

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

ОТДЕЛЕНИЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

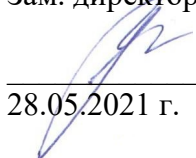
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

профессионального модуля
ПМ.03 Предоставление туроператорских 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.03 Предоставление туроператорских 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	34
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	38

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 Предоставление туроператорских 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 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. 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:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;

- планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;

- предоставления сопутствующих услуг;

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

- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;

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

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

уметь:

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

- проводить анализ деятельности других туркомпаний;

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

- обрабатывать информацию и анализировать результаты;

- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;

- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;

- работать с информационными и справочными материалами;

- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;

- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;

- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;

- оформлять страховые полисы;

- вести документооборот с использованием информационных технологий;

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

- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туруслуг;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;
- *проводить мониторинг реализации туристских продуктов;*
- *уметь выявлять потребности клиента (туристской организации);*
- *анализировать спрос на туристские продукты (туристские услуги);*
- *производить бронирование и подтверждение туристских услуг (билетов, мест в гостиницах, трансферов, экскурсий и т.д.), входящих как в состав туристского продукта, так и отдельных туристских услуг в личном кабинете туроператора или в специализированных системах;*
- *изучать конъюнктуру и тенденции развития рынка туристских продуктов и туристских услуг;*
- *разрабатывать контент и информационные материалы о путешествиях и размещать их на сайте компании и в сети Интернет.*

знать:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездок;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.
- *регионоведение Российской Федерации (специфика, сезонность, особенности регионов РФ);*
- *курорты стран мира, их отличие и особенности (особенности продвижения и реализации туров на курортах стран мира, специфика этих курортов, особенности);*

- терминологию и аббревиатуры, принятые в туристской индустрии (основные понятия, термины и сокращения: отельные, авиационные, экскурсионные и т.д.);
- экскурсионные возможности стран мира;
- историко-культурное наследия стран мира;
- системы классификации объектов туристской индустрии, действующие в Российской Федерации и странах-партнерах;
- планирование и проведение мероприятий по продвижению турпродукта, бренда компании (рекламных PR мероприятий, презентаций);
- разработку контента путешествий и размещение его на сайте компании и в сети Интернет;
- работу со СМИ, радио и телевидением;
- работу по стимулированию сбыта с турагентствами и туристами;
- обеспечение менеджеров/специалистов/агентов по продаже турпродукта рекламными материалами;
- подготовка путеводителей, расписаний, профессиональных публикаций и рекламных материалов;

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

- всего – 638 часов, в том числе:
- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 494 часа, включая:
- в форме практической подготовки – 332 часов;
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 332 часа, в том числе
- вариативная часть – 140 часов
- самостоятельной работы обучающегося – 162 часа, в том числе вариативная часть – 83 часа;
- учебной и производственной практики – 144 часа.

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт.
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и 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 3.2. – ПК 3.4	Раздел 1. Организация туроператорской деятельности МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности		238	96		114				
ПК 3.1– ПК 3.4	Раздел 2. Реализация маркетинговой деятельности в туризме МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме		94	40		48				
ПК 3.1 – ПК 3.4	Производственная практика (по профилю специальности), часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)									72
	Всего:	638	332	136		162		72	72	

* Раздел профессионального модуля – часть примерной программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

Тематический план ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Наименование разделов и тем	Макс. учеб. нагрузка студ-та (час)	Самост. работа студента (час)	Количество аудиторных часов			
			Всего	в т.ч. в форме практической подготовки	теоретич. обучение	практич. (семинарские) занятия
Раздел 1. Организация туроператорской деятельности.	352	114	238	238	142	96
Тема 1.1 Основы туроператорской деятельности	22	12	10	10	10	-
Тема 1.2 Технология разработки туристского продукта.	100	32	68	68	28	40
Тема 1.3 Изучение и анализ туристских ресурсов для выбора туристской дестинации.	78	20	58	58	34	24
Тема 1.4 Туристские формальности.	38	8	30	30	26	4
Тема 1.5 Ценообразование в туроперейтинге.	28	6	22	22	14	8
Тема 1.6 Организация и проведение туристского маршрута.	18	8	10	10	8	2
Тема 1.7 Работа туроператора с турагентами.	52	20	32	32	14	18
Тема 1.8 Использование информационных технологий в туроператорской деятельности.	16	8	8	8	8	-
Экзамен						
Раздел 2. Реализация маркетинговой деятельности в туризме.	142	48	94	94	54	40
Тема 2.1 Теоретические основы маркетинга в туризме.	40	18	22	22	12	10
Тема 2.2 Продвижение туристских услуг.	100	30	70	70	40	30
Дифференцированный зачет	2				2	
Всего	494	162	332	332	196	136

