

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«КУБАНСКИЙ ИНСТИТУТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»
(АНПО «КУБАНСКИЙ ИПО»)**

ОТДЕЛЕНИЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

профессионального модуля

ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

по специальности

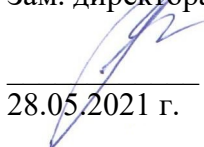
43.02.10 Туризм

базовая подготовка

Краснодар, 2021

СОГЛАСОВАНО

Зам. директора по КОД и МР


/ Т.В. Першакова
28.05.2021 г.**ОДОБРЕНО**Педагогическим советом
Протокол №6 от 28.05.2021 г.**РАССМОТРЕНО**

на заседании УМО

«Сервис, гостиничное дело и туризм»

Протокол №5 от 25.05.2021 г.

Председатель  / О.Н. Грошева**УТВЕРЖДАЮ**

Директор АНПОО «Кубанский ИПО»


О.Л. Шутов
Приказ №53-О от 28.05.2021 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Предоставление турагентских услуг предназначена для реализации основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена. Разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 07.05.2014 № 474, зарегистрированного Министерством Юстиции России 19.06.2014 № 32806), входящей в состав укрупненной группы специальностей 43.00.00 Сервис и туризм. С учетом WorldSkillsRussia (WSR) по компетенции R9 Tourism (Туризм).

Организация - разработчик: АНПОО «Кубанский ИПО»**Разработчик:**

Кучмасова А.А., преподаватель АНПОО «Кубанский ИПО»

Рецензенты:1. Грошева О.Н. – преподаватель, АНПОО «Кубанский ИПО»
Квалификация по диплому: специалист по сервису и туризму

2. Мигунова О.М. – генеральный директор, тур оператор ООО «Галерея путешествий»

Квалификация по диплому: менеджер

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	27
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	31

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – программа) является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Предоставление турагентских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
- ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.
- ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
- ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
- ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
- ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
- ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.

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

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

иметь практический опыт:

- 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;
- *осуществлять первичное консультирование клиентов / туристских организаций по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому и политическому устройству стран и др. для подбора туристского продукта / туристских услуг согласно запросу;*
- *принимать жалобы и претензии к качеству туристского продукта/туристских услуг или иным условиям заключенных договоров от клиентов;*
- *анализировать спрос на туристские услуги;*
- *использовать информационные и коммуникативные технологии для продвижения турпродукта;*
- *планировать и разрабатывать стандарты работы туристской организации;*
- *определять видение компании и ее миссию;*
- *работать с большим объемом информации в условиях многозадачности;*
- *вести отчетность по забронированным заявкам;*
- *вести деловую переписку;*
- *предоставлять необходимую информацию по вопросам визового и безвизового въезда на территорию государств.*

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;

- теорию межличностного общения;

- основы психологии;

- классические и инновационные технологии продаж и продвижения турпродукта;

- правила ведения телефонных переговоров;

- принципы управления общественным мнением для обеспечения эффективного– продвижения туристского продукта;

- принципы построения организационной структуры компании;

- основы организации деятельности турфирмы;

- ассортимент туристско-экскурсионных услуг туристской организации;

- правила делового этикета;

- различные курорты по странам, их отличие и особенности.

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 540 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 360 часов, включая:

в том числе на практическую подготовку – 236 часов

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 236 часов, *в том числе вариативная часть – 108 часов*

самостоятельной работы обучающегося – 124 часа, *в том числе вариативная часть – 32 часа;*

учебной и производственной практики – 180 часов.

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК 1.2.	Информировать потребителя о туристских продуктах.
ПК 1.3.	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК 1.4.	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
ПК 1.5.	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
ПК 1.6.	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
ПК 1.7.	Оформлять документы строгой отчетности.
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.
ЛР 13	Выполняющий профессиональные навыки в сфере туризма
ЛР 14	Выполняющий профессиональные навыки в сфере туризма с учетом специфики субъекта Российской Федерации
ЛР-КК-1 ЛР-КК-2	Признающий ценность непрерывного образования, ориентирующийся в изменяющемся рынке труда, избегающий безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием; рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности. Экономически активный, предприимчивый, готовый к самозанятости

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика			
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, часов		Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 1.1. – ПК 1.4.	Раздел 1. Стимулирование продаж и система продвижения турпродукта МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта		92	46		50				
ПК 1.4. – ПК 1.7.	Раздел 2. Организация турагентской деятельности МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности		144	60	20	74		36		
ПК 1.1. – ПК 1.7.	Производственная практика (по профилю специальности), часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)									144
	Всего:	540	236	106	20	124		36		144

Тематический план ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

Наименование разделов и тем	Макс. учеб. нагрузка студ-та (час)	Самост. работа студента (час)	Количество аудиторных часов			
			Всего	В том числе на практическую подготовку	теоретич. обучение	практич. (семинарские) занятия
Раздел 1. Стимулирование продаж и система продвижения турпродукта.	142	50	92	92	46	46
Тема 1.1. Организация работы отдела продаж и отдела рекламы и продвижения турпродукта в турфирме.	34	12	22	22	6	16
Тема 1.2. Методические аспекты технологии продаж турпродукта.	58	20	38	38	26	12
Тема 1.3. Технологии продвижения турпродукта.	50	18	32	32	14	18
Раздел 2. Организация турагентской деятельности.	218	74	124	124	64	60
Тема 2.1. Сущность и содержание турагентской деятельности.	26	8	14	14	10	4
Тема 2.2. Правовое регулирование турагентской деятельности.	32	12	20	20	14	6
Тема 2.3. Организация работы турагентства с туроператором.	76	22	54	54	28	26
Тема 2.4. Организация работы турагентства с клиентом.	38	26	12	12	6	6
Тема 2.5. Туристские формальности.	30	6	24	24	6	18
Курсовое проектирование	20		20	20		
Всего	360	124	236	236	110	106

