

Министерство просвещения Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Набережночелнинский государственный педагогический университет»
(ФГБОУ ВО «НГПУ»)

Кафедра географии и методики ее преподавания



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР

Гайфутдинов А.М.

2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

профессионального модуля

ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

МДК.03.01 ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МДК.03.02 МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

УП.03.01 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

ПП.03.01 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Специальность

43.02.10 Туризм

Квалификация базовой подготовки

Специалист по туризму

Форма обучения

очная

Набережные Челны, 2020

**Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03. Предоставление
туроператорских услуг**

Рабочая программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 43.02.10. Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 07 мая 2014 г. № 474.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры географии и МП
Протокол от 29 апреля 2020 г. №9

Заведующий кафедрой

М.Х. Ахметова



Разработчик:

А.А. Миронова, преподаватель



Рецензенты:

Тазиева Д.А., директор ООО ТК «Салам»



Набиуллина Л.Г., директор ООО Агентство «Конфетти»



СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	19

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее – программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10. Туризм 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.

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

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

иметь практический опыт:

проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;

планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета;

предоставления сопутствующих услуг;

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

взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;

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

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

уметь:

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

проводить анализ деятельности других туркомпаний;

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

обрабатывать информацию и анализировать результаты;

налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;

работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;

работать с информационными и справочными материалами;

составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;

составлять турпакеты с использованием иностранного языка;

оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;

оформлять страховые полисы;

вести документооборот с использованием информационных технологий;

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

рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;

работать с агентскими договорами;

использовать каталоги и ценовые приложения;

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

работать с заявками на бронирование 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 турпоездов;

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

Всего (с учетом практик) – 414 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 270 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 180 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 90 часов;

учебной и производственной практик – 144 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Управление функциональным подразделением, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование компетенции
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 команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Таблица 1

Коды профессио- нальных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов <i>(макс. учебная нагрузка и практики)</i>	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			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 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	180	120	40		60			
	МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме	90	60	40		30			
	УП 03.01 Учебная практика	72						72	
	ПП 03.01 Производственная практика (по профилю специальности)	72							72
	Всего:	414	100	80		90		72	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Таблица 2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности		180	
Тема 1.1. Основы Туроператорской деятельности	Содержание	20	
	1. Факторы развития туризма. Экономические факторы. Культурные факторы. Научно-технический прогресс. Международные факторы.	2	2
	2. Классификация туризма. Основные виды и подвиды туризма по направлению поездок, по целям. Основные регионы туризма. Въездной туризм. Выездной туризм. Внутренний туризм. Классификация туризма по целям отдыха. Виды рекреационной деятельности.	2 2 2	
	3. Классификация туристских путешествий: по характеру отдыха и его организации. Классификация по продолжительности путешествия. Классификация по удаленности от места постоянного проживания. Классификация по численности группы. Классификация по возрастным особенностям. Классификация по месту ночлега.	2 2	
	4. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туроператорской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России. Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста	2 2 2 2	
	Лабораторные работы	14	
	Работа со статистическими источниками, характеризующими различные показатели развития туризма	4	
	Работа с печатными источниками и электронными носителями информации (анализ показателей развития различных видов туризма)	4 2	
	Подготовка материалов, характеризующих географическую локализацию различных видов туризма	4	
	Анализ профиля туроператоров. Презентации докладов на тему «Многообразие классификаций видов туризма»		
Тема 1.2. Организационно-правовые основы работы туристских предприятий	Содержание	20	
	1. Введение в организационно-правовые основы работы туристских предприятий. Туристский продукт. Туристская индустрия. Туристская деятельность. Туристские ресурсы.	2 4	2