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. Организация туроператорской деятельности.			
МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности.		352	
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности	Содержание	10*	
	1. <i>Теоретические основы туроперейтинга. Понятие и сущность туроператорской деятельности. Условия осуществления туроператорской деятельности. Государственная регистрация туристской деятельности. Туроператор как субъект туристской деятельности. Банкротство и закрытие туроператоров. Надежность туроператоров. Риски туроператорской деятельности.</i>	2	2
	2. <i>Функции и место туроператоров на рынке туристских услуг. Комплектующая функция туроператора. Схема формирования турпродукта. Сервисная функция туроператора. Гарантийная функция туроператора.</i>	2	2
	3. <i>Классификация и виды туроператоров. Классификация туроператоров по различным критериям: сфера деятельности, масштаб деятельности, вид туризма, степень специализации по направлениям, вид используемого транспорта.</i>	2	2
	4. <i>Терминологии и аббревиатуры, принятые в туристской индустрии (основные понятия, термины и сокращения: отельные, авиационные, экскурсионные и т.д.). Классификация номеров. Вид из номера. Типы питания. Авиационные сокращения. Основные понятия, термины и сокращения в экскурсионной деятельности.</i>	2	2
	5. <i>Системы классификации объектов туристской индустрии, действующие в Российской Федерации и странах-партнерах. Классификация гостиниц и иных средств размещения. Классификация горнолыжных трасс. Классификация пляжей.</i>	2	2

Тема 1.2. Технология разработки туристского продукта	Содержание	68*	
	1. Теория туристского продукта. Туристский продукт как комплекс туристских услуг. Структура, уровни и формы туристского продукта. Классификация туристского продукта по основному виду используемого транспортного средства, по целям путешествия, по продолжительности тура, по географическим направлениям, по специфике комплектации турпродукта.	2	2
	2. Жизненный цикл турпродукта. Стадии жизненного цикла турпродукта: внедрение, рост, зрелось, угасание спроса.	2	2
	3. Маркетинговые аспекты проектирования туристского продукта. Маркетинговые исследования туристского рынка. Маркетинговая среда туроператора. Сегментирование туристского рынка, позиционирование туристских продуктов и туроператоров.	2	2
	4. Выдвижение идей и отбор предложений. Внешние и внутренние источники идей туристского продукта. Методы генерации идей: метод «мозговой атаки», метод синектики.	2	2
	5. Стандартизация процессов проектирования туристского продукта. Нормативно-правовые акты, регламентирующие процесс проектирования турпродукта. ФЗ «О защите прав потребителей». ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ». ГОСТ Р 50690-2017 Туристские услуги. Общие требования. ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения (Переиздание). ГОСТ Р 54604-2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования (Переиздание). ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Планирование программ турпоездок.	2	2
	6. Разработка программы туристского обслуживания. Основные правила и методика составления программ туров. Определение маршрута путешествия, перечня предприятий-партнеров, поставщиков и исполнителей конкретных услуг. Определение периода предоставления услуг каждым предприятием-партнером, состава экскурсий и объектов показа	2	2

	и т.д.		
7.	Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности. Государственное регулирование туроператорской деятельности. Государственная политика и система управления сферой туризма. Полномочия органов государственной власти РФ в сфере туризма. Законодательная и нормативная база туризма в России. Объединение туроператоров. Международные туристские организации.	2	2
8.	Идентификация форм взаимодействия туроператора с контрагентами. Правила бронирования туруслуг. Формы взаимодействия туроператора с перевозчиками, гостиницами и иными поставщиками туруслуг.	2	2
9.	Виды и формы договорных отношений между турфирмой-оператором и средствами размещения. Аренда средства размещения. Приобретение блока мест на условиях комитмента. Приобретение блока мест на условиях элонтмента. Безотзывное бронирование. Приоритетное бронирование. Сотрудничество на условиях повышенной комиссии. Сотрудничество на условиях стандартной комиссии по разовым заявкам.	2	2
10.	Виды и формы договорных отношений между турфирмой-оператором и транспортными организациями. Реализация авиабилетов на регулярные рейсы. Организация чартерного рейса. Организация чартерных программ. Участие в чартерных программах. Аренда автобуса (автомобиля). Реализация железнодорожных билетов. Формирование туристских поездов. Формирование прицепных вагонов. Фрахт водного судна.	2	2
11.	Взаимодействие туроператора с предприятиями питания, не входящими в состав средств размещения. Характеристика технологий сотрудничества с предприятиями общественного питания.	2	2
12.	Договоры с предприятиями, предоставляющими экскурсионные услуги. Организация групповых и индивидуальных экскурсий. Организация экскурсий на собственном транспорте или транспорте экскурсионной организации.	2	2
13.	Документальное оформление тура. Маршрутная	2	2

