

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



А.А.Панфилов

« 01 » сентября 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03
«Предоставление туроператорских услуг»**

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

Владимир, 2021

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) среднего профессионального образования (далее – СПО) по специальности 43.02.10 «Туризм» (утверждённым приказом Министерства образования и науки РФ от 7.05.2014 г. № 474)

Кафедра-разработчик: «Туризм и сервис».

Рабочую программу составил: О.А. Казурова Казурова О.А., преподаватель КИТП

Рецензент

(представитель работодателя) генеральный директор ООО «Визарум-Сервис» О.А. Казурова
(место работы, должность, ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Туризм и сервис» протокол № 1 от «30» 08 2021 года

Заведующий кафедрой «Туризм и сервис» Л.Г. Гужова
(наименование кафедры) (подпись) Ф.И.О.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии по специальности 43.02.10 «Туризм» протокол № 1 от «30» 08 2021 года

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии КИТП ВлГУ протокол № 1 от «31» 08 2021 года
Директор КИТП ВлГУ Н.Е. Мишулина

ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Программа переутверждена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____
Заведующий кафедрой _____

Программа переутверждена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____
Заведующий кафедрой _____

Программа переутверждена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____
Заведующий кафедрой _____

Программа переутверждена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____
Заведующий кафедрой _____

СОДЕРЖАНИЕ

	СТР.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	18

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности «Предоставление туроператорских услуг» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование общих компетенций</i>
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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</i>
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.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> 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
-------------------------	--

	<p>продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя; - оказания визовой поддержки потребителю; - оформления документации строгой отчетности;
уметь	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя; - требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы

	<p>взаимодействия турагента и туроператора;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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
--	--

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов - 431

Из них на освоение МДК - 224

В том числе, самостоятельная работа - 117

на практики, в том числе:

- учебную - _____
- производственную - 90

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, ак. час.							Самостоятельная работа
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем				Практики			
			Всего	Обучение по МДК			Учебная	Производственная		
				Лабораторных и практических занятий	В том числе	Курсовых работ (проектов)				
1	2	3	4	5	6	7	8	9		
ПК 3.2, 3.3, 3.4 ОК -2, ОК -3, ОК -4, ОК -10	Раздел 1. Технологии и организация туроператорской деятельности	170	112	28	28	-	-	58		
ПК 3.1, 3.4 ОК -1, ОК -5, ОК -10	Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме	171	112	56	-	-	-	59		
ПК 3.1 – 3.4 ОК -6 - 9	Производственная практика (по профилю специальности)	90				-	90	-		
	Квалификационный экзамен	-				-				
	Всего:	431	224	84	28	-	90	117		

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ) «Предоставление туроператорских услуг»

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем в часах
1	2	3
Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности		170
МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности		112
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности	Содержание 1. Разновидности туроператорских фирм. Функции туроператоров (ТО). Этапы создания турпродукта. Жизненный цикл турпродукта.	8
Тема 1.2. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности.	Содержание 1. Международные организации и документы, регулирующие туристские процессы. 2. Российское законодательство, регламентирующее туристскую индустрию. В том числе, практических занятий и лабораторных работ	8
	1. Решение ситуационных задач при помощи Франкфуртской таблицы	2
	2. Анализ памяти туристу на соответствие действующей редакции ФЗ 132	2
Тема 1.3. Технология разработки туристского продукта.	Содержание 1. Особенности туристского продукта. 2. Классификация турпродукта по основному виду используемого транспортного средства, по целям путешествия, по продолжительности тура, по географическим направлениям, по специфике комплектации турпродукта. В том числе, практических занятий и лабораторных работ	18
		6