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Стимулирование продаж и система продвижения турпродукта.		142	
МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта		142	
Тема 1.1. Организация работы отдела продаж и отдела рекламы и продвижения турпродукта в турфирме.	Содержание	22*	
	1. Понятие и виды турпродукта. Особенности турпродукта, характеризующие специфику его продаж. Специфические особенности туристского продукта. Требования к турпродукту и туристской услуге.	2	2
	2. Информационное обеспечение клиента как основа содействия правильного потребительского выбора. Требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта. Сведения о туристском продукте. Данные о туроператоре. Документы, входящие в «Уголок потребителя»: «Книга жалоб и предложений», Правила оказания услуг по реализации туристского продукта, ФЗ РФ «О защите прав потребителей», Памятка Роспотребнадзора для выезжающих за рубеж, Памятка для выезжающих за рубеж (рекомендации МИД), Закон «Об основах туристской деятельности в РФ». Каталоги туров. Договор о реализации туристского продукта и его структура.	2	2
	3. Пакет документов, выдаваемый туристу менеджером по продажам. Кассовый чек. Бланк строгой отчетности. Туристская путевка. Билет, подтверждающий право на перевозку. Маршрут-квитанция. Туристский ваучер. Международный туристский ваучер. Страховой полис. Программа тура. Памятка туристу. Виза.	2	2
	Практическое занятие по отработке умений выбирать оптимальный туристский продукт.	2*	

	1.	ПЗ №1. Подбор оптимального туристского продукта по предложенным параметрам.	2	
	Практическое занятие по отработке умений осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных).		2*	
	1.	ПЗ №2. Поиск актуальной информации о туристских ресурсах Франции.	2	
	Практические занятия по отработке умений осуществлять первичное консультирование клиентов / туристских организаций по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому и политическому устройству стран и др. для подбора туристского продукта / туристских услуг согласно запросу.		6*	
	1.	ПЗ №3. Организация консультации клиентов по историко-культурному наследию Италии.	2	
	2.	ПЗ №4. Организация консультации клиентов по природным достопримечательностям Норвегии.	2	
	3.	ПЗ №5. Организация консультации клиентов по социально-экономическому и политическому устройству ОАЭ.	2	
	Практическое занятие по отработке умений оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта.		2*	
	1.	ПЗ №6. Заполнение договора о реализации туристского продукта.	2	
	Практическое занятие по отработке умений приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности.		2*	
	1.	ПЗ №7. Анализ работы с бланком строгой отчетности «Туристская путевка».	2	
	Практическое занятие по отработке умений обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки.		2*	
	1.	ПЗ №8. Организация работы менеджера по предоставлению потребителю документов для осуществления турпоездки.	2	
Тема 1.2. Методические аспекты технологии продаж турпродукта.	Содержание		38*	
	1.	Рекреационные потребности человека, их характеристика. Роль рекреации и ее функция в современном обществе. Структура рекреационных потребностей, методы изучения и	2	2

	анализа запросов потребителя. Направления исследований потребителей туруслуг. Модели психографического исследования потребителей. Модель AIO. Модель VALS. Система «Евростиль».		
2.	Классификация групп клиентов турфирмы. Классификация групп клиентов турфирмы по типу личности. Классификация клиентов турфирмы по образу жизни. Профиль потребителя. Основы психологии.	2	2
3.	Понятие продаж и их виды в туризме. Виды продаж по классификационным признакам: по активности, по виду коммуникационного канала взаимодействия, по субъекту, на которого нацелены продажи, по длине коммуникационного канала. Классические и инновационные технологии продаж.	2	2
4.	Алгоритм процесса продажи турпродукта в офисе турфирмы. Теория межличностного общения. Встреча клиента в офисе турфирмы. Установление контакта с клиентом менеджером по продажам. Презентация турпродукта или туристской услуги. Обсуждение стоимости тура и работа с возражениями клиента. Завершение продажи и подписание договора. Постпродажное обслуживание клиента турфирмы.	2	2
5.	Особенности продажи туристского продукта по телефону. Правила ведения телефонных переговоров. Характеристика этапов: ответ на телефонный звонок, приветствие, выявление потребностей, завершение разговора.	2	2
6.	Техники продаж в туризме и психологические приемы воздействия на потенциальных клиентов. Техника «уходящего поезда». Техника обращения к тщеславию клиента. Техника продаж «Эффект массового увлечения». Технология продаж «Эффект сноба», «Работа с ценой», «Сравнение с конкурентами».	2	2
7.	Приемы техники нейролингвистического программирования. Отзеркаливание поведения клиента. Эффект силы повтора. Милтон-модель. Предугадывание вопросов клиента. Периодическая «встряска» клиента. Прием трех «Да!».	2	2
8.	Технология СПИН-продаж. Ситуационные вопросы. Проблемные вопросы. Извлекающие вопросы. Направляющие вопросы. Преимущества технологии СПИН-продаж.	2	2

