

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Иванкова Марина Николаевна
Должность: Директор
Дата подписания: 17.10.2024 21:19:31
Уникальный программный ключ:
ff3e8d023f8bf971e40e799028d5f1dd50698d59

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ КОЛЛЕДЖ БИЗНЕСА»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03.ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

для подготовки специалистов среднего звена

43.02.10 ТУРИЗМ

Челябинск, 2022

ОДОБРЕНА:
Предметно-цикловой комиссией
блока дисциплин и ПМ сервиса и туризма
Протокол № 1 «30» августа 2022 г.

 / Тарханова Н.П.

УТВЕРЖДАЮ:
Зам. директора
по учебно-методической работе
«30» августа 2022 г.

 Урбах И.А.

Рабочая программа профессионального модуля «ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования **43.02.10 Туризм**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 474 от 07.05.2014 г. зарегистрированного Министерством юстиции (рег. № 32806 от 19 июня 2014г.)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	стр. 4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	21
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	23

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.10 Туризм, входящей в состав укрупненной группы профессий 43.00.00

Сервис и туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Предоставление турагентских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

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

Реализация образовательного процесса по данному профессиональному модулю обеспечивается педагогическими работниками колледжа, соответствующих квалификационным требованиям профессионального стандарта, а также лицами, привлекаемых на условиях трудового договора, в том числе из лица руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности и имеющих стаж не менее 3 лет.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету является важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

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

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

иметь практический опыт:

- 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 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 туров;
- 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 туров;
- 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.

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 534 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 354 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 248 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 106 часов;

практическая подготовка обучающегося- 370 часов;

учебной и производственной практики – 180 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
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), за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
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.

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ**

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Практическая подготовка	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>	
				Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
ПК 3.1.-3.4.	Раздел 01. Организация туроператорской деятельности.	220	120	152	64	20	68			-	72
	Раздел 02. Реализация маркетинговой деятельности в туризме	134	70	96	36	-	38	-	108		-
	Учебная практика	108	108								
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72	72								-
	Всего:	534	370	248	100	20	106			108	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Практическая подготовка	
1	2	3	4	
МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности				
Раздел 01. Организация туроператорской деятельности.		220		
Тема 1.1. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта	1. Предмет, цели, основные задачи дисциплины. Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. Предмет деятельности туроператора.	2		
	2. Современное состояние и тенденции развития туризма. Этапы развития туроперейтинга.	2		
	3. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта.	2		
	Практическое занятие № 1 Состояние туристского бизнеса и перспективы развития туризма в России.		2	2
	Практическое занятие № 2 Исследование основных схем работы туроператора по разработке и реализации турпродукта.		2	2
Тема 1.2. Организация туров для внутреннего туризма.	4. Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Операторы специализированные. Местные туроператоры. Выездные туроператоры.	2		
	5. Функции туроператоров. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения.	2		
	6. Организация туров для внутреннего туризма. Обеспечение прибывающих туристов.	2	2	
	7. Системы бронирования отелей. Методика работы со справочными материалами	2	2	
	Практическое занятие № 3 Основные различия между туроператором и турагентом.		2	2
Практическое занятие № 4		2	2	

	Проведение деловой игры: «Сотрудничество и соперничество туроператоров массового рынка»			
Тема 1.3. Основные характеристики и структура турпродукта	8.	Туристский продукт. Потребительские свойства турпродукта. Три составные части турпродукта. Тур, туристско-экскурсионные услуги, товары.	2	2
	9.	Стратегия менеджмента турпродукта Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта.	2	2
	Практическое занятие № 5 Семинар на тему: Роль туроператорских и турагентских фирм в создании туристского продукта		2	2
	Практическое занятие № 6 Проектная деятельность: Формирование идей для турпродукта		2	2
Тема 1.4. Сотрудничество туроператоров и перевозчиков.	10.	Сотрудничество туроператоров и перевозчиков.	2	2
	11.	Авиакомпании на туррынке. Чартеры. Понятия и услуги авиаперевозчиков.	2	2
	12.	Работа туроператоров с предприятиями общественного питания и другими поставщиками услуг	2	2
Тема 1.5. Маркетинговая среда туроператора	Практическое занятие № 7 Составление анализа оптимального обслуживания туристов во время путешествия.		2	2
	Практическое занятие № 8 Системы бронирования авиабилетов. Методика работы со справочными материалами.		2	2
	13.	Маркетинговая среда туроператора	2	2
	14.	Рекламные и не рекламные методы продвижения турпродукта	2	2
	Практическое занятие № 9 Проведение деловой игры «Способы устранения проблем, возникающие во время тура»		2	2
	Практическое занятие № 10 Деловая беседа: Сопровождение турпродукта во время тура		2	2
Тема 1.6. Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание.	15.	Турпакет (пакетный тур). Как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета - передвижение, размещение, услуги, впечатления.	2	2
	16.	Факторы. Политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция.	2	2
	17.	Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная временная	2	2

