК 7.<br>ОК 8.<br>ОК 9.<br>ПК 3.1.-<br>3.4 | Промежуточный | Экзамен   | Экзаменационные билеты   | Экзаменационная ведомость<br>Ведомость оценки ОК, ПК | Бальная оценка знаний и умений.<br>Дихотомическая оценка ОК, ПК |
| <b>МДК 03.02.</b> |                     |   |               |   |  |  |   |
| Раздел 1          | 1,2                 | ОК 1.<br>ОК 2.<br>ОК 3.<br>ОК 4.<br>ОК 6.<br>ОК 7.<br>ОК 8.<br>ОК 9.<br>ПК 3.1.-<br>3.4 | Текущий       | Устный, письменный, практический<br>Устный опрос.<br>Письменный опрос.<br>Тестирование<br>Выполнение практических, лабораторных работ и ВСР | Вопросы и задания для устного и письменного опроса.<br>Тесты.<br>Задания для практических, лабораторных работ и ВСР. | Учебный журнал.<br>Ведомость оценки ОК.              | Бальная оценка знаний и умений.<br><br>Дихотомическая оценка ОК |
| МДК 03.02         | 1,2                 | ОК 1.<br>ОК 2.<br>ОК 3.<br>ОК 4.<br>ОК 6.<br>ОК 7.<br>ОК 8.<br>ОК 9.<br>ПК 3.1.-<br>3.4 | Промежуточный | Экзамен   | Экзаменационные билеты   | Экзаменационная ведомость<br>Ведомость оценки ОК, ПК | Бальная оценка знаний и умений.<br>Дихотомическая оценка ОК, ПК |
| ПП                | 2,3                 | ОК 1.   | Текущий       | Выполнение  | Задания на   | Учебный  | Бальная   |



|    |     |   |                               |  |                                    |  |   |
|----|-----|---|-------------------------------|--|------------------------------------|--|---|
|    |     | ОК 2.<br>ОК 3.<br>ОК 4.<br>ОК 6.<br>ОК 7.<br>ОК 8.<br>ОК 9.<br>ПК 3.1.<br>- 3.4.          | контроль<br><br>Промежуточный | практических заданий<br><br>Дифференцированный зачёт | практику<br><br>Задания для зачёта | журнал<br>Характеристика отчёт по практике.<br>Дневник практики<br>Ведомость | оценка знаний и умений.<br>Дихотомическая оценка ОК, ПК                 |
| ПМ | 2,3 | ОК 1.<br>ОК 2.<br>ОК 3.<br>ОК 4.<br>ОК 6.<br>ОК 7.<br>ОК 8.<br>ОК 9.<br>ПК 3.1.<br>- 3.4. | Промежуточный                 | Экзамен (квалификационный)                           | Экзаменационный билет              | Ведомость  | Бальная оценка знаний, умений, навыков.<br>Дихотомическая оценка ОК, ПК |

\*Результаты усвоения :

1 – знания

2 – умения

3 - навыки

Оценка результатов \*\*

1. ЗУН - в баллах (2-5)

2. дихотомическая оценка ОК:

1 – оценка положительная, т.е. ОК (ПК) сформированы

0 – оценка отрицательная, т.е. ОК (ПК) не сформированы

## Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля  | Критерии оценки   | Методы оценки   |
|---|---|---|
| ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристических услуг с целью формирования востребованного туристического продукта | 75% правильных ответов<br>Оценка процесса<br>Оценка результатов | Тестирование<br>Собеседование<br>Экзамен  |
|   | Экспертное наблюдение<br>Оценка процесса<br>Оценка результатов  | Лабораторная работа<br>Ролевая игра<br>Ситуационная задача<br>Практическая работа |
|   | Экспертное наблюдение   | Практическая работа<br>Виды работ на практике                                     |
| ПК 3.2. Формировать туристический продукт   | 75% правильных ответов<br>Оценка процесса<br>Оценка результатов | Тестирование<br>Собеседование<br>Экзамен  |
|   | Экспертное наблюдение<br>Оценка процесса<br>Оценка результатов  | Лабораторная работа<br>Ролевая игра<br>Ситуационная задача<br>Практическая работа |
|   | Экспертное наблюдение   | Практическая работа<br>Виды работ на практике                                     |
| ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристического продукта  | 75% правильных ответов<br>Оценка процесса<br>Оценка результатов | Тестирование<br>Собеседование<br>Экзамен  |
|   | Экспертное наблюдение<br>Оценка процесса<br>Оценка результатов  | Лабораторная работа<br>Ролевая игра<br>Ситуационная задача<br>Практическая работа |
|   | Экспертное наблюдение   | Практическая работа<br>Виды работ на практике                                     |
| ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристического продукта   | 75% правильных ответов<br>Оценка процесса<br>Оценка результатов | Тестирование<br>Собеседование<br>Экзамен  |
|   | Экспертное наблюдение<br>Оценка процесса<br>Оценка результатов  | Лабораторная работа<br>Ролевая игра<br>Ситуационная задача<br>Практическая работа |
|   | Экспертное наблюдение   | Практическая работа<br>Виды работ на практике                                     |
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.                        | Оценка результата   | Тестирование  |
|   | Оценка результата   | Ситуационная задача   |
|   | Оценка процесса   | Ролевая игра  |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач,                 | Оценка результата   | Собеседование   |
|   | Оценка результата   | Ситуационная задача   |
|   | Оценка процесса   | Ролевая игра  |

