

Тренинг - 114

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор

по учебно-методической работе

«31» 08 2015 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

для специальности 43.02.10 «Туризм»

Владимир, 20 15

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация туристской индустрии» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) среднего профессионального образования (утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 7.05.2014 г. № 474) 43.02.10 «Туризм»

Кафедра-разработчик: Музеологии и истории культуры, Колледж инновационных технологий и предпринимательства ВлГУ.

Рабочую программу составил:

Казурова О.А., ст.преподаватель КИТП 

Черничкина В.А. к.и.н., доцент кафедры МиИК 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры музеологии и истории культуры

Протокол № 10 от 25 июня 2015 г.

Зав. кафедрой  С.В. Погорелая

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании Колледжа инновационных технологий и предпринимательства ВлГУ

Протокол № 1 от 31 августа 2015 г.

Директор КИТП ВлГУ  Ю.Д. Корогодов

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля	4
2. Результаты освоения профессионального модуля	8
3. Структура и содержание профессионального модуля	9
4. Условия реализации программы профессионального модуля	18
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)	20

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля - является частью ППССЗ по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 «Туризм» (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Предоставление туроператорских услуг** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области туризма и гостиничного обслуживания при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения 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 турпоездок, составления программ тура и турпакета;

предоставления сопутствующих услуг;

расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;

взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;

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

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

уметь:

осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;

проводить анализ деятельности других туркомпаний;

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

обрабатывать информацию и анализировать результаты;

налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;

работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;

работать с информационными и справочными материалами;

составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;

составлять турпакеты с использованием иностранного языка;

оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;

оформлять страховые полисы;

вести документооборот с использованием информационных технологий;

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

рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;

работать с агентскими договорами;

использовать каталоги и ценовые приложения;

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

работать с заявками на бронирование туруслуг;

предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;

использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;

использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

знать:

виды рекламного продукта;

правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;

способы обработки статистических данных;

методы работы с базами данных;

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

планирование программ турпоездок;

основные правила и методику составления программ туров;

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

способы устранения проблем, возникающих во время тура;

методики расчета стоимости проживания, питания,

транспортного и экскурсионного обслуживания;

методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;

методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;

основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;

правила бронирования туруслуг;

методику организации рекламных туров;

правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;

основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;

технику проведения рекламной кампании;

методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;

техники эффективного делового общения, протокол и этикет;

специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

**1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля
ПМ.03:**

всего – 486 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 378 часов, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 258 часов;
 - самостоятельной работы обучающегося – 120 часов;
- учебной практики – 108 часов.

2. Результаты освоения профессионального модуля ПМ.03.

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

Код	Наименование результата обучения
ПК.3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт.
ПК.3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий профессиональной деятельности

3. Структура и содержание профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1 – 3.4	Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности.	110	86	34	-	24	-	108	-
ПК 3.1 – 3.4	Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме.	114	86	34		28			-
ПК 3.1 – 3.4	Раздел 3. Выставочные технологии в туризме.	154	86	34		68			-
	Производственная практика (по профилю специальности), часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)	-							-
	Всего:	489	258	102	-	120	-	108	-

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности.			110 всего	
Тема 1. Основы туроператорской деятельности	Содержание лекционного материала.		8 ч. лекций	
	1.	Разновидности туроператорских фирм.		1
	2	Функции туроператоров (ТО).		1
	3	Этапы создания турпродукта.		1
	4	Жизненный цикл турпродукта.		1
	Практические занятия -Обзор фирм в сфере туризма. -Анализ существующих турпродуктов ведущих ТО. -Анализ жизненного цикла турпродуктов ведущих ТО.		6 ч. пр.р.	3
Тема 2. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности.	Содержание лекционного материала.		4 ч. лекций	
	1	Международные организации и документы, регулирующие туристские процессы.		2
	2	Российское законодательство, регламентирующее туристскую индустрию.		2
	Практические занятия -Изучение документов, регулирующих туристские процессы в мире. --Изучение документов, регулирующих туристские процессы в РФ.		4 ч. пр.р.	3

Тема 3. Технология разработки туристского продукта.	Содержание лекционного материала.		12 ч. лекций	
	1	Особенности туристского продукта.		2
	2	Классификация турпродукта по основному виду используемого транспортного средства.		2
	3	Классификация турпродукта по целям путешествия.		2
	4	Классификация турпродукта по продолжительности тура.		2
	5	Классификация турпродуктов по географическим направлениям.		2
	6	Классификация по специфике комплектации турпродукта.		2
	Практические занятия - Анализ турпродуктов Владимирской области по основному виду используемого транспортного средства. - Анализ турпродуктов Владимирской области по целям путешествия. - Анализ турпродуктов Владимирской области по продолжительности тура. - Анализ турпродуктов Владимирской области по географическим направлениям. - Анализ турпродуктов Владимирской области специфике комплектации турпродукта.		10 ч. пр.р.	3
Рейтинг-контроль № 1			3	
Тема 4 Изучение и анализ туристских ресурсов для выбора туристской дестинации.	Содержание лекционного материала.		8 ч. лекций	
	1	Понятие о туристских ресурсах.		2
	2	Использование природно-климатических ресурсов в создании турпродукта.		2
	3	Использование историко-культурных достопримечательностей в создании турпродукта.		2
	4	Использование инфраструктурных ресурсов для создания турпродукта.		2
	Практические занятия. Изучение рекреационных возможностей РФ для создания турпродуктов различных дестинаций.		5 ч. пр.р.	3
Тема 5. Виды и формы	Содержание лекционного материала.		8 ч.	

договорных отношений между турфирмой-оператором и партнерскими организациями.	1	Виды и формы договорных отношений между турфирмой-оператором и средствами размещения	лекции	2
	2	Договорные отношения между турфирмой-оператором и транспортными организациями		2
	3	Взаимодействие туроператора с иными организациями, возникающее при формировании турпродукта		2
	4	Расчет стоимости тура		2
		Практические занятия - Изучение сайта ТО в части раздела «агентствам». - Изучение поставщиков туруслуг при бронировании «напрямую» и через meet-компанию. - Изучение документов, регулирующие туристские процессы в мире. - Расчет турпакета выбранного направления.	4 ч. пр.р.	3
		Рейтинг-контроль № 2		3
Тема 6. Туристские формальности.		Содержание лекционного материала.	6 ч. лекции	
	1	Особенности оформления загранпаспортов гражданами Российской Федерации.		2
	2	Организация консульского обслуживания в процессе подготовки тура.		2
	3	Пограничные и таможенные формальности.		2
		Практические занятия - Подготовка пакета документов для получения визы на примере одной из стран Шенгенского соглашения; - Рассмотрение особенностей пакета документов отдельных категорий граждан: пенсионеры, учащиеся, несовершеннолетние и безработные граждане; - Заполнение опросного листа на получение визы и заполнение оригинальной консульской анкеты на получение визы на примере одной из стран Шенгенского соглашения.	3 ч. пр.р.	3
Тема 7. Организация страхования в		Содержание	6 ч. лекции	
	1	Финансовые гарантии туроператора.		2
	2	Медицинское страхование в туроператорской деятельности.		2

туроператорской деятельности.	3	Страхование от невозможности совершить туристскую поездку.		2
		Практические занятия - Изучение и заполнение документов, регулирующих страховые процессы в ТБ.	2 ч. пр.р.	3
	Рейтинг-контроль № 3			3
Самостоятельная работа при изучении раздела 1. ПМ 03 - Самостоятельный анализ существующих турпродуктов в одной территории Владимирской области (по выбору студента) и разработка нового турпродукта одной дестинации (по выбору студента) на основании проработки конспектов занятий, учебной и специальной литературы, результатов практических работ, мониторинговых отчетов по предмету.			24	3
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме			114	
Тема 1. Основные понятия в концепции маркетинга туризма.	Содержание учебного материала		8 ч. лекции	
	1	Понятие маркетинговой деятельности.		1
	2	Сущность и основные понятия, используемые в маркетинге туризма.		1
	3	Историческое развитие маркетинга туризма в мировой рыночной экономике.		1
	4	Стратегии маркетинговой деятельности, ориентированные на рынок туристского бизнеса (ТБ).		1
	Практические занятия: - Дискуссия постановкой проблем по теме «Эволюция маркетинговых стратегий в туристской деятельности в РФ». - Определение статуса хоумленд для городов Владимирской области (по выбору студента).		4 ч. пр.р.	3
Тема 2. Характеристика основных маркетинговых элементов, влияющих на достижение целей ТБ.	Содержание учебного материала		12 ч. лекции	
	1	Структура целей организации ТБ, ее миссия, планирование и стратегии.		2
	2	Специфический товар ТБ. Товарная политика.		2
	3	Покупательское поведение, сегментация рынка и позиционирование услуг.		2
	4	Ценообразование.		2
	5	Сбытовая политика и организация реализации туристского продукта.		2
	6	Конкуренция и конкурентоспособность.		2
	Практические занятия: - Анализ договора между турагентом и туристом. - Сравнительный анализ стандартного пакета документов на различные виды туров. - Мониторинг потребности в отдыхе друзей и знакомых. - Расчет полной стоимости стандартного турпакета, индивидуального тура, индивидуального		8 ч. пр.р.	3

	экскурсионного тура различных типов, турпакета выбранного направления.			
	Рейтинг-контроль № 1		-	
Тема 3. Стратегическое планирование и реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	Содержание учебного материала		14 ч.	
	1	Формирование стратегии организации ТБ и стратегии маркетинговых коммуникаций.	лекции	2
	2	Реклама и виды рекламы. Оценка и измерение эффективности рекламы.		2
	3	Брендинг в современных стратегиях коммуникации.		2
	4	Имидж туристской компании и организационная культура.		2
	Лабораторные работы		-	
	Практические занятия: - Рекламная политика ТОО-Интернет, печатные издания, e-mail рассылка. Создание агентской базы. Анализ сайта ТОО в части раздела «агентствам», «клиентам», «партнерам». - Разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта. - Составить рекламный буклет «Пять причин, чтобы работать с нами...» (направление по выбору учащегося). - Разработать план инфотура по выбранному направлению учащимся.		8 ч. пр.р.	3
Тема 4. Методы маркетинговых исследований и прогнозов.	Содержание учебного материала		14 ч.	
	1	Маркетинговая информационная деятельность организаций туристской сферы.	лекции	2
	2	Методы маркетинговых исследований.		2
	3	Разработка выборочного плана и определение выборки для исследования.		2
	4	Обработка и анализ маркетинговых данных.		2
	5	Использование данных маркетингового исследования при создании турпродукта.		2
	6	Использование данных маркетингового исследования при реализации турпродукта.		2
	7	Использование данных маркетингового исследования при свертывании реализации турпродукта.		2
	Практические занятия: - Дискуссия постановкой проблем по теме «Актуальность маркетинговых исследований в туристской деятельности в РФ». - Нестандартные приемы маркетинговых исследований. Сувенирная продукция. - Алгоритм маркетингового исследования в системе онлайн. - Проведение маркетингового исследования «Способы привлечения посетителей в турфирму».		10 ч. пр.р.	3

	- Проведение маркетингового исследования «Выявление молодежных дестинаций во Владимирской области». - Проведение маркетингового исследования «Результативность различных поисковых систем». - Проведение маркетингового исследования «Выявление степени маркетинговой привлекательности для клиента при бронировании «напрямую» или через meet-компанию».			
	Рейтинг-контроль № 2		-	3
Тема 5. Управление работой маркетинговой службы в организациях туристской сферы.	Содержание учебного материала		4 ч. лекций	
	1	Маркетинговая служба в работе туристской организации — ее структура, цели и значение.		2
	2	Функции подразделений и сотрудников маркетинговой службы. Маркетинг и работа с кадрами.		3
	Практические занятия: - Дискуссия на тему «Преимущества и недостатки использования маркетинговой службы в отечественных и зарубежных турфирмах». -Рейтинг личных и профессиональных качеств менеджера маркетинговой службы.		4 ч. пр.р.	3
	Рейтинг-контроль № 3			3
Самостоятельная работа при изучении раздела 1. ПМ 03 - Проведение самостоятельного маркетингового исследования для анализа существующих турпродуктов в одной территории Владимирской области (по выбору студента) и разработки нового турпродукта одной дестинации (по выбору студента) на основании проработки конспектов занятий, учебной и специальной литературы, результатов практических работ, маркетинговых отчетов по предмету.			28	3
МДК.03.03 Выставочные технологии в туризме			154	
Тема 1. Выставочная деятельность: ее сущность и особенности	Содержание учебного материала		12	
	1.	Терминология современной выставочной деятельности: основные подходы		1
	2	Законодательная база в сфере выставочной деятельности (российский опыт)		3
	3	Классификация выставок: российский и зарубежный опыт (подходы и мотивация)		2
	Рейтинг-контроль № 1			
	Практические занятия Анализ зарубежных выставочных площадок Характеристика российских выставочных площадок		6	3

	<i>Терминология выставочной деятельности: экспоненты (анализ потребительского рынка региона)</i> <i>Тематический классификатор выставок (подготовка аннотации (на выбор студента) одного вида выставки)</i>			
Тема 2. История выставочно-ярмарочной деятельности	<i>Содержание учебного материала</i>		12	
	1	Особенности хронологии выставочной деятельности: определение периодизации		2
	2	Общая характеристика исторических этапов в развитии выставочной деятельности зарубежом.		2
	3	Выставочная деятельность в России: исторический аспект (выделение и характеристика этапов)		2
	Рейтинг-контроль № 2			
	Практические занятия <i>Национальные выставки (Европейский опыт): особенности проведения, участники, отзывы посетителей в историческом аспекте</i> <i>Международные промышленные выставки (особенности проведения: особенности оформления павильонов, экспонентов)</i> <i>Выставочные мероприятия в дореволюционной России: провинциальный опыт.</i> <i>Выставочные площадки в СССР: общая характеристика</i>		6	3
Тема 3 Особенности организации выставочной деятельности	<i>Содержание учебного материала</i>		28	
	1	Методика и современные подходы к организации выставочной деятельности		2
	2	Характеристика подготовительного этапа выставочного мероприятия		2
	3	Технологический процесс подготовки выставки		2
	4	Роль стендиста в выставочном мероприятии		2
	5	Особенности проведения выставочно-ярмарочного мероприятия		2
	6	Сопровождение выставки (маркетинговые технологии)		2
	7	Анализ итогов выставочного мероприятия: отчетная документация		2
	Практические занятия <i>Архитектурные и интерьерные решения в выставочном пространстве: оценка и анализ современного оборудования</i> <i>Организация рекламы – подготовка буклетов и каталогов</i>		22	3

	<i>Анализ потенциальной аудитории (посетителей)</i> <i>Специфика работы с экспонентами</i> <i>Роль анкетирования при анализе итогов выставочной деятельности</i>		
	Рейтинг-контроль № 3		
Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела Посещение выставочных мероприятий туристской направленности (московские и владимирские площадки) Посещение выставочных мероприятий (ЭКСПО) (широкой направленности) Оценка рекламы выставочных мероприятий в СМИ Подготовка выставочного информационного стенда (макет в формате планшета), характеризующей любой сегмент туристической или туристский объект.		68	
УП.01.01 Учебная практика по модулю ПМ. 03. Виды работ - Маркетинговое исследование рынка туроператоров: - ознакомление с сайтами туроператоров; - изучение динамического листа предложений туроператоров; - выявление и анализ потребностей заказчиков и подбор оптимального туристского продукта; - маркетинг турпродуктов разных туроператоров по одинаковым направлениям. - Информирование клиентов (туристов и турагентств) о турпродуктах. - Анализ рекламной политики туроператоров. - Расчёт стоимости турпродукта. - Формирование турпакета. - Оформление туристской документации и консультация потребителей по вопросам выданных документов на тур. - Взаимодействие с туроператорами по продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники.		108	
Всего:		486	

4. Условия реализации программы профессионального модуля ПМ. 03

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие:

Реализация профессионального модуля требует наличия учебного кабинета

Оборудование учебного кабинета:

- -рабочие места по количеству обучающихся
- -рабочее место преподавателя
- плакаты (Физическая карта мира, Политическая карта мира, Субрегионы зарубежной Европы, Природные условия и ресурсы России).

Технические средства обучения:

- ПК,
- видеопроектор,
- проекционный экран.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

Менеджмент в туризме: Учебное пособие / Д.Л. Бикташева, Л.П. Гиевая, Т.С. Жданова. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 272 с.: ISBN 978-5-98281-118-9

Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.: ISBN 978-5-16-010337-2, 300 экз.

Технология создания турпродукта: пакетные туры: учебно-метод. пособие / В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 240 с.: ил. - ISBN 978-5-279-03482-6 <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279034826.html>

Дополнительная литература

Введение в технологию туризма [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие/ Л.И. Егоренков. - М. : Финансы и статистика, 2014.

Технология создания турпродукта: пакетные туры: учебно-метод. пособие / В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. - М.: Финансы и статистика, 2013. - 240 с.: ил. - ISBN 978-5-279-03482-6

Менеджмент туристских дестинаций : учебник / Т. В. Рассохина ; Российская международная академия туризма. - М: Советский спорт, 2014. - 248 с. -

(Профессиональное туристское образование). - ISBN 978-5-9718-0695-0.

Интернет-ресурсы и электронно-библиотечные системы:

1. www.rostourunion.ru - сайт Российского союза туриндустрии
2. www.tourdom.ru – профессиональный туристический портал
3. www.tourinfo.ru – официальный сайт газеты «Турифо»
4. <http://www.exponet.ru> - Выставки России, СНГ и Мира
5. <http://www.turist.rbc.ru> - Тематический сайт РБК о туризме
6. www.exprocentr.ru – Сайт «Экспоцентр».
7. www.vvcenter.ru – Сайт Всероссийский Выставочный Центр.
8. www.ufinet.org = Международный союз ярмарок (UFI)

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Практические занятия и учебная практика проводятся в специально оборудованных аудиториях турагентской и туроператорской деятельности. Рекомендуется посещение туристских фирм.

Обязательным условием допуска к учебной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг» является освоение дидактических единиц разделов данного модуля: **«Технология и организация туроператорской деятельности»**, **«Маркетинговые технологии в туризме»**, **«Выставочные технологии в туризме»** и выполнение всех видов работ учебной практики по каждому из разделов.

Предшествовать освоению данного модуля должно изучение по междисциплинарным курсам «Технология продаж и продвижения турпродукта», «Технология и организация турагентской деятельности», а также желательно параллельное изучение общепрофессиональной дисциплины «Организация туристской индустрии».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю «Предоставление туроператорских услуг»: наличие высшего образования, соответствующего профилю данного профессионального модуля. Преподаватели должны иметь опыт практической деятельности в соответствующей профессиональной сфере и проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего образования, соответствующего профилю модуля, и опыта практической деятельности в соответствующей профессиональной сфере. Эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности «Предоставление туроператорских услуг» и составляющих его профессиональных компетенций, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ОПОП в целом.

Формой аттестации по профессиональному модулю согласно утвержденному учебному плану является **квалификационный экзамен**.

Результаты	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Освоенные профессиональные компетенции		
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	- определение запросов потребителей	- экспертная оценка на практическом занятии
	- соответствие выбранного туристского продукта требованиям потребителя и обоснование правильности выбора оптимального туристского продукта	- экспертная оценка выполнения проблемно-ориентированной задачи и устной презентации аргументации выбора
	- выполнение требований инструкций и правил техники безопасности при использовании офисной техники	- наблюдение во время практического занятия и в ходе производственной практики
	- формирование и использование баз данных потребителей по заданным параметрам	- экспертная оценка на практическом занятии
	- соответствие результатов поиска конкретного турпродукта в сети Интернет заданным целям	- экспертная оценка выполнения ситуационных задач на практических занятиях и в ходе учебной практики
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	- оперативное предоставление потребителю (демонстрация результативности информационного поиска) запрашиваемой информации	- наблюдение во время практического занятия и в ходе учебной практики - отзыв потребителя (клиента) через опрос и анкетирование
	- полнота и доступность рекомендаций потребителю в устной и письменной форме (на русском и иностранном языках) согласно утвержденным нормам работы с клиентами	- экспертная оценка результатов выполнения практического задания - отзыв специалиста от организации, где проходит практика
	- формирование доступных	- отзывы туристов,

	рекомендаций с учетом разных категорий туристов (возраст, социальная группа, статус и др.)	специалистов от работодателя
	- соответствие предоставляемой потребителю информации согласно требованиям российского законодательства	- экспертная оценка
	- презентация о туристских услугах через средства СМИ	- оформление стенда на туристских выставках и его экспертная оценка
	- разработка рекламного продукта о предлагаемых туристских услугах	- экспертная оценка рекламного буклета
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	- правильность оформления документации и расчета стоимости турпакета на основе современной нормативной базы	- экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и в ходе учебной практики
	- получение и анализ информации о стоимости и характеристиках туруслуг, входящих в турпакет	- экспертная оценка выполнения заданий на практических занятиях и в ходе учебной практики
	- соответствие результата подбора оптимального турпакета заявке потребителя	- экспертная оценка выполнения практического задания
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	- точность и полнота проведенного маркетингового исследования предложений туроператоров	- экспертная оценка представления результатов исследования в виде устной и электронной презентации
	- точность следования инструкциям и нормам по бронированию с использованием современной офисной техники	- наблюдение во время практического занятия - правильность выполнения практического задания
	- проведение бронирования турпродукта согласно установленным требованиям	- экспертная оценка результатов выполнения практического задания
	- соответствие нормативам делового общения содержания устного и письменного общения с туроператором на русском и иностранном языках	- тестирование - отзыв клиентов через анкетирование - ретинг-контроль 1

	- демонстрация техники презентации туристского продукта на русском и иностранных языках	- экспертная оценка устной и электронной презентации туристского продукта
	- планирование и расчет бюджета рекламной кампании	- экспертная оценка проекта рекламной кампании
	- заполнение всех документов, необходимых для осуществления турпоездки, в соответствии с нормативными требованиями	- наблюдение во время практического занятия, - тестирование ретинг-контроль 2
	- участие в разработке памятки для туриста	- экспертная оценка выполнения практического задания
Освоенные общие компетенции		
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- участие в работе научно-студенческих обществ, - выступления на научно-практических конференциях, - участие во внеурочной деятельности, связанной с будущей профессией/специальностью (конкурсы профессионального мастерства, выставки и т.п.), - высокие показатели производственной деятельности	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях (при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх; при подготовке и участии в семинарах, при подготовке рефератов, докладов и т.д.); - при выполнении работ на ретинг-контроле; - при выполнении работ на различных этапах учебной практики;
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества	- экзамен
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- анализ профессиональных ситуаций; - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач	- квалификационный экзамен
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики.	

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- использование в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	взаимодействие: - с обучающимися при проведении деловых игр, выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения, - с потребителями и коллегами в ходе производственной практики	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики; - определение этапов и содержания работы по реализации самообразования	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности; - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.	

Разработчики:

ВлГУ КИТП

(место работы)

старший преподаватель

(занимаемая должность)

Казурова Ольга Алексеевна

(ФИО, подпись)



ВлГУ КИТП

(место работы)

и.ч.п. Федоткина И.А.

(занимаемая должность)

Тришнина Л.А.

(ФИО, подпись)



Рецензент (эксперт):

О.М. Володкова
ООО ЦТ «Владимирский»
ген. директор