	<p>1. Анализ пакетных турпродуктов Владимирской области по основному виду используемого транспортного средства и по географическим направлениям</p> <p>2. Анализ турпродуктов Владимирской области по целям путешествия и по продолжительности тура</p> <p>3. Анализ турпродуктов Владимирской области специфике комплектации турпродукта.</p> <p>Рейтинг-контроль № 1</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>
<p>Тема 1.4. Изучение и анализ туристских ресурсов для выбора туристской дестинации.</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Понятие о туристских ресурсах.</p> <p>2. Использование природно-климатических ресурсов в создании турпродукта.</p> <p>3. Использование историко-культурных достопримечательностей в создании турпродукта.</p> <p>4. Использование инфраструктурных ресурсов для создания турпродукта.</p> <p>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</p> <p>1. Использование ресурсов в создании инклюзив-тура для клиента</p> <p>2. Использование ресурсов в создании активного тура для клиента</p> <p>3. Использование ресурсов в создании группового тура для клиента</p>	<p>14</p> <p>6</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>16</p>
<p>Тема 1.5. Виды и формы договорных отношений между турфирмой-оператором и партнерскими организациями.</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Виды и формы договорных отношений между турфирмой-оператором и средствами размещения</p> <p>2. Договорные отношения между турфирмой-оператором и транспортными организациями</p> <p>3. Взаимодействие туроператора с иными организациями, возникающее при формировании турпродукта</p> <p>4. Расчет стоимости тура</p> <p>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</p> <p>1. Изучение сайта ТО в части раздела «агентствам».</p> <p>2. Заключение договора ТО с туристом</p> <p>3. Заключение договора ТО с поставщиком услуг</p> <p>4. Расчет турпакета выбранного направления.</p>	<p>8</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>12</p>
<p>Тема 1.6. Туристские формальности.</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Особенности оформления заграничных паспортов гражданами Российской Федерации.</p> <p>2. Организация консульского обслуживания в процессе подготовки тура.</p> <p>3. Пограничные и таможенные формальности.</p>	

	<p align="center">В том числе, практических занятий и лабораторных работ</p> <p>1. Подготовка пакета документов для получения визы на примере одной из стран Шенгенского соглашения. Заполнение опросного листа на получение визы и заполнение оригинальной консульской анкеты на получение визы на примере одной из стран Шенгенского соглашения.</p>	2
<p>Тема 1.7. Организация страхования в туроператорской деятельности.</p>	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Финансовые гарантии туроператора. 2. Медицинское страхование в туроператорской деятельности. 3. Страхование от невозможности совершить туристскую поездку. <p>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение и заполнение документов, регулирующих страховые процессы в ТБ. 	2
		8
<p>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1</p> <p>- 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.</p>		58
<p>Курсовой проект (работа) выполнение курсового проекта (работы) является обязательным</p> <p>Тематика курсовых проектов (работ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Специфика разработки тура (событийного, пакетного, активного и др) по N-му району Владимирской области 2. Специфика использования туристского потенциала какой-либо страны для создания какого-либо тура для россиян 3. Влияние анимационных мероприятий на привлекательность событийных туров 4. Оценка потенциала Владимирской области для разработки каких-либо туров, посвященных какой-либо тематике 5. Влияние гостиничной инфраструктуры на имидж региона 6. Влияние международных спортивных мероприятий на формирование туристских маршрутов в регионе 7. Потенциал инфраструктуры аэропорта для создания инновационного тура 8. Специфика однодневного экскурсионного маршрута для туристов круизного лайнера 9. Оценка туристской привлекательности изучения жизни известных людей 10. Оценка туристского потенциала какой-либо страны 11. Использование инфраструктуры аквапарков для создания семейных туров <p>Роль рекреационных ресурсов в оздоровительном туризме</p>		28
	<p>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)</p>	28

Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой)		30
Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме		171
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме		112
Тема 2.1. Основные понятия в концепции маркетинга туризма.		8
Содержание		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие маркетинговой деятельности. 2. Сущность и основные понятия, используемые в маркетинге туризма. 3. Историческое развитие маркетинга туризма в мировой рыночной экономике. 4. Стратегии маркетинговой деятельности, ориентированные на рынок туристского бизнеса (ТБ). 		8
В том числе, практических занятий и лабораторных работ		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Дискуссия с постановкой проблем по теме «Эволюция маркетинговых стратегий в туристской деятельности в РФ» 2. Деловая игра «Определение статуса хоумленд для городов Владимирской области (по выбору студента)». 		2 6
Содержание		12
<ol style="list-style-type: none"> 1. Структура целей организации ТБ, ее миссия, планирование и стратегии. 2. Специфический товар ТБ. 3. Товарная политика. Покупательское поведение, сегментация рынка и позиционирование услуг. 4. Ценообразование. Сбытовая политика и организация реализации туристского продукта. 5. Конкуренция и конкурентоспособность. 		
В том числе, практических занятий и лабораторных работ		12
<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ договора между турагентом и туристом 2. Сравнительный анализ стандартного пакета документов на различные виды туров 3. Мониторинг потребности в отдыхе друзей и знакомых 4. Расчет полной стоимости стандартного турпакета выбранного направления 5. Расчет полной стоимости индивидуального тура выбранного направления 6. Расчет полной стоимости индивидуального экскурсионного тура выбранного направления. 		2 2 2 2 2 2
Содержание		10
Тема 2.3. Стратегическое		

<p>планирование и реклама в системе маркетинговых коммуникаций.</p>	<p>1. Формирование стратегии организации ТБ и стратегии маркетинговых коммуникаций. Реклама и виды рекламы. 2. Оценка и измерение эффективности рекламы. 3. Брендинг в современных стратегиях коммуникаций. 4. Имидж туристской компании и организационная культура.</p>	<p>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</p> <p>1. Рекламная политика ТОО-Интернет, печатные издания, e-mail рассылка. Создание агентской базы. 2. Анализ сайта ТОО в части раздела «агентствам», «клиентам», «партнерам». 3. Разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта. 4. Составить рекламный буклет «Пять причин, чтобы работать с нами...» (направление по выбору учащегося). 5. Разработать план инфотура по выбранному направлению учащимся.</p>	<p>10</p> <p>2 2 2 2 2</p>
<p>Тема 2.4. Методы маркетинговых исследований и прогнозов.</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Маркетинговая информационная деятельность организаций туристской сферы. Методы маркетинговых исследований. 2. Разработка выборочного плана и определение выборки для исследования. 3. Обработка и анализ маркетинговых данных. 4. Использование данных маркетингового исследования при создании турпродукта. 5. Использование данных маркетингового исследования при реализации турпродукта. 6. Использование данных маркетингового исследования при свертывании реализации турпродукта. 7. Алгоритм маркетингового исследования в системе онлайн 8. Стандартные приемы маркетинговых исследований. Сувенирная продукция.</p>	<p>16</p>	<p>16</p>
	<p>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</p>		<p>16</p>

	<p>1. Проведение маркетингового исследования «Способы привлечения посетителей в турфирму»</p> <p>2. Проведение маркетингового исследования «Выявление молодежных дестинаций во Владимирской области»</p> <p>3. Проведение маркетингового исследования «Результативность различных поисковых систем».</p> <p>4. Проведение маркетингового исследования «Выявление степени маркетинговой привлекательности для клиента при бронировании «напрямую» или через meet-компанию».</p>	<p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p>
<p>Тема 2.5. Управление работой маркетинговой службы в организациях туристской сферы.</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Маркетинговая служба в работе туристской организации — ее структура, цели и значение.</p> <p>2. Функции подразделений и сотрудников маркетинговой службы.</p> <p>3. Маркетинг и работа с кадрами.</p> <p>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</p> <p>1. Деловая игра «Рейтинг личных и профессиональных качеств менеджера маркетинговой службы Презентация турпродукта, разработанного студентом».</p>	<p>10</p> <p>10</p> <p>10</p>
<p>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2</p> <p>- 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.</p>		<p>59</p>
<p>Производственная практика по модулю ПМ. 03</p> <p>Виды работ</p> <p>1. Маркетинговое исследование рынка туроператоров</p> <p>а. - ознакомление с сайтами туроператоров</p> <p>б. - изучение динамического листа предложений заказчиков и подбор оптимального туристского продукта</p> <p>с. - выявление и анализ потребностей заказчиков и подбор оптимального туристского продукта</p> <p>д. - маркетинг турпродуктов разных туроператоров по одинаковым дестинациям</p> <p>2. Информирование клиентов (туристов и турагентов) о турпродуктах</p> <p>3. Анализ рекламной политики туроператоров</p> <p>4. Расчёт стоимости турпродукта</p> <p>5. Формирование турпакета</p>		<p>90</p>