	2.	Органы управления туризмом. Федеральные законы. Основы стандартизации в туризме.	2 4	
	3.	Туроператор как хозяйствующий субъект. Миссия и цели деятельности туроператора.	2 2	
	4.	Организационно-правовые основы взаимодействия туроператора с поставщиками услуг в туризме. Договорные отношения. Основные схемы взаимодействия. Виды договоров.	2 2	
	Лабораторные работы		16	
	Организационно-правовые основы работы туристских предприятий Основные положения нормативно-правовых актов в туризме Визитная карточка туроператора Формы договоров туроператора с поставщиками услуг в туризме. Изучение технологии оформления договоров. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру. Разбор ситуаций предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором.		2	
			2	
			4	
			2	
			2	
			2	
Тема 1.3. Технология разработки маршрутов и формирования турпродуктов	Содержание		26	
	1.	Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации. Свойства и цели турпродукта. Выбор базовых услуг и турпродуктов. Выбор схемы работы в дестинации. Планирование и составление программы туристских поездок. Основные и дополнительные услуги. Составление программ основных услуг. Составление программ экскурсионных и дополнительных услуг.	4 2 2 2	2
	2.	Бронирование по программе туристского путешествия. Бронирование билетов, бронирование мест в гостинице, бронирование других услуг. Методика расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Методика расчета себестоимости турпакета и определение цены турпродукта. Правила бронирования туруслуг.	4 2 2 2	
	3.	Оформление туристской документации. Визовое обеспечение туристов. Информационное обеспечение туристов	2 2 2	
	4.	Технология разработки туристских программ в различных видах туризма	4	
	Лабораторные работы		4	
	Анализ ресурсов выбранной дестинации. Определение базовых услуг по заданным показателям. Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов. Расчет необходимого количества мест в средствах размещения. Применение основных правил и методики составления программ турпродуктов. Применение приемов калькуляции турпродуктов. Разработка и информационного обеспечения программ туристских поездок.		2	
			2	

Тема 1.4. Оптимизация представления туруслуг	Содержание		8	
	1	Практика делового общения и переписки. Формирование коммуникативных навыков. Понятие корпоративной культуры. Профессиональная этика работников туроператорской компании	2	
	2	Работа с информационно-справочными материалами. Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. Использование каталогов и ценовых предложений	2	
	3	Решение проблем с помощью правового регулирования. Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме.	2	
	4	Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения. Предоставление сопутствующих услуг	2	
	Лабораторные работы		4	
	Практика делового общения. Правила проведения семинаров и вебинаров. Мониторинг предложений туроператоров. Анализ систем бронирований туроператоров. Ответственность ТО перед туристом. Выявление в СМИ и анализ предоставления некачественных услуг в соответствии с законодательством РФ. Анализ деятельности принимающих компаний (DMC) в России и за рубежом.		2 2	
Тема 1.5. Методы и формы продвижения и реализации турпродукта	Содержание		6	
	1	Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта	2	2
	2	Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров	4	
	Лабораторные работы		2	
	Применение методики создания агентской сети туроператора		2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 1 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к лабораторным занятиям, оформление лабораторных работ, отчетов и подготовка к защите. Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров. Выявление в СМИ, электронных изданиях и анализ предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором в соответствии с законодательством РФ. Ответственность ТО перед туристом. Характеристика отельного бренда. Анализ транспортного обслуживания в пакетных и индивидуальных турах. Составление программы экскурсионного обслуживания по маршруту в России для зарубежных туристов. Составление программы экскурсионного обслуживания в России и за рубежом для российских туристов. Особенности страхования туристов. Визовое сопровождение туристов. Разработка программы туристского обслуживания. Изучение правил заполнения форм документации по бронированию.			60	

Способы обработки статистических данных Методы работы с базами данных Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорт Планирование программ турпоездов Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями Способы устранения проблем, возникающих во время тура Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров Методика организации рекламных туров Правила расчетов с турагентами и методика их поощрения Техники эффективного делового общения, протокол и этикет Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами Анализ рекреационных потребностей потребителя Инновационные методы изучения и анализа запросов потребителя Анализ рынка турпродуктов внутреннего туризма РФ Анализ рынка турпродуктов выездного туризма РФ Анализ деятельности крупнейших туроператоров в РФ Анализ рынка структуры турпродуктов внутреннего туризма (различных видов туризма) Анализ рынка структуры турпродуктов выездного туризма (различных видов туризма) Ознакомление с условиями договоров на реализацию турпродукта Визовые формальности в различных странах Ознакомление с перечнем документов, необходимых для получения въездных туристских виз в различные страны мира Ознакомление со спецификой различных систем бронирования			
МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме		90	
Тема 2.1. Понятие и роль маркетинга в туризме	Содержание	8	
	1. Сущность и особенность маркетинга в туризме. Специфика и комплексный характер туристского маркетинга. Маркетинговые мероприятия. Маркетинговая деятельность. Туристский спрос, его особенности и прогнозирование.	2 2	2
	2. Виды и цели маркетинговых исследований в туризме. Этапы проведения маркетинга. Источники информации. Сегментация туристских рынков.	2	
	3. Прогнозирование спроса на туристские услуги.	2	
	Лабораторные работы	16	
	1. Маркетинговые исследования в туризме	2	
	2. Применение несложных приемов маркетинговых исследований в туризме.	2	