	9.	<i>Скрипты в работе менеджера по продажам. Скрипты приветствия. Скрипты о турпродуктах и сопутствующих услугах. Скрипты определения потребностей клиентов. Скрипты работы с возражениями клиентов турфирмы. Скрипты прощания с клиентом турфирмы.</i>	2	2
	10.	<i>Технология организации интернет-продаж турпродукта. Технология самостоятельных продаж туров через собственный сайт туроператора. Технология продаж туров через сайт партнера.</i>	2	2
	11.	Мобильные технологии стимулирования и осуществления интернет-продаж турпродукта. Различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования. Характеристика мобильных приложений туристских компаний. Мобильная система iPegas. Мобильное приложение туроператора Tez Tour.	2	2
	12.	Программы лояльности и скидочно-акционная деятельность и их роль в стимулировании продаж. Программы лояльности турфирм B2C и их виды. Программы лояльности турфирм B2B. Ценовые скидки и акционные программы турфирм.	2	2
	13.	Неценовые инструменты стимулирования продаж и способы повышения доверия клиента к турпродукту. Вызов менеджера по продажам по месту требования. Приобретение тура в кредит или рассрочку. Внедрение музыкального фона в офисах турфирмы. Характеристика способов повышения доверия клиента.	2	2
		Практическое занятие по отработке умений определять и анализировать потребности заказчика.	2*	
	1.	ПЗ №9. Анализ определения потребностей заказчика при продаже турпродукта различными методами.	2	
		Практическое занятие по отработке умений взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения.	2*	
	1.	ПЗ №10. Решение ситуационных задач по соблюдению делового этикета.	2	
		Практические занятия по отработке умений представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям.	4*	

	1.	ПЗ №11. Анализ работы менеджера по представлению турпродукта индивидуальным потребителям.	2	
	2.	ПЗ №12. Анализ работы менеджера по представлению турпродукта корпоративным потребителям.	2	
		Практические занятия по отработке умений <i>принимать жалобы и претензии к качеству туристского продукта/туристских услуг или иным условиям заключенных договоров от клиентов.</i>	4*	
	1.	ПЗ №13. Анализ работы менеджера по урегулированию конфликтных ситуаций.	2	
	2.	ПЗ №14. Составление письменного ответа на претензию туриста.	2	
Тема 1.3. Технологии продвижения турпродукта.		Содержание	32*	
	1.	Принципы работы маркетинговой службы в турфирме. Основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме. Назначение маркетинговой службы. Сбор маркетинговой информации. Реклама турпродукта.	2	2
	2.	Виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий. Рекламный продукт и его виды. Рекламная кампания.	2	2
	3.	Нерекламные методы продвижения турпродукта. Личные (персональные) продажи. Прямая рассылка и прямой маркетинг. Меры стимулирования продажи или сбыта.	2	2
	4.	Паблик рилейшнз в туризме. Основные направления паблик рилейшнз в туризме. 4 части паблик рилейшнз.	2	2
	5.	Организация пропаганды туризма. PR-средства. Методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках. Туристская пропаганда. PR-деятельность в интернет-СМИ.	2	2
	6.	Туристские выставки и их роль в продвижении турпродукта. Особенности выставочной деятельности. Организация выставочной презентации. Принципы управления общественным мнением для обеспечения эффективного продвижения туристского продукта.	2	2
	7.	Государственные меры поддержки по продвижению	2	2

	<i>национального турпродукта. Организация и проведение роуд-шоу. Пресс-туры. Размещение рекламы о туризме на телевидении и в СМИ. Создание цифрового ресурса. Организация и проведение туристских выставок, форумов. Создание сети зарубежных представительств Ростуризма в крупнейших странах.</i>		
	Практические занятия по отработке умений составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров.	4*	
1.	ПЗ №15. Проведение сравнительного анализа экскурсионных туров в Грецию от ведущих туроператоров России.	2	
2.	ПЗ №16. Маркетинговый анализ туроператоров по ОАЭ.	2	
	Практическое занятие по отработке умений анализировать спрос на туристские услуги.	2*	
3.	ПЗ №17. Составление анкеты по выявлению туристских предпочтений потребителей.	2	
	Практические занятия по отработке умений разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах.	10*	
1.	ПЗ №18. Разработка печатных рекламных материалов с целью продвижения турпродукта.	2	
2.	ПЗ №19. Разработка макета баннера.	2	
3.	ПЗ №20. Формирование рекламного поста в социальной сети Instagram.	2	
4.	ПЗ №21. Анализ методики формирования рекламных акций.	2	
5.	ПЗ №22. Анализ предоставления туристского продукта на выставках, ярмарках и форумах.	2	
	Практическое занятие по отработке умений использовать информационные и коммуникативные технологии для продвижения турпродукта.	2*	
1.	ПЗ №23. Анализ сайтов туроператоров как ведущих информационных платформ продвижения турпродуктов.	2	
Самостоятельная работа студентов		50	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы			
1. Подготовка доклада на тему: «Развитие и регулирование туристской деятельности в России».			