|  |                   |                     |
|--|-------------------|---------------------|
| оценивать их эффективность и качество.   |                   |                     |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  | Оценка результата | Собеседование       |
|  | Оценка результата | Ситуационная задача |
|  | Оценка процесса   | Ролевая игра        |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | Оценка результата | Собеседование       |
|  | Оценка результата | Ситуационная задача |
|  | Оценка процесса   | Ролевая игра        |
| ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.  | Оценка результата | Собеседование       |
|  | Оценка результата | Ситуационная задача |
|  | Оценка процесса   | Ролевая игра        |
| ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.   | Оценка результата | Собеседование       |
|  | Оценка результата | Ситуационная задача |
|  | Оценка процесса   | Ролевая игра        |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.  | Оценка результата | Тестирование        |
|  | Оценка результата | Ситуационная задача |
|  | Оценка процесса   | Ролевая игра        |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.    | Оценка результата | Собеседование       |
|  | Оценка результата | Ситуационная задача |
|  | Оценка процесса   | Ролевая игра        |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.  | Оценка результата | Собеседование       |
|  | Оценка результата | Ситуационная задача |
|  | Оценка процесса   | Ролевая игра        |

### ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ПРОГРАММЫ В ЧАСТИ ДОСТИЖЕНИЯ ЛИЧНОСТНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

| Код личностных результатов реализации программы воспитания | Критерии ЛР                            | Методы измерения показателей ЛР |
|--|--|---------------------------------|
| ЛР 3   | Отсутствие фактов проявления идеологии | Наблюдение за                   |

|       |   |   |
|-------|---|---|
|       | терроризма и экстремизма среди обучающихся;<br>Отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве.   | поведением студентов<br>Индивидуальные беседы<br>Опросы<br>Анкетирования<br>Тестирования различного вида  |
| ЛР 4  | Демонстрация интереса к будущей профессии;<br>Положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;<br>Проявление высокопрофессиональной трудовой активности;<br>Участие в исследовательской и проектной работе;<br>Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;<br>Конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде;<br>Проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве. | Опрос<br>Анкетирования<br>Конкурсы профмастерства<br>Творческие задания и анализ их выполнения<br>Тестирования различного вида<br>Индивидуальные беседы |
| ЛР 7  | Оценка собственного продвижения, личностного развития;<br>Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;<br>Конструктивное взаимодействие в учебном коллективе;<br>Демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа;<br>Отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве.  | Индивидуальные беседы<br>Тестирования различного вида<br>Наблюдение за поведением студентов   |
| ЛР 8  | Готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах.  | Наблюдение за поведением студентов<br>Анкетирование<br>Опросы<br>Тестирования различного вида   |
| ЛР 9  | Демонстрация навыков здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся.  | Анкетирование<br>Опросы<br>Тестирования различного вида<br>Беседы   |
| ЛР 10 | Проявление экологической культуры, бережного отношения к родной земле,  | Анкетирование<br>Опросы   |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>природным богатствам России и мира;<br/> Демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии.<br/> Демонстрация умений и навыков Интернет безопасности</p> | <p>Беседы<br/> Акции<br/> Участие в мероприятиях сайта<br/> Сетевичок.рф</p> |
|--|---|--|