<p>6. Оформление туристской документации и консультация потребителей по вопросам выданных документов на тур</p> <p>7. Взаимодействие с туроператорами по продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники</p>	<p>Квалификационный экзамен</p> <p>Список примерных вопросов:</p> <p>Раздел «Технология и организация туроператорской деятельности»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Туроператор и его основные функции. 2. Классификация и виды туроперейтинга. 3. Организационно-правовые формы и виды туристских предприятий. 4. Структура, уровни и формы туристского продукта. 5. Маркетинговые исследования туристского рынка. 6. Виды классов обслуживания туристов. 7. Разработка программы туристского обслуживания. 8. Договорная система при планировании тура. 9. Проектирование тура. 10. Договорные отношения между отправляющим и принимающим туроператорами. 11. Поставщики услуг в туристском бизнесе. 12. Методическое обеспечение туроператора (туристская документация). 13. Визовая поддержка в туристском бизнесе. 14. Цели и методы ценообразования в сфере услуг. 15. Расчет цены туристского продукта. 16. Методы продвижения туристского продукта. 17. Формирование сбытовой сети туроператора. 18. Туристская реклама в комплексе маркетинга туроператора. 19. Нерекламные методы продвижения туристского продукта. 20. Агентское соглашение в деятельности туроператора. 21. Каталоги туроператоров и методика работы с ними. 22. Выставочная деятельность в туроперейтинге. 23. Стратегия и менеджмент туристского обслуживания. 24. Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов. 25. Качество обслуживания туристов и способы его регулирования. 26. Турпродукт как результат деятельности туроператора. 27. Туристская документация. 28. Внешние факторы туроперейтинга.
---	--

<p>Раздел «Маркетинговые технологии в туризме</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг. Сущность и функции. Маркетинг в туризме. 2. Основные понятия маркетинговых технологий в туризме. 3. Сущность и задачи маркетинговых исследований на предприятии сферы туризма. 4. Система маркетинговой информации турпредприятия. 5. Маркетинговое исследование турпродукта. Жизненный цикл турпродукта. Позиционирование 6. Маркетинговое исследование конкурентов турпредприятия. 7. Сегментация рынка туруслуг. Понятие целевого рынка, рыночной ниши и рыночного окна. 8. Сущность и принципы планирования в маркетинге. Виды планирования. 9. Разработка программы маркетингового исследования. 10. Технология формирования нового турпродукта. Этапы разработки продукта-новинки. Конкурентоспособность продукта. 11. Программа маркетинга. Сущность, цели. 12. Комплекс маркетинга. Понятие стратегии маркетинга. 13. Технология управление товарной политикой. Маркетинговая продуктовая стратегия и её составляющие. 14. Технология управление ценовой политикой. Маркетинговая ценовая стратегия и её составляющие. 15. Технология управление стимулированием сбыта туристического продукта (услуг). Сбытовая стратегия и её составляющие. 16. Технология бренда в туризме. Ребрендинг. 17. Технология партизанского маркетинга в туризме. 18. Технология вирусного маркетинга в туризме. 19. Технология прямого маркетинга в туризме. 20. Технология кросс-маркетинга в туризме. 21. Маркетинговые интернет технологии в туризме. 22. Организация маркетинга на предприятии сферы туризма. Служба маркетинга и рекламы. 23. Технология маркетингового контроля на предприятии сферы туризма. 24. Международный маркетинг. Стратегии и принципы международного маркетинга. 	<p>Всего:</p> <p>431</p>
---	--

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «География туризма», оснащенный оборудованием: учебные посадочные места, доска, наглядные пособия, техническими средствами: компьютер с доступом в Интернет и лицензионными программами, телевизор.