<p>2. Изучение требований к квалификации начальника отдела маркетинга, прописанные в разделе «Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма» Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов, служащих.</p> <p>3. Изучение электронных каталогов туров от ведущих туроператоров России.</p> <p>4. Изучение правил заполнения договора о реализации туристского продукта.</p> <p>5. Подготовка сообщения на тему: «Основное предназначение электронной путевки».</p> <p>6. Подготовка презентации «Рост разнообразия рекреационных потребностей и возможности их удовлетворения».</p> <p>7. Подготовка доклада на тему: «Образные» типологии клиентов турфирмы».</p> <p>8. Подготовка доклада на тему: «Урегулирование конфликтных ситуаций в процессе продажи туристской путевки».</p> <p>9. Подготовка сообщения на тему: «Холодные звонки» и их роль в системе продаж.</p> <p>10. Изучение специфики интернет-продаж турпродуктов от туроператоров Pegas Touristik, Coral Travel и Tez Tour.</p> <p>11. Подготовка презентации «Современные мобильные приложения для реализации туристских услуг».</p> <p>12. Подготовка доклада на тему: «Основные этапы жизненного цикла программы лояльности».</p> <p>13. Подготовка сообщения на тему: «Туристская кобрендинговая карта и ее предназначение».</p> <p>14. Подготовка презентации: «Сравнительный анализ турпродуктов от ведущих туроператоров России».</p> <p>15. Подготовка презентации: «Интернет-реклама в туристском бизнесе».</p> <p>16. Разработка шаблона письма для маркетинговой e-mail-рассылки.</p> <p>17. Подготовка пресс-релиза на тему «Экологический туризм».</p> <p>18. Подготовка доклада и презентации на тему: «Ведущие туристские выставки в России и за рубежом».</p> <p>19. Подготовка презентации: «Портал Russia. Travel – маркетинговый инструмент продвижения отечественных турпродуктов».</p> <p>20. Подготовка доклада на тему: «Техники НЛП».</p> <p>21. Разработка скриптов продаж по телефону.</p>			
Экзамен			
Раздел 2. Организация турагентской деятельности		218	
МДК.01.02. Технология и организация турагентской деятельности		218	
Тема 2.1. Сущность и содержание турагентской деятельности.	Содержание:	14*	
	1. Профессиональная терминология и принятые в туризме аббревиатуры. Основные понятия в туризме на русском и иностранном языках.	2	2

	2.	Международные обозначения и сокращения в туризме. Классификация размещения. Классификация номеров. Классификация питания. Классификация видов из окон номера. Общепринятые сокращения при авиаперевозках.	2	2
	3.	Статистика туристских прибытий по регионам. Страны – лидеры по туристским прибытиям. Страны – лидеры по расходам на международный туризм. Туристская статистика в России.	2	2
	4.	Сущность турагентской деятельности. Основы организации деятельности турфирмы. Функции турагентства. Задачи турагентства. Место и роль турагентов в системе туризма.	2	2
	5.	Услуги турагентства. Ассортимент туристско-экскурсионных услуг туристской организации. Бронирование туристского продукта. Реализация туристского продукта. Доставка туристских документов. Предоставление достоверной информации о туристском продукте.	2	2
		Практические занятия по отработке умений планировать и разрабатывать стандарты работы туристской организации.	4*	
	1.	ПЗ №24. Планирование стандартов работы турагентства на основе законодательства в сфере туризма.	2	
	2.	ПЗ №25. Разработка стандарта работы менеджера при обслуживании семейных пар с детьми.	2	
Тема 2.2. Правовое регулирование турагентской деятельности.		Содержание:	20*	
	1.	Государственное регулирование туристской деятельности. Приоритетные направления развития туризма в РФ. Нормативно-правовое регулирование в сфере туризма. Разработка и реализация федеральных, отраслевых, целевых и региональных программ развития туризма.	2	2
	2.	Кодексы, федеральные законы и приказы с учетом последних изменений в законодательстве РФ. Конституция РФ. Гражданский кодекс РФ. ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ». ФЗ «О порядке выезда из РФ и въезда в РФ». ФЗ «О техническом требовании». ФЗ «О защите прав потребителей». Правила оказания услуг по реализации турпродукта. Стандарты для туруслуг.	2	2
	3.	Государственные органы, действующие в сфере туризма.	2	2

	Федеральное агентство по туризму. Министерство иностранных дел в РФ. Министерство внутренних дел в РФ. Федеральная миграционная служба. Федеральная служба безопасности. Федеральная таможенная служба.		
4.	Регистрация турагентства. Этапы создания туристской фирмы. Выбор организационно-правовой формы предприятия. Подготовка проектов учредительных документов. Принятие решения об учреждении юридического лица. Оплата уставного капитала. Государственная регистрация юридического лица. Постановка на налоговый учет. Постановка на учет в пенсионном фонде. Постановка на учет в фонде социального страхования. Постановка на учет в фонде медицинского страхования. Постановка на учет в Фонде занятости. Изготовление печати, штампа и фирменных бланков. Принципы построения организационной структуры компании.	2	2
5.	Офис туристской фирмы. Оформление помещений для посетителей и персонала. Наличие информации для потребителей. Поддержание оптимального микроклимата. Удобные подходы к офису.	2	2
6.	Требования к персоналу турфирмы. Квалификационные требования к персоналу турфирмы. Основные критерии оценки персонала.	2	2
7.	Повышение квалификации сотрудником турагентства. Способы повышения квалификации: эффективный рекламный тур, индивидуальный инфотур, семинар туроператора, дистанционные семинары и курсы, перекрестное обучение, чтение профессиональной литературы и периодики, использование профессиональных электронных ресурсов, аттестация, бизнес-тренинги.	2	2
	Практические занятия по отработке умений определять видение компании и ее миссию.	4*	
1.	ПЗ №26. Анализ определения видения туристской компании.	2	
2.	ПЗ №27. Определение миссии турагентства.	2	
	Практическое занятие по отработке умений принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами.	2*	