		шкала туроперейтинговой программы.		
Тема 1.7. Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения. Тема 1.8. Правила оформления туристской документации.	18.	Обработка информационных источников. Основные правила и методика ведения туров.	2	2
	19.	Принципы выбора мест приема. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура.	2	2
	20.	Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения.	2	2
	21.	Типы, виды и услуги объектов размещения. Стандарты гостиниц. Классификация отелей.	2	2
	Практическое занятие № 11 Формирование туристской документации		2	2
	Практическое занятие № 12 Разработка памятки туриста по направлениям.		2	2
	Практическое занятие № 13 Составление таблицы - временной шкалы для новой туроперейтинговой программы туроператора.		2	2
	Практическое занятие № 14 Составление договорного плана каждого года в виде таблицы		2	2
	Практическое занятие № 15 Составление туристского пакета, на основе проведённого анализа факторов влияющих на его создание, в конкретном регионе.		2	2
	Тема 1.9. Технология разработки турпродукта	22.	Порядок и этапы разработки турпродукта. Туристско-технологическая документация. Нормативно-правовые акты, регламентирующие процесс проектирования тура	2
23.		Потребительские свойства тура. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок.	2	2
24.		Условия и принципы разработки тура. Технология проектирования тура. Элементы тура Методика и правила составления программы тура и туристского пакета.	2	2
Практическое занятие № 16 Проектная деятельность: Процесс разработки тура. Вербальная модель тура.		2	2	
Практическое занятие № 17 Выстраивание алгоритма работы с туристом от телефонного разговора до возвращения из поездки.		2	2	
Практическое занятие № 18 Разработка турпродукта для определенной категории туристов. (vip)		2	2	

	Практическое занятие № 19 Проект на тему: «Разработка массового турпродукта».		2	2
Тема 1.10. Принципы формирования туристско-экскурсионных программ обслуживания.	25.	Определение программного туризма. Сущность, цели и задачи. Особенности программного туризма.	2	2
	26.	Принципы формирования туристско-экскурсионных программ обслуживания. Программы обслуживания. Познавательная, спортивная, образовательная, деловая и др.	2	2
	Практическое занятие № 20 Экскурсия на выставку. Знакомство с практикой предоставления туристских услуг в современной турфирме		2	2
	Практическое занятие № 21 Составление программы обслуживания для определённых групп туристов.		2	2
	Практическое занятие № 22 Проведение деловой игры: «Бронирование тура для иностранных туристов»		2	2
	Практическое занятие № 23 Проведение деловой игры: «Определение категории тура»		2	2
Тема 1.11. Особенности ценообразования в туризме.	27.	Особенности ценообразования в туризме. Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета.	2	2
	28.	Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.	2	2
	Практическое занятие № 24 Описание методики расчета стоимости определённого тура: Расчёт индивидуальных туров		2	2
	Практическое занятие № 25 Описание методики расчета стоимости определённого тура: Расчёт групповых туров.		2	2
	Практическое занятие № 26 Описание методики расчета себестоимости турпакета и определить цену турпродукта для турагента.		2	2
Тема 1.12. Сотрудничество туроператоров и экскурсионных компаний.	29.	Сотрудничество туроператоров и экскурсионных компаний.	2	2
	30.	Работа с экскурсоводами, гидами и переводчиками. Методика работы со справочными материалами. Инструктаж клиентов, необходимый объем информации об условиях размещения, уровне комфорта, о трансфере и условиях питания, экскурсий, дополнительных услугах.	2	2
	Практическое занятие № 27			2