Оснащенные базы практики, в соответствии с п 6.2.3 Примерной программы по специальности 43.02.10 «Туризм».

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение

3.2.1 Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС СПО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература			
1. Маркетинг туризма : учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — Москва : Финансовый университет, 2014. — 224 с. — ISBN 978-5-4365-0132-1.	2014	-	URL: https://e.lanbook.com/book/152023
2. Косолапов, А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности (для ссузов): учебное пособие / А. Б. Косолапов. — Москва: , 2014. — 296 с. — ISBN 978-5-406-03540-5.	2014	-	URL: https://e.lanbook.com/book/53300
3. Любавина, Н.Л. Технология и организация туроператорской деятельности [Текст]: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования / Н.Л. Любавина, Л.А. Кроленко, Т.А. Нечаева. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 288 с. ISBN 978-5-7695-8162-5	2013	-	URL: https://www.academia-moscow.ru/ftp_share/_books/fragments/fragment_23106.pdf
Дополнительная литература			
1. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08265-4.	2019	-	URL: https://urait.ru/bcode/424719
2. Дмитриев, М. Н. Экономика туристского рынка [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева, Е. Н. Малыгина. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 311 с. - ISBN 978-5-238-01855-3	2012	-	URL: https://znanium.com/catalog/product/396022
3. Сухов, Р. И. Организация туристской	2016	-	URL:

деятельности : учебник / Р. И. Сухов. — Ростов-на-Дону : ЮФУ, 2016. — 267 с. — ISBN 978-5-9275-2003-9.			https://e.lanbook.com/book/114498
4. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учебник: Ростов н/Д: Феникс, 2012.-332 с. ISBN: 978-5-222-18945-0	2012	-	URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20240678

3.2.2. Периодические издания

1. Молодежный научный вестник. – Башкортостан: ООО Вектор науки;
2. Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации. – НН.: НГПУ;
3. Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт;
4. Вестник Академии детско-юношеского туризма и краеведения. – М.: Радуга-ПРЕСС;
5. Вестник Рмат. – М.: Рмат;
6. Вестник Национальной академии туризма. – СПб.: Национальная академия туризма;
7. Муниципальное образование: инновации и эксперимент. – М.: ТИСО.

3.2.3. Интернет-ресурсы

1. Российский союз туристической индустрии: www.rostourunion.ru;
2. Профессиональный портал TourDom.ru: www.tourdom.ru;
3. Официальный сайт газеты «Турифо»: www.tourinfo.ru;
4. Выставки России, СНГ и Мира: <http://www.exponet.ru>;
5. Тематический сайт РБК о туризме: <http://www.turist.rbc.ru>;
6. Сайт «Экспоцентр»: www.exposentr.ru;
7. Всероссийский Выставочный Центр: www.vvcenter.ru;
8. Международный союз ярмарок (UFI): www.ufinet.org.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка 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 (возраст, социальная группа, статус и др.)	- отзывы туристов, специалистов от работодателя
	- соответствие предоставляемой потребителю информации согласно требованиям	- экспертная оценка

	российского законодательства	
	- 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 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 - рейтинг-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	- наблюдение во время

	документов, необходимых для осуществления турпоездки, в соответствии с нормативными требованиями	практического занятия, - тестирование рейтинг-контроль 2
	- участие в разработке памятки для туриста	- экспертная оценка выполнения практического задания
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.);
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	- при выполнении работ на рейтинг-контроле; - при выполнении работ на различных этапах учебной практики;
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- анализ профессиональных ситуаций; - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач	- 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.	- квалификационный экзамен
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.	

<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<p>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</p>	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий</p>	<p>- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий</p>	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<p>- 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</p>	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<p>- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности; - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.</p>	

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
в рабочую программу профессионального модуля
Предоставление туроператорских услуг

программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 «Туризм»

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Зав. кафедрой _____ / _____