	3	Инновационные маркетинговые технологии в туризме. Проблемы разработки новых турпродуктов и этапы	2	
	4	выхода на рынок. Реклама как форма коммуникации в туризме. Изменение отношения потребителя к турпродукту (по выбору). Исследование конкурентоспособности турпродукта (по выбору). Международные ярмарки - инструмент маркетинга в туристической индустрии. Установление маркетинговых коммуникаций в сфере сбыта турпродукта. Сегментация туристского рынка.	2	
		Анализ поведения покупателей на туристском рынке. Изучение и прогнозирование туристского спроса.	2	
		Оценка и анализ цикличности и сезонности рынка. Изучение жизненного цикла туристских услуг.	2	
Тема 2.2. Технология продвижения туристского продукта	Содержание		6	
	1.	Продвижение продуктов в туризме. Рекламная кампания. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Выставочная деятельность. Продвижение через Интернет. Технологии. Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов.	2	2
	2	Направления стимулирования сбыта в туризме. Стимулирование торговых посредников. Стимулирование клиентов.	2	
			2	
	Лабораторные работы		12	
	1.	Анализ примеров маркетинговых мероприятий в туризме. Связи с общественностью в туризме. Роль торговой марки в продвижении туристских услуг. Формирование продуктово-рыночной стратегии. Формирование ассортиментной политики туристического предприятия. Новые туристские продукты, особенности их внедрения на рынке. Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия, особенности ценообразования в туристском бизнесе	2	
Тема 2.3. План маркетинга туроператорской компании			2	
	Содержание		6	
	1.	Анализ текущей маркетинговой ситуации. Определение цели продвижения турпродуктов. Выбор целевого сегмента.	2	2
	2.	Планирование маркетинговых мероприятий. Планирование рекламы. Поддержка продаж. Связи с общественностью. Оценка эффективности и контроль	2	
			2	
	Лабораторные работы		12	
	1	Составление плана продвижения турпродуктов на примере туроператорской компании. Исследование маркетинговой среды туристского предприятия. Формирование ценовой политики туристского предприятия. Информационные технологии маркетинга в туризме. Развитие технологий интернет-маркетинга как способ продвижения и сбыта туруслуг. Интеграционные процессы в туристской индустрии.	2	
			2	
			2	
			2	
			2	
			2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 2			30	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.				

Подготовка к лабораторным занятиям, оформление лабораторных работ, отчетов и подготовка к защите.		
<p>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинговые исследования международных туристских организаций. 2. Маркетинговые исследования российских туробъединений в области туризма. 3. Российская туристическая статистика как основа маркетинговых исследований. 4. Особенности маркетинговых исследований европейских стран. 5. Инновационный маркетинг. 6. Маркетинговые мероприятия в туроператорской фирме. 7. Маркетинговые мероприятия в турагентской фирме. 8. Маркетинговые мероприятия в фирме, занимающейся реализацией экскурсионных услуг. 9. Маркетинг гостиничного предприятия. 10. Маркетинг транспортной компании. 11. Особенности формирования рынка туристских услуг. Туристский продукт – основные характеристики, состав. Рынок потребителей. Рынок конкурентов. 12. Торговые взаимоотношения туроператоров и турагентов 13. Франчайзинг. 14. Этапы совершения покупки. 15. Современный опыт применения и использования инструментов влияния на покупательскую активность туруслуг. 16. Клиентоориентированность как основа технологий продаж туристских услуг. Алгоритмы первого посещения. <p>Продажи на выставках. Продажи через Интернет. Продажи по телефону.</p>		
<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ: проведение маркетинговых исследований для учебной турфирмы с применением соответствующих технологий; обработка статистических данных; создание базы данных по туристским продуктам с использованием информационно-коммуникационных средств; прогнозирование спроса на туристские услуги; ознакомление с методами работы базы данных; ознакомление с методикой работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местами и видами размещения и питания и т.д.; планирование программ турпоездов по заявке потребителя, составление программ тура и турпакета, расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура на основе заявки от потребителя туруслуг; определение цены турпродукта; ознакомление с визовыми формальностями различных стран; ознакомление с перечнем документов, необходимых для получения въездных туристских виз в различные страны мира; ознакомление с правилами оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными страховыми компаниями; ознакомление со спецификой различных систем бронирования; ознакомление с основными формами работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; создание рекламы в рамках учебной турфирмы; проведение презентаций.</p>	72	
<p>Производственная практика (по профилю специальности)</p> <p>Виды работ: знакомство с маркетинговыми исследованиями турпредприятий; обработка статистических данных; создание базы данных по туристским продуктам с использованием информационно-коммуникационных средств; ознакомление с прогнозированием спроса на туристские услуги; ознакомление с методами работы базы данных; ознакомление с методикой работы</p>	72	