	документация. Документационное сопровождение проектирования услуги «туристский поход». Технологические документы проектирования услуги «экскурсия». Документы об обслуживании группы туристов на маршруте. Документы, выдаваемые туристам.		
14.	Особенности проведения переговоров с российскими и иностранными партнерами. Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами. Переговоры с англичанами, шведами, французами, немцами, итальянцами, американцами, японцами, китайцами, корейцами, арабами.	2	2
	Практические занятия по отработке умений выявлять потребности клиента (туристской организации).	8*	
1.	ПЗ №1. Анализ работы по выявлению потребностей потребителей.	2	
2.	ПЗ №2. Анализ работы по выявлению потребностей индивидуального клиента.	2	
3.	ПЗ №3. Анализ работы по выявлению потребностей российских корпоративных клиентов.	2	
4.	ПЗ №4. Анализ работы по выявлению потребностей иностранных корпоративных клиентов.	2	
	Практическое занятие по отработке умений составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов.	2*	
1.	ПЗ №5. Разработка программы экскурсионно-познавательного тура для российских и зарубежных клиентов.	2	
	Практическое занятие по отработке умений составлять турпакеты с использованием иностранного языка.	2*	
1.	ПЗ №6. Составление турпакета тура «Отдых в Римини» с использованием английского языка.	2	
	Практическое занятие по отработке умений работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных.	2*	
1.	ПЗ №7. Анализ работы туроператора с запросами клиентов по индивидуальным турам.	2	
	Практическое занятие по отработке умений использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках.	2*	

	1.	ПЗ № 8. Формирование скриптов продаж в туризме на русском и английском языках.	2	
	Практические занятия по отработке умений налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран.		16*	
	1.	ПЗ №9. Анализ работы туроператора с контрагентами.	2	
	2.	ПЗ №10. Анализ работы туроператора с предприятиями размещения.	2	
	3.	ПЗ №11. Анализ работы туроператора с авиакомпанией.	2	
	4.	ПЗ №12. Анализ работы туроператора с железнодорожной компанией.	2	
	5.	ПЗ №13. Анализ работы туроператора с предприятиями общественного питания.	2	
	6.	ПЗ №14. Анализ работы туроператора с экскурсионными организациями.	2	
	7.	ПЗ №15. Анализ работы туроператора с предприятиями, предоставляющими услуги развлечения.	2	
	8.	ПЗ №16. Анализ работы туроператора со страховыми компаниями.	2	
	Практические занятия по отработке умений производить бронирование и подтверждение туристских услуг (билетов, мест в гостиницах, трансферов, экскурсий и т.д.), входящих как в состав туристского продукта, так и отдельных туристских услуг в личном кабинете туроператора или в специализированных системах.		8*	
	1.	ПЗ №17. Сотрудничество на условиях стандартной комиссии по разовым заявкам с предприятием размещения.	2	
	2.	ПЗ №18. Бронирование авиабилетов.	2	
	3.	ПЗ №19. Бронирование железнодорожных билетов.	2	
	4.	ПЗ №20. Бронирование обедов и ужинов в ресторане.	2	
Тема 1.3. Изучение и анализ туристских ресурсов для выбора туристской дестинации	Содержание		58*	
	1.	Понятие о туристских ресурсах. Специфические свойства и характеристики туристских ресурсов. Классификации туристских ресурсов: по функциональному признаку. Классификация Н.П. Крачило, М. Труаси, П. Дефера.	2	2
	2.	Регионоведение Российской Федерации (специфика, сезонность, особенности регионов РФ). Социокультурные	2	2