	1.	ПЗ №28. Анализ участия менеджера турагентства в рекламно-информационном туре от туроператора.	2	
Тема 2.3. Организация работы турагентства с туроператором.	Содержание:		54*	
	1.	Агентский договор. Структура договора. Преамбула. Основная часть. Заключительная часть. Взаимоотношение «Турагент - туроператор». Комиссионное вознаграждение. Порядок расчета комиссионного вознаграждения.	2	2
	2.	Правила оформления деловой документации. Классификация и функция документа. Унификация и стандартизация документа. Структура и реквизиты документа. Унифицированная система организационно-распорядительной документации.	2	2
	3.	Особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов. Особенности туризма, географии, истории, архитектуры, религии, достопримечательностей, социально-экономического и политического устройства стран.	2	2
	4.	Методики расчета стоимости турпродукта. Ценообразование в туризме. Расчет стоимости элементов турпакета.	2	2
	5.	Бронирование тура. Информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию. Использование информационных ресурсов интернета. Интегрированные коммуникационные сети. Характеристика туристских серверов.	2	2
	6.	Законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора. Договорные отношения между турагентом и туроператором. Основные формы и типы договоров. Документооборот между турагентом и туроператором.	2	2
	7.	Правовой режим объектов деятельности в сфере туризма за рубежом. Правовое регулирование туристской деятельности на международном уровне. Гагская декларация по туризму. Манильская декларация по мировому туризму.	2	2
	8.	Туристский продукт. Характеристика турпродукта. Особенности турпродукта. Виды турпродукта. Классификация турпродукта по основному виду используемого транспортного средства. Классификация турпродукта по целям путешествия, по продолжительности тура, по специфике комплектации турпродукта. Классификация турпродукта по географическим	2	2

	направлениям.		
9.	Различные курорты по странам, их отличие и особенности. Курорты Скандинавии. Курорты Финляндии. Курорты Норвегии. Курорты Швеции. Курорты Дании.	2	2
10.	Курорты Западноевропейских стран. Характеристика особенностей курортов Германии, стран Бенилюкса, Португалии, Австрии, Швейцарии, Великобритании и Ирландии.	2	2
11.	Курорты стран Центральной и Восточной Европы. Характеристика особенностей курортов Польши, Чехии, Болгарии, Венгрии, Словении, Хорватии.	2	2
12.	Курорты Средиземноморья. Характеристика курортов Франции, Испании, Италии, Греции, о. Кипр, Мальты.	2	2
13.	Курорты Азии и Африки. Курорты Карибского бассейна. Характеристика курортов Турции, Туниса, Израиля, Египта, Марокко. Курорты Красного моря. Курорты стран Карибского бассейна. Страны: Куба, Доминиканская Республика. Мексиканские курорты. Круизы по Карибскому морю.	2	2
14.	Курорты Юго-Восточной Азии. Экзотические курорты. Курорты Китая, Вьетнама, Таиланда, Мьянмы, Лаоса, Камбоджи. Экзотические и другие острова.	2	2
Практические занятия по отработке умений вести деловую переписку.		8*	
1.	ПЗ №29. Анализ распространенных ошибок при ведении деловой переписки.	2	
2.	ПЗ №30. Составление электронных писем различной тематики туроператору.	2	
3.	ПЗ №31. Составление электронного письма туристу о потребительских свойствах турпродукта.	2	
4.	ПЗ №32. Составление коммерческого предложения.	2	
Практические занятия по отработке умений работать с большим объемом информации в условиях многозадачности.		6*	
1.	ПЗ №33. Организация консультации клиентов по историко-культурному наследию стран Скандинавии.	2	
2.	ПЗ №34. Организация консультации клиентов по социально-экономическому развитию стран Латинской Америки.	2	

	3.	<i>ПЗ №35. Организация консультации клиентов по географии стран Юго-Восточной Азии.</i>	2	
	Практические занятия по отработке умений оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты.		6*	
	1.	ПЗ №36. Расчет стоимости элементов турпродукта.	2	
	2.	ПЗ №37. Расчет себестоимости турпродукта.	2	
	3.	ПЗ №38. Расчет итоговой стоимости турпродукта.	2	
	Практические занятия по отработке умений осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники		6*	
	1.	ПЗ №39. Анализ процесса бронирования зарубежных туров на сайтах туроператоров.	2	
	2.	ПЗ №40. Анализ процесса бронирования внутренних туров на сайтах туроператоров.	2	
	3.	ПЗ №41. Анализ процесса бронирование на сайтах – турагрегаторов.	2	
Тема 2.4. Организация работы турагентства с клиентом.	Содержание:		12*	
	1.	Технология реализации тура. Установление контакта. Подбор тура. Технологии использования базы данных. Работа с возражениями. Завершение переговоров. Планирование дальнейших действий.	22	2
	2.	Правила делового этикета. Телефонный разговор с потенциальным клиентом. Получение контактной информации от клиента. Вопросы, направленные на выявление потребностей, краткая презентация туруслуг, завершение телефонного разговора.	2	2
	3.	Документы при реализации турпродукта. Документооборот между турагентом и туристом. Договор о реализации турпродукта. Правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности. Туристская путевка.	2	2
	Практическое занятие по отработке умений принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности.		2*	
	1.	ПЗ №42. Прием оплаты и заполнение бланка строгой отчетности «Туристская путевка».	2	

	Практическое занятие по отработке умений составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);	2*	
	1. ПЗ №43. Заполнение договора о реализации турпродукта.	2	
	Практическое занятие по отработке умений вести отчетность по забронированным заявкам.	2*	
	1. ПЗ №44. Анализ ведения отчетности по забронированным заявкам.	2	
Тема 2.5. Туристские формальности.	Содержание:	24*	
	1. Паспортно-визовые формальности. Перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации. Страны с особыми или облегченными условиями въезда.	2	2
	2. Таможенные формальности. Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации. Пассажирская таможенная декларация.	2	2
	3. Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы. Особенности оформления шенгенской визы. Особенности оформления визы в США, Германию, Великобританию, Австралию, Республику Корею, Японию.	2	2
	Практические занятия по отработке умений предоставлять необходимую информацию по вопросам визового и безвизового въезда на территорию государств.	12*	
	1. ПЗ №45. Анализ информации по вопросу оформления визы в Великобританию.	2	
	2. ПЗ №46. Анализ информации по вопросу оформления визы в США.	2	
	3. ПЗ №47. Анализ требуемых документов при безвизовом въезде в страны Латинской Америки.	2	
	4. ПЗ №48. Анализ требуемых документов при безвизовом въезде в страны Африки.	2	
	5. ПЗ №49. Анализ информации по вопросу оформления визы в Японию.	2	
6. ПЗ №50. Анализ информации по вопросу оформления визы в	2		

	<i>Австралию.</i>		
	Практическое занятие по отработке умений предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.	2*	
	1. ПЗ №51. Анализ информации о требованиях к пакету документов для оформления шенгенской визы.	2	
	Практическое занятие по отработке умений консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз.	2*	
	1. ПЗ №52. Заполнение пакета документов для оформления шенгенской визы.	2	
	Практическое занятие по отработке умений доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.	2*	
	1. ПЗ №53. Передача пакета документов туроператору.	2	
Курсовое проектирование.	Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту).	20*	
	КП № 1. Обоснование актуальности темы курсовой работы.	2	
	КП № 2. Подбор литературы для написания первой теоретической главы.	2	
	КП № 3. Подготовка первого теоретического раздела.	2	
	КП № 4. Подготовка второго практического раздела.	2	
	КП № 5. Корректировка второго практического раздела.	2	
	КП № 6. Подготовка заключения по курсовой работе.	2	
	КП № 7. Оформление курсовой работы в соответствии с требованиями.	2	
	КП № 8. Подготовка выступления для защиты курсовой работы.	2	
	КП № 9. Подготовка презентации к защите курсовой работы.	2	
КП № 10. Защита курсовой работы.	2		
Темы курсовой работы: 1. Технология разработки маркетинговой программы для обеспечения роста продаж в турагентстве. 2. Анализ преимуществ и недостатков франчайзинга в турагентском бизнесе. 3. Технология и организация обслуживания клиента при продаже турпродукта (на примере			

- турагентства).
4. Применение инновационных технологий обслуживания клиентов (на примере турагентства).
 5. Анализ претензионной работы с туристом (на примере турагентства).
 6. Выбор способов продвижения турпродукта в зависимости от его специфики (на примере турагентства).
 7. Анализ конкурентной среды турагентства (на примере турагентства).
 8. Совершенствование деятельности турагентства (на примере турагентства).
 9. Современное направление развития турагентской деятельности в РФ: проблемы и перспективы.
 10. Анализ деятельности турагентства по предоставлению дополнительных услуг (на примере турагентства).
 11. Анализ использования компьютерных технологий в работе туристской фирмы (на примере турагентства).
 12. Разработка рекламно-информационных материалов турагентства (на примере турагентства).
 13. Исследование влияния положительного и отрицательного имиджа туристской фирмы на результаты ее деятельность (на примере турагентства).
 14. Формирование имиджа турагентства.
 15. Технология реализации тура (на примере турагентства)
 16. Организация работы менеджера турагентства с технологической документацией тура (на примере турагентства).
 17. Стимулирование потребителей туристского продукта (на примере турагентства).
 18. Конкурентная политика туристского агентства (на примере турагентства).
 19. Основные этапы организации бизнеса туристского агентства (на примере турагентства).
 20. Основные задачи туристского агентства на современном туристском рынке.
 21. Перспективы турагентского предпринимательства с учетом современных тенденций туристского рынка.
 22. Особенности подбора и бронирования туров в Италию (на примере турагентства).
 23. Особенности подбора и бронирования туров в Великобританию (на примере турагентства).
 24. Особенности подбора и бронирования туров в Турцию (на примере турагентства).
 25. Особенности подбора и бронирования туров в Таиланд (на примере турагентства).
 26. Особенности подбора и бронирования туров в США (на примере турагентства).
 27. Особенности подбора и бронирования туров в Чехию (на примере турагентства).
 28. Особенности подбора и бронирования туров в Болгарию (на примере турагентства).
 29. Особенности подбора и бронирования туров в Австралию (на примере турагентства).
 30. Особенности подбора и бронирования туров в ОАЭ (на примере турагентства).
 31. Особенности подбора и бронирования туров на Черноморское побережье России (на примере турагентства).

<p>32. Особенности подбора и бронирования туров в Крым (на примере турагентства).</p> <p>33. Особенности подбора и бронирования морских круизов (на примере турагентства).</p> <p>34. Особенности подбора и бронирования речных круизов (на примере турагентства).</p> <p>35. Качество обслуживания в туркомпании (на примере турагентства).</p> <p>36. Повышение квалификации сотрудников турагентства (на примере турагентства).</p> <p>37. Функции и обязанности сотрудников турагентства (на примере турагентства).</p> <p>38. Организация работы с индивидуальным клиентом (на примере турагентства).</p> <p>39. Создание туристской фирмы (на примере турагентства).</p> <p>40. Классификация групп клиентов турфирмы и особенности их обслуживания (на примере турагентства).</p>		
<p>Самостоятельная работа студентов</p>	<p>74</p>	
<p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <p>1. Подготовка презентации: «Динамика туристских прибытий в Краснодарский край».</p> <p>2. Подготовка доклада на тему: «Особенности развития турагентской деятельности в России».</p> <p>3. Подготовка сообщения на тему: «Дополнительные услуги в турагентстве».</p> <p>4. Подготовка презентации: «Анализ оформления офисов ведущих турагентств г. Краснодара».</p> <p>5. Подготовка презентации: «Участие в Workshop как эффективный способ повышения квалификации менеджера турагентства».</p> <p>6. Подготовка доклада на тему: «Государственные органы, действующие в сфере туризма».</p> <p>7. Подготовка сообщения на тему: «Главные правила деловой переписки».</p> <p>8. Подготовка презентации «Туристские бренды России».</p> <p>9. Подготовка доклада и презентации на тему: «Анализ ведущих европейских бальнеологических курортов».</p> <p>10. Подготовка сообщения на тему: «Претензионная работа с туристом».</p> <p>11. Подготовка доклада и презентации на тему: «Система скидок как инструмент маркетинга в туризме».</p> <p>12. Изучение особенностей подбора туров на официальных сайтах ведущих туроператоров России.</p> <p>13. Подготовка доклада на тему: «Современные системы бронирования туристских услуг».</p> <p>14. Изучить содержание закона РФ «О защите прав потребителей».</p> <p>15. Подготовка сообщения на тему: «Особенности выезда за границу несовершеннолетних детей».</p> <p>16. Нанести на контурную карту страны Шенгенского соглашения и подписать их столицы.</p> <p>17. Подготовить доклад на тему: «Квалификационные требования к персоналу турфирмы».</p> <p>18. Подготовить доклад на тему: «Повышение квалификации сотрудником турфирмы».</p> <p>19. Подготовить доклад на тему: «Дополнительные услуги в турагентстве».</p>		
<p>Экзамен</p>		
<p>Учебная практика по ПМ.01 Предоставление турагентских услуг</p>	<p>36</p>	

<p>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.</p> <p>Виды работ: Работа турагента в процессе продажи турпродукта. Продвижение и реализация туристского продукта. Анализ работы с заявками потребителя. Визовое сопровождение туристов. Анализ работы менеджера с документами строгой отчетности.</p>		
<p>Производственная практика по ПМ.01 Предоставление турагентских услуг</p> <p>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.</p> <p>Виды работ: Характеристика туристской организации. Отработка алгоритма работы турагента в процессе продажи турпродукта. Продвижение туристского продукта. Взаимодействие турагента с туроператорами в рамках продвижения и реализации турпродукта. Анализ работы с заявками потребителя. Организация визового сопровождения туристов. Процесс работы менеджера с документами строгой отчетности.</p>	<p>144</p>	
Всего	360	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие:

- учебного кабинета турагентской и туроператорской деятельности;
- тренингового кабинета информационно-коммуникационных технологий;
- учебно-тренинговой фирмы по предоставлению туристских услуг (турфирма).

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета междисциплинарных

курсов:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- экран, проектор, магнитная доска;
- дидактические пособия;
- видеофильмы по различным темам.

Технические средства обучения:

- видеооборудование (мультимедийный проектор с экраном или телевизор, или плазменная панель);
- компьютер.

Оборудование тренингового кабинета информационно-коммуникационных технологий:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- компьютеризированное рабочее место преподавателя;
- экран, проектор, магнитная доска;
- дидактические пособия;
- видеофильмы по различным темам.

Технические средства обучения:

- видеооборудование (мультимедийный проектор с экраном или телевизор, или плазменная панель);
- компьютеры по количеству посадочных мест.

Оборудование учебно-тренинговой фирмы по предоставлению туристских услуг (турфирма):

- парты ученические;
- стол преподавателя;
- доска;
- шкаф книжный;
- ноутбук;
- сейф офисный VALBERG ASM 63T;
- часы;
- стойка ресепшен;
- информационный стенд.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная и производственная практика проводятся отдельно.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- специализированное рабочее место обучающегося, осуществляющего предоставление турагентских услуг.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники по МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта:

1. Можаяева Н.Г. Организация туристской индустрии и география туризма: учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. – М.: ФОРУМ: ИНФРА_М, 2018. – 336 с. – (Проф. образование). – Тема 3.2. Продвижение и реализация туристского продукта.

Дополнительные источники по МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта:

2. Быстров С.А. Технология продаж и продвижения турпродукта: учебное пособие / Быстров С.А. — Москва: КноРус, 2020. — 260 с. — ISBN 978-5-406-08513-4. — URL: <https://book.ru>

3. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва: КноРус, 2020. — 293 с. — ISBN 978-5-406-08512-7. — URL: <https://book.ru>

4. Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Практикум: учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва: КноРус, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-406-08511-0. — URL: <https://book.ru>

5. Бугорский В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 165 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02282-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

6. 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, 2020. — 205 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07372-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

7. Боголюбов В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для среднего профессионального образования / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10541-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

8. 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 // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

Основные источники по МДК.01.02. Технология и организация турагентской деятельности:

1. Бугорский В.П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учеб. пособие для СПО / В.П. Бугорский. – М.: Юрайт, 2017. – 165 с. – Серия: Проф. образование.

2. Можаяева Н.Г. Организация туристской индустрии и география туризма: учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. – М.: ФОРУМ: ИНФРА_М, 2018. – 336 с. – (Проф. образование).

Дополнительные источники по МДК.01.02. Технология и организация турагентской деятельности:

3. Емелин С. В. Технология и организация турагентской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12617-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

4. Рассохина Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 210 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12302-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

5. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва: КноРус, 2020. — 293 с. — ISBN 978-5-406-08512-7. — URL: <https://book.ru>

6. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Практикум: учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва: КноРус, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-406-08511-0. — URL: <https://book.ru>

7. Бугорский В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 165 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02282-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

8. 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, 2020. — 205 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07372-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Для закрепления теоретических знаний и приобретения необходимых практических навыков профессиональным модулем предусмотрены практические занятия, которые проводятся после изучения соответствующей темы и закрепляются самостоятельной внеаудиторной работой студентов по рекомендуемым преподавателем источникам.

Для развития навыков самостоятельной работы предусмотрена организация самостоятельной работы студентов на занятиях при освоении нового материала посредством работы с законодательными документами, иными нормативно-правовыми актами и учебниками.

При выполнении практических заданий студентам оказываются консультации. Обязательным условием усвоения данного профессионального модуля является изучение дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации», «Организация туристской индустрии», «География туризма» и «Сервисная деятельность».

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику, которая проводится концентрированно после изучения междисциплинарных курсов МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта и МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности.

Производственная практика проводится в туристских фирмах, осуществляющих туристскую деятельность. Обязательным условием допуска к производственной практике является сдача экзамена по междисциплинарному курсу МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта и экзамена по междисциплинарному курсу МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования,

соответствующего профилю модулей «Технология продаж и продвижения турпродукта» и «Технология и организация турагентской деятельности», опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, прохождение стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой. Руководство практикой могут осуществлять дипломированные специалисты - преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	- эффективный поиск информации по выявлению запросов тургруппы или индивидуального туриста и определение возможностей их реализации.	- проведение тестового контроля с применением информационных технологий; - проведение фронтального опроса; - экспертное наблюдение за решением ситуационных задач; - заслушивание докладов; - экспертное визуальное наблюдение за выполнением практических работ; - оценка на практическом занятии; - зачет по учебной практике; - зачет по производственной практике.
ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.	- правильность предоставления информации потребителю о туристских продуктах.	- проведение тестового контроля с применением информационных технологий; - проведение фронтального опроса; - экспертное наблюдение за решением ситуационных задач; - заслушивание докладов; - экспертное визуальное наблюдение за выполнением практических работ; - оценка на практическом занятии; - зачет по учебной практике; - зачет по производственной практике.
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	- владение техниками взаимодействия с туроператором по реализации и продвижению турпродукта.	- проведение тестового контроля с применением информационных технологий; - проведение фронтального опроса; - экспертное наблюдение за решением ситуационных задач; - заслушивание докладов; - экспертное визуальное наблюдение за выполнением практических работ; - оценка на практическом занятии; - зачет по учебной практике; - зачет по производственной практике.
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в	- соблюдение правил расчета турпакета.	- проведение тестового контроля с применением информационных

соответствии с заявкой потребителя.		технологий; - проведение фронтального опроса; - экспертное наблюдение за решением ситуационных задач; - заслушивание докладов; - экспертное визуальное наблюдение за выполнением практических работ; - оценка на практическом занятии; - зачет по учебной практике; - зачет по производственной практике.
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).	- обеспечение качества предоставляемых туристу услуг по оформлению турпакета.	- проведение тестового контроля с применением информационных технологий; - проведение фронтального опроса; - экспертное наблюдение за решением ситуационных задач; - заслушивание докладов; - экспертное визуальное наблюдение за выполнением практических работ; - оценка на практическом занятии; - зачет по учебной практике; - зачет по производственной практике.
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.	- соблюдение правил составления документов для оформления виз.	- проведение тестового контроля с применением информационных технологий; - проведение фронтального опроса; - экспертное наблюдение за решением ситуационных задач; - заслушивание докладов; - экспертное визуальное наблюдение за выполнением практических работ; - оценка на практическом занятии; - зачет по учебной практике; - зачет по производственной практике.
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.	- соблюдение правил оформления документов строгой отчетности.	- проведение тестового контроля с применением информационных технологий; - проведение фронтального опроса; - экспертное наблюдение за решением ситуационных задач; - заслушивание докладов; - экспертное визуальное наблюдение за выполнением практических работ; - оценка на практическом занятии; - зачет по учебной практике;

		- зачет по производственной практике.
--	--	---------------------------------------

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в освоения образовательной программы.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- демонстрация точности и правильности выбора применения методов и способов решения профессиональных задач в области туризма.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач; - готовность нести ответственность за свои решения.	Наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ и на производственно й практике.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- эффективный поиск необходимой информации в соответствии с заданием практики; - использование различных источников, включая электронные.	Наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ и на производственно й практике.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	-взаимодействие с обучающимися, преподавателями во время прохождения практики.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной работы.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимися повышение личностного и квалификационного уровня.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.

Личностные результаты	
ЛР 13 Выполняющий профессиональные навыки в сфере туризма	КО13 - проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества;
ЛР 14 Выполняющий профессиональные навыки в сфере туризма с учетом специфики субъекта Российской Федерации	КО14 - проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону;
ЛР-КК-1, ЛР-КК-2 Признающий ценность непрерывного образования, ориентирующийся в изменяющемся рынке труда, избегающий	КО24 - проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности;

<p>безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием; рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности.</p> <p>Экономически активный, предприимчивый, готовый к самозанятости</p>	
---	--