со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местами и видами размещения и питания и т.д.; участие в планировании программ турпоездок по заявке потребителя, участие в составлении программ тура и турпакета, участие в расчете себестоимости услуг, включенных в состав тура на основе заявки от потребителя туруслуг; участие в определении цены турпродукта; ознакомление с визовыми формальностями различных стран; ознакомление с перечнем документов, необходимых для получения въездных туристских виз в различные страны мира; ознакомление с документами консульских учреждений, государственных страховых компаний; ознакомление со спецификой различных систем бронирования; ознакомление с основными формами работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; ознакомление с рекламной деятельностью турпредприятия; проведение презентаций.		
Всего	414	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

При возникновении особых обстоятельств освоение профессионального модуля осуществляется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля осуществляется в учебном кабинете турагентской и туроператорской деятельности №405 (423806, Республика Татарстан (Татарстан), г. Набережные Челны, пер. Железнодорожников, д. 9А), в кабинете географии туризма №414 (423806, Республика Татарстан (Татарстан), г. Набережные Челны, пер. Железнодорожников, д. 9А), учебном (тренинговом) офисе №408 (423806, Республика Татарстан (Татарстан), г. Набережные Челны, пер. Железнодорожников, д. 9А), читальном зале с выходом в сеть Интернет №103, (423806, Республика Татарстан (Татарстан), г. Набережные Челны, пер. Железнодорожников, д. 9А).

1) Кабинет турагентской и туроператорской деятельности №405

Оснащенность: учебная мебель, компьютер, проектор, экран, доска, учебно-наглядные пособия.

Лицензионное программное обеспечение:

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Band T: 250-499 Node 1 year Educational Renewal License: Договор № 2020.2987 от 21.02.2020,

Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise : ДОГОВОР №2020.13967 от 27 июля 2020,

Office 365 ProPlus Open for Students ShrdSvr ALNG Subscriptions VL OLVS NL 1Month AcademicEdition Stdnt STUUseBnft : ДОГОВОР №2020.13967 от 27 июля 2020.

2) Кабинет географии туризма №414

Оснащенность: учебная мебель, компьютеры, проектор, интерактивная доска, доска, учебно-наглядные пособия

Лицензионное программное обеспечение:

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Band T: 250-499 Node 1 year Educational Renewal License: Договор № 2020.2987 от 21.02.2020,

Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise : ДОГОВОР № 2020.13967 от «27» июля 2020,

Office 365 ProPlus Open for Students ShrdSvr ALNG Subscriptions VL OLVS NL 1Month AcademicEdition Stdnt STUUseBnft :ДОГОВОР № 2020.13967 от «27» июля 2020.

3) Учебный (тренинговый) офис №408

Оснащенность: учебная мебель, компьютер, принтер, учебно-наглядные пособия.

Лицензионное программное обеспечение:

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Band T: 250-499 Node 1 year Educational Renewal License: Договор № 2020.2987 от 21.02.2020,

Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise: ДОГОВОР № 2020.13967 от 27 июля 2020,

Office 365 ProPlus Open for Students ShrdSvr ALNG Subscriptions VL OLVS NL 1Month AcademicEdition Stdnt STUUseBnft: ДОГОВОР № 2020.13967 от «27» июля 2020

4) Читальный зал с выходом в сеть Интернет №103

Оснащенность: учебная мебель, стеллажи, стол, компьютеры, учебная литература.

Лицензионное программное обеспечение:

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Band T: 250-499 Node 1 year Educational Renewal License: Договор № 2020.2987 от 21.02.2020,

Desktop Education ALNG LicSAPk OLVS E 1Y AcademicEdition Enterprise : ДОГОВОР № 2020.13967 от «27» июля 2020,

Office 365 ProPlus Open for Students ShrdSvr ALNG Subscriptions VL OLVS NL 1Month AcademicEdition Stdnt STUUseBnft :ДОГОВОР № 2020.13967 от «27» июля 2020.

Производственная практика (по профилю специальности) проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Реализация рабочих программ практик осуществляется в организациях, оборудованных и оснащенных в соответствии с требованиями ФГОС.

4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение модуля

Основная учебная литература

1. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10544-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456726>

2. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 472 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13683-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466298>

3. Золотовский, В. А. Правовое регулирование туристской деятельности : учебник для среднего профессионального образования / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 247 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9854-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453388>

4. Скобельцына, А. С. Технология и организация информационно-экскурсионной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09061-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441923>

Дополнительная учебная литература

1. Веткин, В. А. Технология создания массового турпродукта : учебно-метод. пособие / В. А. Веткин, Е. В. Винтайкина. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Русайнс, 2016. — 248 с.

2. Лисевич, А. В. Маркетинговые технологии в туризме : учебное пособие для СПО / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова, М. А. Джала. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 68 с. — ISBN 978-5-4488-0371-0, 978-5-4486-0902-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86302.html>

3. Чудновский, А. Д. Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии : учебное пособие / А. Д. Чудновский и др. — Москва : КНОРУС, 2016. — 478 с.

4. Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 205 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07372-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. —

URL: <https://urait.ru/bcode/441845>

5. Экономика и организация туризма : международный туризм : учебное пособие / под редакцией И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчёвой. - 4-е изд., испр. и доп. - Москва : КНОРУС, 2016. - 566 с.

Официальные издания

1. Кирилловых, А. А. Комментарий к федеральному закону "Об образовании в Российской Федерации" №273-ФЗ (постатейный) / А. А. Кирилловых. — 2-е изд. — Москва : Книжный мир, 2014. — 352 с. — Текст : непосредственный.

2. Комментарий к Закону Российской Федерации от 07.02.1992 г. № 2300-I «О защите прав потребителей» (2-е издание переработанное и дополненное) / Н. А. Агешкина, Е. А. Богатырева, Ю. Н. Вахрушева, М. А. Шевченко ; под редакцией Д. В. Ширипова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2014. — 309 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/27481.html>

3. Международный туризм : правовые акты / составители Н. И. Волошин, М. В. Михайлов. — Москва : Российская международная академия туризма, Логос, 2014. — 576 с. — ISBN 978-5-98704-641-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51866.html>

4. Трудовой кодекс Российской Федерации. — Электронно-библиотечная система IPRbooks, 2016. — 226 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/1251.html>

5. Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" : № 273-ФЗ : включает все изменения до 6 марта 2019 г. — Москва : Проспект, 2019. — 192 с. — ISBN 978-5-392-30047-1. — Текст : непосредственный.

Справочно-библиографические издания

1. Географический энциклопедический словарь : географические названия / главный редактор В.М. Котляков. — 3-е изд., доп. — Москва : Большая Российская энциклопедия, 2003. — 903 с. : карт. — ISBN 5-85270-216-1. — Текст : непосредственный.

2. Мошняга, Е. В. Глоссарий туристских терминов : словарь англо-русских и русско-английских соответствий / Е. В. Мошняга. — 2-е изд. — Химки : Российская международная академия туризма, 2019. — 457 с. — ISBN 978-5-905783-26-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85888.html>

3. Рябова, И. А. Словарь международных туристских терминов (русско-английско-французско-немецкий) / И. А. Рябова, Д. К. Исмаев, С. Н. Путилина. — Москва : Книгодел, МАТТР, 2005. — 466 с. — ISBN 5-9659-0006-6, 5-9630-0003-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/3785.html>

Периодические издания

1. Вестник Академии детско-юношеского туризма и краеведения : научно-методический журнал / учредитель : МОО "Международная академия детско-юношеского туризма и краеведения им. А. А. Остапца-Свешникова; коллектив авторов. — Москва : МОО "Международная академия детско-юношеского туризма и краеведения им. А. А. Остапца-Свешникова, 2018. — 4 выпуска в год. — ISSN 2220-3427. — открытый доступ на платформе eLIBRARY с 2015-2018. — Текст : электронный // Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [сайт]. — URL: https://www.elibrary.ru/title_about.asp?id=51386. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Вестник образования в России : сборник приказов и официальных документов сферы образования : справочноинформационный журнал / главный редактор Ю. И. Глазков

.— Москва : Про-Пресс. — издается с 1803 года. — 24 выпуска в год. — Текст : непосредственный.