		<i>составляющие регионального пространства. Образ региона. Информационное пространство региона. Региональная идентичность.</i>		
	3.	<i>Туристские ресурсы, зоны и центры Центрального федерального округа.</i> <i>Географическое положение. Климат. Внутренние воды. Лечебные ресурсы. Растительность. Важнейшие туристские центры и объекты. География мест отдыха.</i>	2	2
	4.	<i>Туристские ресурсы, зоны и центры Северо-Западного федерального округа.</i> <i>Географическое положение. Климат. Внутренние воды. Лечебные ресурсы. Растительность. Важнейшие туристские центры и объекты. География мест отдыха.</i>	2	2
	5.	<i>Туристские ресурсы, зоны и центры Приволжского федерального округа.</i> <i>Географическое положение. Климат. Внутренние воды. Лечебные ресурсы. Растительность. Важнейшие туристские центры и объекты. География мест отдыха.</i>	2	2
	6.	<i>Туристские ресурсы, зоны и центры Южного федерального округа.</i> <i>Географическое положение. Климат. Внутренние воды. Лечебные ресурсы. Растительность. Важнейшие туристские центры и объекты. География мест отдыха.</i>	2	2
	7.	<i>Туристские ресурсы, зоны и центры Северо-Кавказского федерального округа.</i> <i>Географическое положение. Климат. Внутренние воды. Лечебные ресурсы. Растительность. Важнейшие туристские центры и объекты. География мест отдыха.</i>	2	2
	8.	<i>Туристские ресурсы, зоны и центры Уральского федерального округа.</i> <i>Географическое положение. Климат. Внутренние воды. Лечебные ресурсы. Растительность. Важнейшие туристские центры и объекты. География мест отдыха.</i>	2	2
	9.	<i>Туристские ресурсы, зоны и центры Сибирского федерального округа.</i> <i>Географическое положение. Климат. Внутренние воды. Лечебные ресурсы. Растительность. Важнейшие туристские центры и объекты. География мест отдыха.</i>	2	2
	10.	<i>Туристские ресурсы, зоны и центры Дальневосточного</i>	2	2

	<i>федерального округа. Географическое положение. Климат. Внутренние воды. Лечебные ресурсы. Растительность. Важнейшие туристские центры и объекты. География мест отдыха.</i>		
11.	Курорты стран мира, их отличие и особенности. Характеристика стран западной социокультурной системы: Франция, Великобритания, Германия, Италия, Испания, Австрия, Венгрия, Чехия, США.	2	2
12.	Особенности продвижения и реализации туров на курортах стран мира, специфика этих курортов, особенности. Страны мусульманской социокультурной системы: Египет, ОАЭ. Страны китайской и индусской социокультурных систем: Китай, Индия.	2	2
13.	Экскурсионные возможности стран мира. Мировые центры познавательного туризма: Франция, Испания, Италия, Германия, Чехия, Великобритания. Экскурсионные возможности стран Европы, Азии, Африки, Северной и Латинской Америки, Австралии и Океании.	2	2
14.	Историко-культурное наследие стран мира. Всемирное наследие ЮНЕСКО. Материальное и нематериальное наследие ЮНЕСКО в странах мира. Российские объекты всемирного наследия ЮНЕСКО.	2	2
15.	Использование историко-культурных достопримечательностей в создании турпродукта. Архитектурные сооружения, дворцовые ансамбли, крепости, музеи, скульптурные памятники, исторические некрополи, произведения искусства и прочее. Методика работы со справочными и информационными материалами по экскурсионным объектам.	2	2
16.	Использование природно-климатических ресурсов в создании турпродукта. Климат, рельеф, пейзажи, гидрологические объекты, леса, парки, пляжные зоны, заповедные территории, памятники природы и т.п. Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению.	2	2
17.	Использование социально-экономических	2	2

	(инфраструктурных) ресурсов для создания турпродукта. Предприятия размещения, предприятия питания, экскурсионные бюро, развлекательные комплексы и прочее. Методика работы со справочными и информационными материалами по местам и видам размещения, питания и транспорту.		
	Практические занятия по отработке умений работать с информационными и справочными материалами.	10*	
1.	ПЗ №21. Анализ познавательных программ по Италии с целью выявления главных достопримечательностей страны.	2	
2.	ПЗ №22. Анализ познавательных программ с целью выявления главных природных достопримечательностей скандинавских стран.	2	
3.	ПЗ №23. Анализ информации, представленной в путеводителе «Золотое кольцо России».	2	
4.	ПЗ №24. Анализ контента информационного портала «Russia Travel»	2	
5.	ПЗ №25. Разработка и заполнение таблицы «Тематические парки мира для посещения мамы с семилетним ребенком»	2	
	Практические занятия по отработке умений изучать конъюнктуру и тенденции развития рынка туристских продуктов и туристских услуг.	14*	
1.	ПЗ №26. Анализ конъюнктуры рынка внутреннего туризма в России.	2	
2.	ПЗ №27. Анализ конъюнктуры рынка пляжного туризма в России.	2	
3.	ПЗ №28. Анализ конъюнктуры рынка познавательного туризма в России.	2	
4.	ПЗ №29. Анализ конъюнктуры рынка горнолыжного туризма в России.	2	
5.	ПЗ №30. Анализ конъюнктуры рынка событийного туризма в России.	2	
6.	ПЗ №31. Анализ конъюнктуры рынка гастрономического туризма в России.	2	
7.	ПЗ №32. Анализ конъюнктуры рынка международного религиозного туризма.	2	

Тема 1.4. Туристские формальности	Содержание	30*	
	1. <i>Паспортные формальности. Паспортные формальности. Виды паспортов. Оформление общегражданского заграничного паспорта.</i>	2	2
	2. <i>Дипломатические и консульские представительства России за рубежом. Адреса дипломатических представительств и консульских учреждений Российской Федерации за границей.</i>	2	2
	3. <i>Дипломатические и консульские представительства иностранных государств на территории России. Адреса дипломатических представительств и консульских учреждений иностранных государств на территории Российской Федерации.</i>	2	2
	4. Визовые формальности. Виды виз: служебные или деловые, частные, туристские, гостевые. Групповые, индивидуальные, транзитные визы. Документы, необходимые для оформления визы в зависимости от консульства. Консульский сбор. Льготный визовый режим. Страны безвизового посещения. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями.	2	2
	5. Шенгенская виза. История шенгенского соглашения. Типы и виды шенгенских виз. Документы, необходимые для получения шенгенской визы.	2	2
	6. <i>Особенности оформления виз в некоторые страны. Особенности оформления визы в США, Германию, Великобританию, Австралию, Республику Корею, Японию.</i>	2	2
	7. Визовые ограничения. Визовые ограничения в Австралии, ОАЭ. Особенности выезда за границу несовершеннолетних детей.	2	2 2
	8. Таможенные формальности. Таможенный контроль. Порядок перемещения валюты через государственную границу. Порядок ввоза и вывоза различных товаров.	2	
	9. Пассажирская таможенная декларация. Формы декларирования товаров. Багаж, подлежащий обязательному письменному декларированию. Таможенные сборы и пошлины. Запрет на перемещение некоторых товаров. Порядок ввоза и	2	2

		вывоза животных. Личный досмотр граждан. Беспшлинная торговля.		
	10.	Организация страхования в туроператорской деятельности. Законодательная база страхования. Виды страхования в туризме. Договор обязательного страхования пассажиров от несчастных случаев. Сумма страхового взноса. Неимущественное страхование. Схемы страхования. Страховая франшиза.	2	
	11.	Документальное оформление страхования туристских рисков. Правила оформления документов при работе со страховыми компаниями. Полис страховой компании.	2	
	12.	Медицинское страхование в туроператорской деятельности. Компенсация. Страховые выплаты. Стоимость страхового полиса. Размер страхового покрытия.	2	
	13.	Страхование от невозможности совершить туристскую поездку. Распространенные ситуации в рамках страхования от невыезда.	2	
		Практическое занятие по отработке умений оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам.	2*	
	1.	ПЗ №33. Формирование пакета документов для оформления туристской визы в Германию.	2	
		Практическое занятие по отработке умений оформлять страховые полисы.	2*	
	1.	ПЗ №34. Оформление страхового полиса на сайте компании «EPV Туристическое страхование».	2	
Тема 1.5. Ценообразование в туроперейтинге		Содержание	22*	
	1.	Цена в комплексе маркетинга туроператора. Факторы формирования цены турпродукта. Временные критерии. Ситуации на конкурирующих рынках. Ожидаемый объем оборота. Туристский спрос. Месторасположение курорта. Условия оплаты. Качество обслуживания. Ценовая политика.	2	2
	2.	Цели ценообразования в туроперейтинге. Цели ценообразования: максимизация текущей прибыли, удержание позиций на рынке, лидерство на рынке, лидерство в качестве продуктов.	2	2

3.	Методы ценообразования в туроперейтинге. Методы ценообразования: затратный, ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции, ценообразование с ориентацией на спрос, ценообразование на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли, ценообразование на основе уровня текущих цен.	2	2
4.	Ценовые стратегии в деятельности туроператора. Ценовые стратегии туроператора. Ценовые стратегии в отношении нового продукта. Стратегия «снятия сливок». Стратегия проникновения на рынок. Стратегия престижных цен. Стратегия «следование за лидером». Ценовые стратегии в отношении сформировавшегося продукта. Комплексные цены. Стратегия скидок. Ценовая дискриминация. Ценовые манипуляции. Ценовое стимулирование сбыта. Диверсификация цен.	2	2
5.	Тактики в деятельности туроператора. Тактические методы ценообразования. Предложение ценового диапазона. Продажи по верхней ценовой границе. Продажи по нижней ценовой границе. Страхование окончательной цены.	2	2
6.	Расчет стоимости услуг, включенных в состав тура. Расчет транспортных расходов. Расчет стоимости размещения. Расчет стоимости питания. Расчет стоимости экскурсионного обслуживания. Расчет стоимости других услуг. Методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.	2	2
7.	Расчет себестоимости и определение цены турпродукта. Расчет себестоимости на всю группу. Расчет себестоимости на одного человека. Расчет окончательной цены турпродукта. Методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта.	2	2
Практические занятия по отработке умений <i>анализировать спрос на туристские продукты (туристские услуги).</i>		4*	
1.	ПЗ №35. Анализ спроса на пляжный турпродукт в России.	2	
2.	ПЗ №36. Анализ спроса на горнолыжный турпродукт в России.	2	

	Практическое занятие по отработке умений рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.	2*	
	1. ПЗ №37. Определение стоимости услуг, включенных в состав внутреннего тура по России.	2	
	Практическое занятие по отработке умений рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта.	2*	
	1. ПЗ №38. Расчет себестоимости турпакета и определение итоговой стоимости турпродукта «Париж и замки Луары».	2	
Тема 1.6. Организация и проведение туристского маршрута	Содержание	10*	
	1. Этапы выполнения туристского маршрута. Подготовительный этап. Маршрутный этап. Заключительный этап.	2	2
	2. Проведение туристского маршрута. Туры без сопровождения руководителем группы. Туры, сопровождаемы руководителем группы. Психологические требования, предъявляемые к руководителю туристской группы. Этапы выполнения внутреннего тура.	2	2
	3. Способы устранения проблем, возникающих во время тура. Понятие безопасности в туризме. Способы преодоления проблем, связанных с общением туристов и местного населения. Медицинские проблемы туристских перемещений. Безопасность в офисе турфирмы.	2	2
	4. Послемаршрутное оформление документов. Отчет руководителя туристской группы о прохождении маршрута.	2	2
	Практическое занятие по отработке умений анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы.	2*	
	1. ПЗ №39. Решение ситуационных задач при возникновении проблем во время реализации тура.	2	
Тема 1.7. Работа	Содержание	32*	

туроператора с турагентами	1.	Взаимодействие туроператора с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта. Публичная оферта туроператора. Заключение договора между туроператором и турагентом. Рассылка туроператором предложений и рекламных материалов. Заявка турагента на бронирование турпродукта. Подтверждение заявки туроператором и выставление счета. Оплата счета турагентом и передача туроператору документов туриста.	2	2
	2.	Агентские сети и стимулирование их активности. Разновидности агентских сетей. Прямая (классическая) агентская сеть. Презентативная агентская сеть. Совмещенная агентская сеть. Двухуровневая (субагентская) сеть. Стратегии создания агентских сетей. Франчайзинг. Агентский договор. Региональные Workshop. Методика создания агентской сети.	2	2
	3.	Агентский договор. Содержание агентских договоров. Предмет договора. Общие положения. Права и обязанности туроператора. Права и обязанности турагента. Порядок организации тура. Порядок расчетов и платежей. Ответственность сторон. Порядок разрешения споров. Обстоятельства непреодолимой силы. Срок действия договора. Условия изменения и расторжения договора. Заключительные положения. Реквизиты и подписи сторон.	2	2
	4.	Агентское вознаграждение. Правила расчетов с турагентами и способы их поощрения. Установление прогрессивной комиссии за продажу турпоездов сверх установленной квоты. Предоставление скидок с объявленных цен на групповые поездки в случае увеличения объема продаж. Проведение туристских бирж.	2	2
	5.	Рекламно-информационные поездки. Виды рекламных туров. Классификация рекламных туров по целям организации. Методика организации рекламных туров. Методика организации внутренних рекламных туров. Методика организации зарубежных рекламных туров.	2	2
	6.	Профессиональная этика работников туристского бизнеса. Особенности делового этикета в туризме. Техники	2	2

		эффективного делового общения, протокол и этикет.		
7.		Работа турагентов с каталогами туроператоров. Генеральные и служебные каталоги. Функции каталогов. Требования, предъявляемые к каталогу. Каталоги, специализированные на пляжном туризме. Каталоги, специализированные на экскурсионно-познавательном туризме. Распространение каталогов.	2	2
		Практическое занятие по отработке умений вести документооборот с использованием информационных технологий.	2*	
1.		ПЗ №40. Анализ ведения документооборота между туроператором – турагентом с применением информационных технологий.	2	
		Практическое занятие по отработке умений работать с заявками на бронирование туров.	2*	
1.		ПЗ №41. Анализ работы туроператора с заявкой турагента на бронирование туристского продукта.	2	
		Практические занятия по отработке умений проводить мониторинг реализации туристских продуктов.	*	
2.		ПЗ №42. Учет реализации турпутевок в офисе турагентства.	2	
3.		ПЗ №43. Учет реализации турпутевок туроператором в турагентствах-партнерах	2	
		Практическое занятие по отработке умений работать с агентскими договорами.	2*	
1.		ПЗ №44. Анализ процесса заключения агентского договора туроператора с турагентом.	2	
		Практическое занятие по отработке умений консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта.	2*	
1.		ПЗ №45. Анализ работы туроператоров в сфере организации и проведения региональных Workshop.	2	
		Практическое занятие по отработке умений использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение.	2*	
1.		ПЗ №46. Решение ситуационных задач по расчету комиссионного вознаграждения турагента.	2	

	Практическое занятие по отработке умений предоставлять информацию турагентам по рекламным турам.	2*	
	1. ПЗ №47. Анализ информации по рекламным турам для турагентств.	2	
	Практическое занятие по отработке умений использовать каталоги и ценовые приложения.	2*	
	1. ПЗ № 48. Анализ методики работы с туристскими каталогами.	2	
Тема 1.8. Использование информационных технологий в туроператорской деятельности	Содержание	8*	
	1. Система информационного обеспечения туризма. Понятие и состав информационного обеспечения туризма. Классификация информационных систем и технологий в туризме. Правила работы в специализированных системах/программном обеспечении туристской организации.	2	2
	2. Информационные технологии, используемые при создании турпродукта. Программа для туроператоров «Мастер-тур», система «Само-Тур».	2	2
	3. Информационные технологии, используемые при реализации турпродукта. Второй блок программного комплекса «Мастер-Тур» - «Реализация турпродукта».	2	2
	4. Информационные технологии в управлении туристскими фирмами. Программы «TurWin», «Чартер», «Овир», «Само-Тур», «Мастер-Тур».	2	2
Самостоятельная работа студентов		114	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы			
1. Подготовка доклада на тему: «Современный туроперейтинг».			
2. Подготовка доклада на тему: «Интеграция в туризме. Разновидности интеграции».			
3. Подготовка доклада на тему: «Диверсификация в международном туризме».			
4. Подготовка доклада на тему: «Структура маркетингового исследования туристского спроса».			
5. Подготовка презентации «Анализ турпродуктов ведущих туроператоров России».			
6. Подготовка доклада на тему: «Конгломерация в международном туризме».			
7. Подготовка доклада на тему: «Защита национальной и культурной идентичности средствами туризма».			
8. Изучение стандартов в области турдеятельности: ГОСТ Р 54605-2017 Туристские услуги. Услуги детского туризма. Общие требования. ГОСТ 32613-2014 Туристские услуги. Услуги туризма для			

<p>людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования.</p> <p>9. Подготовка доклада на тему: «Поставщики туристских услуг».</p> <p>10. Подготовка доклада на тему: «Место России в международном туризме. Основные показатели развития туризма в России».</p> <p>11. Подготовка доклада на тему: «Переговоры с поставщиками туристских услуг в рамках организации профессионально-делового тура».</p> <p>12. Подготовка эссе на тему: «Роль туризма в формировании современной культуры. Положительные и негативные воздействия».</p> <p>13. Подготовка эссе на тему: «Роль туризма в формировании личности индивидуума».</p> <p>14. Подготовка презентации «Историко-культурное наследие России как основа развития познавательного туризма».</p> <p>15. Подготовка презентации «Природные ресурсы России как основа развития внутреннего туризма».</p> <p>16. Составление таблицы по теме: «Анализ предприятий размещения города Сочи».</p> <p>17. Подготовка доклада на тему: «Общие правила пересечения государственной границы».</p> <p>18. Подготовка доклада на тему: «Безопасность таможенного перемещения валюты и товаров».</p> <p>19. Решение ситуационных задач по теме «Расчет себестоимости турпакета и цены турпродукта».</p> <p>20. Изучение технологических документов туристского маршрута (карта (схема) туристского маршрута, технологическая карта туристского путешествия, информационных листов к турпутевке, листок с дополнительной информацией, перечень основных работников, стандарты работы персонала).</p> <p>21. Подготовка доклада на тему: «Способы преодоления проблем, связанных с общением туристов и местного населения».</p> <p>22. Подготовка доклада на тему: «Требования к турагенту со стороны туроператора и иных организаций».</p> <p>23. Подготовка доклада на тему: «Франчайзинг в индустрии туризма».</p> <p>24. Подготовка доклада на тему: «Особенности взаиморасчета турагента и клиента».</p> <p>25. Разработка программы рекламно-информационного тура в Чехию.</p> <p>26. Подготовка доклада на тему: «Искусство проведения переговоров на международных туристских выставках».</p> <p>27. Изучение структуры каталогов по направлению «морские и речные круизы».</p> <p>28. Подготовка доклада на тему: «Классификация и характеристика туристских интернет-ресурсов».</p> <p>29. Подготовка доклада на тему: «Использование возможностей Интернета для продвижения туристских дестинаций».</p>		
Экзамен		
Учебная практика Иметь практический опыт:	72	

<p>Проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам. Планирования программ турпоездки, 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>Виды работ: Расчет себестоимости турпакета и определение цены тура для реализации. Работа с поставщиками услуг. Взаимодействие с турагентствами по вопросам реализации туристского продукта. Составление туристского продукта с групповым и индивидуальным обслуживанием. Классификация групп клиентов турагентства. Составление портрета клиента. Анализ информационных технологий управления. Разработка рекламной кампании в целях продвижения нового направления туроператора. Нестандартные приемы продвижения турпродукта. Применение технологий нерекламных методов продвижения турпродукта. Применение технологии экстренной помощи туристам. Применение технологии создания бренда и положительного турфирмы на рынке. Технологии маркетинговых исследований.</p>			
Раздел 2. Реализация маркетинговой деятельности в туризме			
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме		142	
Тема 2.1. Теоретические основы маркетинга в туризме	Содержание:	22*	
	1. Особенности маркетинга услуг туризма. Рынок услуг туризма. Понятие маркетинга. Основы маркетинга. Методология маркетинга: анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, разработка и реализация мероприятий по усилению сбалансированности спроса и предложения. Теория 4P.	2	2
	2. Маркетинговые исследования в туризме. Методика проведения маркетинговых исследований. Основные этапы маркетингового анализа туристских продуктов.	2	2
	3. Маркетинг услуг внутреннего туризма. Факторы, образующие макросреду: конкуренты, демографические факторы,	2	2

	экономические процессы, природные явления, технологические, политические, культурно-исторические факторы.		
4.	Маркетинг услуг въездного туризма. Направления анализа стран – поставщиков туристов: определение потоков туристов и доли конкретной страны, изучение финансовых возможностей потенциальных туристов, анализ ресурсов свободного времени, выявление специфических предпочтений у потребителей услуг туризма, установление влияния роста интереса к путешествиям на изменение внутреннего товарного рынка, региональный аспект развития рынка туруслуг, характеристика регионального аспекта развития рынка туруслуг. Способы обработки статистических данных.	2	2
5.	Маркетинг услуг выездного туризма. Анализ доли организованных путешествий. Анализ доли потребительских предпочтений применительно к видам туризма. Методы работы с базами данных.	2	2
6.	Электронный маркетинг. Е-бизнес. Е-коммерция (B2C, B2B, C2C). Е-маркетинг. Прямой маркетинг. Интегрированный прямой маркетинг.	2	2
	Практические занятия по отработке умений осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами.	10*	
1.	ПЗ №49. Маркетинговый анализ туркомпаний, формирующих туры по России.	2	
2.	ПЗ №50. Маркетинговый анализ туроператоров по Италии.	2	
3.	ПЗ №51. Анализ предложений на рынке речных круизов России.	2	
4.	ПЗ №52. Составление таблицы «Общая характеристика въездного туризма в России».	2	
5.	ПЗ №53. Проведение сравнительного анализа экскурсионных программ в Грецию от ведущих туроператоров России.	2	
Тема 2.2. Продвижение туристских услуг	Содержание:	70*	

1.	Специфика рекламных услуг в сфере туризма. Понятие рекламы. ФЗ «О рекламе». Зарубежная реклама. Общациональная реклама. Региональная реклама. Местная реклама. Зависимость видов туристской рекламы от признаков классификации. Основные каналы продвижения туристских услуг.	2	2
2.	Реклама туристского продукта. Сравнительная характеристика основных рекламных средств: газеты, журналы, книжная реклама, буклет, рекламный проспект, доджеры, информационный лист, каталог, прайс-лист, пресс-релиз, рекламные подарки, директ-мейл, радио, телевидение, наружная реклама, реклама в торговой точке, выставки. Интернет-реклама.	2	2
3.	Рекламный продукт. Виды рекламного продукта. Структура. Функции.	2	2
4.	Разработка рекламных материалов. Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов. Психология рекламы.	2	2
5.	<i>Подготовка путеводителей, расписаний, профессиональных публикаций и рекламных материалов. Особенности разработки и формирования путеводителей. