

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



А.А.Панфилов


« 29 » 08 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

для специальности среднего профессионального образования
социально-экономического профиля
43.02.10 «Туризм»


Владимир, 2016




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 № 13 от 1 июля 2016 г.

Зав. кафедрой  С.В. Погорелая

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

Протокол № 1 от 29 августа 2016 г.

Директор КИТП ВлГУ  Ю.Д. Корогодов

Программа переутверждена:

на 2017/2018 учебный год, протокол № 1 от 01.09.14

Зав.кафедрой ТиС  Л.Г. Гужова

Директор колледжа ВлГУ  Ю.Д. Корогодов

Программа переутверждена:

на _____ учебный год, протокол № ____ от _____

Зав.кафедрой ТиС _____ Л.Г. Гужова

Директор колледжа ВлГУ _____ Ю.Д. Корогодов

Программа переутверждена:

на _____ учебный год, протокол № ____ от _____

Зав.кафедрой ТиС _____ Л.Г. Гужова

Директор колледжа 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:

- выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;
- взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
- оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;
- оказания визовой поддержки потребителю;
- оформления документации строгой отчетности;

уметь:

- определять и анализировать потребности заказчика;

- выбирать оптимальный туристский продукт;
- осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);
- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;
- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;
- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;
- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;
- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;
- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);
- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
- принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;
- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;

знать:

- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;

- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;
- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;
- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;
- технологии использования базы данных;
- статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;
- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;
- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;
- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;
- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;
- правила оформления деловой документации;
- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;
- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;
- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;
- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию

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

всего – 484 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 376 часов, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 256 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 <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
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.	152	84	34		68			
	Производственная практика (по профилю)	-							-

	специальности), часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)								
	Всего:	484	256	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	<i>Содержание лекционного материала.</i>	8 ч.	
	1. Разновидности туроператорских фирм.	лекции	1
	2. Функции туроператоров (ТО).		1
	3. Этапы создания турпродукта.		1
	4. Жизненный цикл турпродукта.		1
Практические занятия <i>-Обзор фирм в сфере туризма.</i> <i>-Анализ существующих турпродуктов ведущих ТО.</i> <i>-Анализ жизненного цикла турпродуктов ведущих ТО.</i>	6 ч. пр.р.	3	
Тема 2. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности.	<i>Содержание лекционного материала.</i>	4 ч.	
	1. Международные организации и документы, регулирующие туристские процессы.	лекции	2
	2. Российское законодательство, регламентирующее туристскую индустрию.		2
	Практические занятия <i>-Изучение документов, регулирующих туристские процессы в мире.</i>	4 ч. пр.р.	3

	<i>--Изучение документов, регулирующих туристские процессы в РФ.</i>			
Тема 3. Технология разработки туристского продукта.	<i>Содержание лекционного материала.</i>		12 ч. лекции й	
	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 <i>- Анализ турпродуктов Владимирской области по основному виду используемого транспортного средства.</i> <i>- Анализ турпродуктов Владимирской области по целям путешествия.</i> <i>- Анализ турпродуктов Владимирской области по продолжительности тура.</i> <i>- Анализ турпродуктов Владимирской области по географическим направлениям.</i> <i>- Анализ турпродуктов Владимирской области специфике комплектации турпродукта.</i>		10 ч. <i>пр.р.</i>	3
Рейтинг-контроль № 1			3	
Тема 4 Изучение и анализ туристских ресурсов для выбора туристской дестинации.	<i>Содержание лекционного материала.</i>		8 ч. лекции й	2
	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. <i>Изучение рекреационных возможностей РФ для создания турпродуктов различных дестинаций.</i>		5 ч. <i>пр.р.</i>	3
Тема 5. Виды и формы договорных отношений	<i>Содержание лекционного материала.</i>		8 ч. лекции	
	1	Виды и формы договорных отношений между турфирмой-оператором и		2

между турфирмой-оператором и партнерскими организациями.		средствами размещения	й	
	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. лекци й	
	1	Особенности оформления заграничных паспортов 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 туроператорской	Содержание		6 ч. лекци й	
	1	Финансовые гарантии туроператора.		2
	2	Медицинское страхование в туроператорской деятельности.		2

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.	<i>Содержание учебного материала</i>		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.	<i>Содержание учебного материала</i>		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

	<p>Практические занятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 экскурсионного тура различных типов, турпакета выбранного направления. 		8 ч. пр.р.	3
	Рейтинг-контроль № 1		-	
<p>Тема 3. Стратегическое планирование и реклама в системе маркетинговых коммуникаций.</p>	Содержание учебного материала		14 ч. лекций	
	1	Формирование стратегии организации ТБ и стратегии маркетинговых коммуникаций.		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		-	
	<p>Практические занятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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
<p>Тема 4. Методы маркетинговых исследований и прогнозов.</p>	Содержание учебного материала		14 ч. лекций	
	1	Маркетинговая информационная деятельность организаций туристской сферы.		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». - 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».		10 ч. пр.р.	3
	Рейтинг-контроль № 2		-	3
Тема 5. Управление работой маркетинговой службы в организациях туристской сферы.	Содержание учебного материала		4 ч.	
	1	Маркетинговая служба в работе туристской организации — ее структура, цели и значение.	лекции	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». - Рейтинги 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			28	3

выбору студента) на основании проработки конспектов занятий, учебной и специальной литературы, результатов практических работ, маркетинговых отчетов по предмету.			
МДК.03.03	Выставочные технологии в туризме	152	
Тема 1. Выставочная деятельность: ее сущность и особенности	<i>Содержание учебного материала</i>	10	
	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 <i>Анализ зарубежных выставочных площадок</i> <i>Характеристика российских выставочных площадок</i> <i>Терминология выставочной деятельности: экспоненты (анализ потребительского рынка региона)</i> <i>Тематический классификатор выставок (подготовка аннотации (на выбор студента) одного вида выставки)</i>	6	3	
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>	6	3	

	<i>Выставочные мероприятия в дореволюционной России: провинциальный опыт.</i> <i>Выставочные площадки в СССР: общая характеристика</i>			
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> <i>Анализ потенциальной аудитории (посетителей)</i> <i>Специфика работы с экспонентами</i> <i>Роль анкетирования при анализе итогов выставочной деятельности</i>		22	3
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 1. Маркетинговое исследование рынка туруслуг: а. - ознакомление с сайтами туроператоров;			108	

<ul style="list-style-type: none"> b. - изучение динамического листа предложений туроператоров; c. - выявление и анализ потребностей заказчиков и подбор оптимального туристского продукта; d. - маркетинг турпродуктов разных туроператоров по одинаковым дестинациям. 2. Информирование клиентов (туристов и турагентств) о турпродуктах. 3. Анализ рекламной политики туроператоров. 4. Расчёт стоимости турпродукта. 5. Формирование турпакета. 6. Оформление туристской документации и консультация потребителей по вопросам выданных документов на тур. 7. Взаимодействие с туроператорами по продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники. 		
Всего:	484	

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

Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие/Зайцева Н. А., 3-е изд.,

доп. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 368 с.:- (Профессиональное образование) ISBN 978-5-00091-141-9.

<http://znanium.com/bookread2.php?book=518080>

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.

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 «Туринфо»
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 рекомендаций с учетом разных категорий туристов	- отзывы туристов, специалистов от работодателя

	(возраст, социальная группа, статус и др.)	
	- 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 практического занятия 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	- экспертная оценка

	бюджета рекламной кампании	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:

КИТП ст. преподаватель Казурова О.А., Казурова
кафедра МИИК к.и.н., доцент Черничина В.А. Ч

Рецензент (эксперт):

ген. директор ООО "Федерация Туризма Владивостока"
Соловьева О.И. Соловьева