3. География в школе : теоретический и научно-методический журнал / учредитель : ООО "Школьная пресса"; главный редактор М. В. Рыжаков .— Москва : ООО "Школьная пресса", 2015 - Включен в перечень РИНЦ ; ВАК. — издается с 1934 года. — 8 выпусков в год .— ISSN 0016-7207. — Текст : электронный // Базы данных East View [сайт] — URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/91146/udb/12>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

4. География и туризм : научно-практический журнал / учредитель : ФГБОУ ВО ПГНИУ; главный редактор А. И. Зырянов .— Пермь : ФГБОУ ВО ПГНИУ, 2018 — Включен в перечень РИНЦ .— издается с 2018 года .— ISSN 3618-7000. — открытый доступ на платформе eLIBRARY с 2018-2019. — Текст : электронный // Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [сайт]. — URL: https://elibrary.ru/title_about.asp?id=68278. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. География. Первое сентября : методический журнал для учителей географии / учредитель : ООО ИД "Первое сентября"; главный редактор А. Митрофанов .— Москва : ООО ИД "Первое сентября", 2015 — издается с 1992 года, не издается с 2017 года .— 12 выпусков в год . — Текст : непосредственный.

6. Наука и жизнь : ежемесячный научно-популярный журнал / учредитель : редакция журнала "Наука и жизнь"; главный редактор Е. Л. Лозовская .— Москва : Редакция журнала "наука и жизнь", 2015 — издается с 1890 года .— 12 выпусков в год .— ISSN 0028-1263. — Текст : электронный // Базы данных East View [сайт]. — URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/8287/udb/12>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7. Татарстан : общественно-политический журнал / учредитель : АО "ТАТМЕДИА"; главный редактор Т. Н. Вафина .— Казань : АО "ТАТМЕДИА", 2015 — издается с 1920 года. — ISSN 0130-2418. — Текст : непосредственный.

8. Турбизнес : информационно-аналитический журнал / главный редактор Е. Борисова .— Москва : ООО "Турбизнес". 2015. — 14 выпусков в год . — Текст : непосредственный.

Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет

1. База данных портала Polpred.com Обзор СМИ - Режим доступа: <https://polpred.com/news>

2. Информационная правовая система Гарант. - Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. - Режим доступа: <https://elibrary.ru>

4. Ресурсы East View (ИБИС) - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/login>

5. Электронная библиотечная система «Юрайт». - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>

6. Электронно-библиотечная система (ЭБС) IPRbooks. - Режим доступа: www.iprbookshop.ru

7. Электронный каталог библиотеки НГПУ. - Режим доступа: <http://bibl.ngpi.net:81/cgi-bin/zgate.exe?init+test.xml,simple.xml+rus>

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Промежуточная аттестация по МДК 03.01, МДК 03.02 – комплексный экзамен (5 семестр).

Аттестация по учебной практике – дифференцированный зачет.

Аттестация по производственной практике (по профилю специальности) – дифференцированный зачет с учетом аттестационного листа специалиста организации-работодателя о прохождении производственной практики.

Промежуточная аттестация по профессиональному модулю – экзамен по модулю.

Условием допуска к экзамену по модулю является положительная аттестация по МДК 03.01, МДК 03.02, учебной и производственной практике (по профилю специальности).

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю входит в состав рабочей программы профессионального модуля, представлен отдельным документом.

Таблица 3

Освоенные компетенции (ОК и ПК)	Результаты обучения (умения, знания, практический опыт)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 1 – ОК 9 ПК 3.1 – ПК 3.4.	<p>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;</p> <p>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</p>	<p>Демонстрация интереса к будущей профессии. Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности. Обоснованность выбора и применение методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности, бронирования; демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач. Демонстрация способностей принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование. Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности. Взаимодействие с</p>	<p>Текущий контроль успеваемости: практические задания, реферат</p> <p>Отчетная документация по практике</p> <p>Промежуточная аттестация: дифф. зачет, экзамен, экзамен по модулю</p>

	<p>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;</p> <p>знать:</p> <p>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.</p>	<p>обучающимися, преподавателями в ходе обучения. Проявлении ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий. Умение ставить цели и определять порядок их осуществления. Обобщать и выполнять анализ полученных результатов. Проявление активности, инициативности в процессе освоения профессиональной деятельности путем развития самостоятельности, самообразования. Осознание необходимости планирования повышения квалификации. Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении дисциплин. Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности. Оформление отчетно-планирующей документации. Демонстрация навыков проведения маркетинговых исследований рынка туристских услуг. Демонстрация навыков формирования востребованного туристского продукта. Демонстрация навыков расчета стоимости турпродукта изложение содержания и последовательности технологии взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению турпродукта; демонстрация навыков составления обоснованного плана продвижения туристских продуктов на рынок</p>	
--	--	---	--