	Проведение деловой игры: Поиск и бронирование экскурсионных услуг			
Тема 1.39. Факторы риска и правила безопасности при совершении путешествия.	31.	Факторы риска и правила безопасности при совершении путешествия. Работа с претензиями.	2	2
	32.	Страхование туристов и профессиональная ответственность туроператоров	2	
	Практическое занятие № 28 Анализ страховых программ. Расчет стоимости страховой премии.		2	2
Тема 1.41. Роль турагентств в турбизнесе.	33.	Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством		2
	34.	Планирование в туризме. Понятие бизнес-плана и его основные разделы.	2	2
	Практическое занятие № 29 Формирование таблицы первоначальных расходов на открытие фирмы.		2	2
	Практическое занятие № 30 Подбор партнеров и заключение договоров. Запрос услуг и цен. Функции коммерческого отдела.		2	2
	Практическое занятие № 31 Семинар на тему: Описание методики расчетов комиссионного вознаграждения для турагентов		2	2
	Практическое занятие № 32 Проведение деловой игры: «Методы поощрения турагентов»		2	2
Самостоятельная работа при изучении МДК 03.01. ПМ.03. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление творческих отчетов, практических работ и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение деятельности конкретных организаций, продвигающих турпродукт.			68	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы 1. Виды и формы обслуживания туристов. 2. Мотивация интенсивного и качественного труда в туроперейтинге. 3. Принципы качественного обслуживания. 4. Содержание процесса обслуживания и продажи туристского продукта. 5. Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг и оценка их деятельности 6. Процедура выбора туруслуг на рынке производителей.				

7. Процесс разработки, определения категории тура исходя из уровня обслуживания туристов на маршруте.				
8. Посещение специализированных выставок.				
9. Проблемы развития туризма, пути их решения.				
10. Приоритетные виды и направления туризма в Уральском регионе.				
11. Детский туризм и его проектировочные и технологические особенности.				
12. Экотуризм и его проектирование и технологические особенности.				
13. Туризм выходного дня и его проектировочные и технологические особенности.				
14. Основные виды туристских фирм в туристском бизнесе и их характеристики.				
15. Классы туристского обслуживания их характеристика.				
16. Технологическая документация тура				
17. Методы контроля качества обслуживания.				
18. Основные положения договоров с поставщиками тур услуг.				
19. Информационный листок к тур.путевке.				
20. Информационный каталог туроператора.				
МДК. 03.02. Маркетинговые технологии в туризме		134		
Раздел 02. Реализация маркетинговой деятельности в туризме				
Тема 2.1. Основы маркетинга	1	Предмет, цели и задачи дисциплины. Понятия маркетинга, принципы, цели и функции, особенности маркетинга в области профессиональной деятельности	2	
	2	История рыночных отношений, концепции маркетинга. Концепция рыночной экономики.	2	
Тема 2.2. Структура маркетинговой деятельности.	3	Структура маркетинговой деятельности. Виды маркетинга, структура маркетинга	2	
	4	Объекты маркетинговой деятельности. Потребности и мотивация, иерархия потребностей А. Маслоу, теория приобретенных потребностей Д. Мак Клелланда, двухфакторная теория Ф. Герцберга, спрос, товар, рынок.	2	
	5	Субъекты маркетинговой деятельности. Классификация участников маркетинговой деятельности, покупательское поведение потребителей, модель покупательского поведения, факторы, влияющие на покупательское поведение потребителей, типы организационных структур маркетинга.	2	
	Практическая работа № 1 Исследование структуры маркетинговой деятельности в туризме.		2	2
	Практическая работа № 2		2	2

	Проведение классификации потребностей на рынке турпродукта			
Тема 2.3. Конкуренстная среда.	6	Окружающая среда маркетинга. Маркетинговая среда, факторы, влияющие на маркетинговую деятельность.	2	2
	7	Конкуренстная среда. Понятие конкуренции, её виды, конкурентные стратегии, конкурентоспособность фирмы и результатов её деятельности	2	2
	Практическая работа № 3 Проведение конкурентоспособности заданной организации, выявление её конкурентных преимуществ		2	2
	Практическая работа № 4 Деловая беседа на тему: недобросовестная конкуренция (промышленный шпионаж, переманивание специалистов, демпинг, использование чужого товарного знака и тд.)		2	2
	8	Элементы анализа конкурентов. Построение конкурентной карты рынка.	2	2
Тема 2.4. Методы маркетинга.	9	Методы маркетинга. Общенаучные методы, аналитико-прогностические методы, методические приемы из разных областей знаний.	2	2
	10	Управление комплексом маркетинга на основе CRM-технологий.	2	2
	Практическая работа № 5 Исследование внешней среды на примере заданной организации		2	2
	Практическая работа № 6 Проведение анализа деятельности туркомпаний – конкурентов, на примере заданной организации		2	2
Тема 2.5. Маркетинговые исследования рынка турпродукта	11	Информационное обеспечение в системе маркетинга. Основные элементы маркетинговой информационной системы (МИС), виды маркетинговых исследований, элементы аналитической маркетинговой системы.	2	2
	12	Методика проведения маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования: определение проблемы, формулировка цели исследования, источники информации.	2	2
	13	Методы сбора первичных данных, составление плана выборки, способы связи с аудиторией, анализ полученных данных: способы обработки статистических данных. Методы работы с базами данных.	2	2
	14	Методы сбора первичных данных. Качественные: наблюдение, эксперимент, фокус-группы, глубинные интервью, анализы протоколов, проекционные и физиологические измерения.	2	2

	15	Методы сбора первичных данных. Количественные: опрос, фактический опрос, опрос мнения потребителей, объяснительный опрос, личное интервью, групповое интервью, опрос по почте, по телефону; методы сбора информации.	2	2
Тема 2.6. Сегментирование рынка, его цели, признаки.	16	Сегментирование рынка. Понятие сегментирования рынка, его цели, признаки сегментирования рынка.	2	2
	17	Сегментирование рынка турпродукта: принципы и методы сегментации, мотивационные и психологические критерии сегментации туристского спроса, поведенческие стереотипы туристов. Выбор и оценка целевых сегментов рынка турпродукта.	2	2
	18	Принятие маркетинговых решений. Подготовка и составление отчета о маркетинговой деятельности.	2	2
	19	Процесс принятия маркетинговых решений по результатам исследования, процедура внедрения маркетинговых решений в деятельность организации.	2	2
	20	Система показателей для исследования рынка. Система показателей для исследования рынка, факторы, влияющие на емкость рынка, модель анализа рынка.	2	2
	Практическое занятие № 7 Разработка программы маркетингового исследования		2	2
	Практическое занятие № 8 Проведение маркетингового решения: Выбор метода сбора информации		2	2
	Практическое занятие № 9 Проведение маркетингового решения: Разработка инструмента для сбора информации		2	2
	Практическое занятие № 10 Проведение маркетингового решения: Проведение опроса по выявлению потребностей		2	2
	Практическое занятие № 11 Проведение обработки информации и анализа полученных результатов		2	2
	Практическое занятие № 12 Разработка мероприятий, направленных на создание туристского продукта и для переговоров с турагентствами на основе результатов маркетингового исследования.		2	2
	Практическое занятие № 13 Разработка рекламной кампании на основе результатов маркетингового исследования		2	2
	Тема 2.7. Продвижение турпродукта на	21	Техника проведения рекламной кампании; основные каналы распространения рекламы, виды рекламного продукта, специфика туристской рекламы: методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов.	2

рынке туристских услуг.	22	Продвижение турпродукта на рынке туристских услуг. стратегия и средства продвижения туристского продукта на рынке, основные направления PR, формы и методы персональных продаж.	2	
	23	Правила работы на выставке, методы анализа результатов действия на выставках. Методы повышения эффективности коммуникационного комплекса.	2	
	Практическое занятие № 14 Технология выставочной деятельности предприятия.		2	2
Тема 2.8. Реализация турпродукта: сбытовая и ценовая политика.	24	Реализация турпродукта: ценовая политика. Роль цены в предоставлении туроператорских услуг, факторы ценообразования, ценовая политика и ценовая стратегия турфирмы	2	
	25	Этапы развития ценовой стратегии, выбор типа ценовой стратегии.	2	
Тема 2.9. Реализация турпродукта: сбытовая политика.	26	Реализация турпродукта: сбытовая политика. Каналы сбыта: от туроператора до туриста, функции канала сбыта, критерии выбора турпосредника.	2	
	27	Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг	2	
	28	Техника продаж турпродукта. Мотивы поведения потребителей	2	
	Практическое занятие № 15 Участие в деловой игре: «Техника продаж турпродукта»		2	2
Тема 2.10. Процедура планирования маркетинга в туризме	29	Организация и развитие туристского бизнеса. Техника составления бизнес-плана, модели прогнозирования спроса, стратегия и тактика маркетинга.	2	
	30	Маркетинговый контроль, процедура планирования маркетинга в туризме	2	
	Практическое занятие № 16 Разработка бизнес – плана собственной туристической компании		2	2
	Практическое занятие № 17 Разработка рекламной стратегии и её анализ.		2	2
	Практическое занятие № 18 Участие в деловой ситуации: «Разработка рекламной кампании для конкретной туристической фирмы» ²		2	2
Самостоятельная работа при изучении МДК 03.02. ПМ.03. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление творческих отчетов, практических работ и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение деятельности конкретных организаций, продвигающих турпродукт.			38	

<p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор информации о сформировавшемся спросе на виды туристического продукта 2. Ознакомление с требованиями к специалисту по туризму 3. Анализ тенденций развития рынка туристических услуг 4. Проведение оценки факторов внешней среды на конкретном примере 5. Проведение анализа методов изучения спроса на конкретном примере 6. Выделение факторов, влияющих на потребительские предпочтения 7. Разработка анкеты 8. Проведение сбора информации по изучаемой проблеме 9. Проведение анализа собранной информации по конкретной проблеме 10. Разработка рекомендаций по устранению конкретной проблемы 11. Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг и оценка их деятельности 12. Проведение сегментирования рынка турпродукта 13. Формирование ассортимента предоставляемых услуг 14. Проведение анализа конкурентоспособности турпродукта 15. Создание потребительских предпочтений в заданных ситуациях 16. Разработка рекламной кампании по продвижению турпродукта на конкретном примере. 17. Проведение оценки рекламы на конкретном примере 18. Изучение примеров использования антимакетинга в России 19. Посещение специализированных выставок, ярмарок. 20. Проведение оценки работы компаний, участвующих в специализированных выставках. 		
<p>Учебная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с требованиями к специалисту по туризму 2. Проведение оценки факторов внешней среды на конкретном примере 3. Проведение анализа методов изучения спроса на конкретном примере 4. Выделение факторов , влияющих на потребительские предпочтения 5. Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг и оценка их деятельности 6. Проведение сегментирования рынка турпродукта 7. Проведение анализа конкурентоспособности турпродукта 8. Проведение оценки рекламы на конкретном примере 9. Оформление документов для консульств 10. Оформление страховых полисов. 11. Рассчитывать стоимость турпакетов. 12. Использовать каталоги и ценовые приложения. 13. Использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках. 	108	108

<p>14. Бронировать туруслуги. 15. Планировать программы турпоездов.</p>		
<p>Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с требованиями к специалисту по туризму 2. Проведение оценки факторов внешней среды на конкретном предприятии 3. Проведение анализа методов изучения спроса на конкретном предприятии 4. Выделение факторов , влияющих на потребительские предпочтения 5. Сбор информации о конкурентах компании, работающей на рынке туристических услуг и оценка их деятельности 6. Проведение сегментирования рынка турпродукта 7. Проведение анализа конкурентоспособности турпродукта 8. Проведение оценки рекламы на конкретном предприятии 9. Принимать участие на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации 10. Оформление документов для консульств 11. Оформление страховых полисов. 12. Рассчитывать стоимость турпакетов. 13. Использовать каталоги и ценовые приложения. 14. Использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках. 15. Бронировать туруслуги. 16. Планировать программы турпоездов. 	72	72
<p>Примерная тематика курсовых работ (проектов)</p> <p>PR-компания в туристическом агентстве как инструмент продвижения нового торгового предложения. Sales Promotion мероприятия в сфере туристического и гостиничного бизнеса. Анализ внешней и внутренней среды туристической фирмы. Анализ использования интернет-рекламы в туризме. Анализ сфер услуг туристической деятельности в г. Челябинске. Анализ туристского рынка Челябинского края. Анимационные программы: задачи, цели, перспективы. Бальнеологические курорты России. Вклад туризма в сохранение мира. Влияние объектов культурного наследия на туризм Челябинской области. Выставочный бизнес, его связь с туризмом. География и рекреация туризма в Челябинской области. Детский туризм. Дифференцированный подход к созданию культурно-деловых программ на базе гостиничного комплекса.</p>		

<p>Защита прав туристов. Изучение жизненного цикла турпродукта. Калькуляция себестоимости турпродукта. Культурный туризм. Проблемы и перспективы его развития. Маркетинг в сервисе и туризме. Международный туризм: современное состояние, проблемы и перспективы развития. Технология деятельности туристского предприятия в процессе формирования нового тура. Деловой тур-участие в конференции. Программное обслуживание в туризме: цели, виды, значение. Разработка типовых программ обслуживания. Формирование инновационного туристского продукта в рамках экологического туризма. Рекреационная деятельность в туризме. Рекреационная деятельность отдыхающих как один из основных видов рекреационной деятельности и основа программного туризма. Экскурсионные услуги в туризме. Значение экскурсионных услуг при разработке программ обслуживания. Разработка инновационных программ обслуживания туристов в рамках событийного туризма в России. Научно-экспедиционный туризм: технология организации и проведения экспедиции. Парки развлечений в России и за рубежом. История и перспективы развития деревенского туризма. Принципы обслуживания туристов в рамках деревенского туризма. Экзотические программы на туррынке туристских услуг. Молодёжный туризм: исторический опыт, современное состояние, перспективы развития. Подготовка и ведение договорной кампании туроператора с поставщиками услуг. Разработка программы продвижения турпродукта туроператора. Внешнее и внутренне оформление офиса турагентства. Анимация в отелях: российский и зарубежный опыт.</p>		
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)	20	
Теоретическое обучение	128	
Практическая и лабораторные занятия	100	
Самостоятельная работа	106	
Практическая подготовка		370
В том числе учебная и производственная практика		180
Всего	534	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Южно-Уральский колледж бизнеса для реализации профессионального модуля располагает материально-технической базой, необходимой для проведения всех видов занятий, предусмотренных ППССЗ.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя.

Технические средства обучения:

- мультимедийный проектор;
- доска;
- компьютер;

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

**Основные источники:
Электронные библиотеки:**

1) Юрайт

1. *Емелин, С. В.* Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 472 с.

2. *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, 2020. — 208 с.

3. *Михалева, Е. П.* Маркетинг : учеб. пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 213 с.

4. *Восколович, Н. А.* Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с

Дополнительная литература:

1. Агешкина, Н. А. Комментарий к Федеральному закону от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс] / Н. А. Агешкина, А. Б. Бельянская, М. Г. Холкина; под ред. Л. Л. Руденко. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 220 с.

1)Юрайт

1. *Михалева, Е. П.* Маркетинг : учеб. пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 213 с.

2. *Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова.* — М. : Издательство Юрайт, 2018.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебные занятия междисциплинарных курсов проводятся в соответствии с календарным учебным графиком.

Предусмотрено в целях реализации компетентного подхода использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Учебная и производственная (по профилю специальности) практики проводятся в специально выделенный период (концентрированно) после изучения тем междисциплинарного курса. В ходе учебной и производственной практик обучающимся оказываются консультации.

Освоению профессионального модуля «Предоставление турагентских услуг» должно предшествовать изучение дисциплин:

«Общий гуманитарный и социально-экономический цикл»:

История

Иностранный язык

Русский язык и культура речи

«Математический и общий естественнонаучный цикл»:

Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

География туризма

Цикла «Общепрофессиональные дисциплины»:

Организация туристской индустрии

Психология делового общения

Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам:

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля

Предоставление туроператорских услуг, а также общепрофессиональных дисциплин:

«География туризма»; «Организация туристской индустрии»; «Психология делового общения (практикум)».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

- обязателен опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	- разработка программы маркетингового исследования; - проведение маркетингового исследования, сбор, обработка информации - разработка рекомендаций по востребованному туристскому продукту	<i>Экспертная оценка выполнения практического задания</i> <i>Экспертная оценка выполнения практических заданий в ходе прохождения учебной и производственной практик</i>
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	- создание турпродукта на основе проведённых маркетинговых исследований - планирование программы турпоездки - соблюдение основных правил и методик составления туров.	
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	- применение основных методик расчёта себестоимости турпакета - разрабатывать правила расчётов с турагентами и способы их поощрения.	
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	- разработка предложений по продвижению туристского продукта на рынке турагентов - разработка предложений по продаже туристского продукта	

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии	<i>Экспертное оценивание результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной</i>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы	- демонстрация применения методов и способов решения профессиональных задач в области	<i>обучающегося в процессе освоения образовательной</i>

и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	организации работы коллектива исполнителей, оценка эффективности и качества выполнения	<i>программы</i>
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации работы коллектива исполнителей	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков работы на компьютерах с использованием современных программных средств;	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- демонстрация взаимодействия с обучающимися, преподавателями в ходе обучения	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- демонстрация взаимодействия с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; - демонстрация способности решать проблемы, оценивать и принимать решения;	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	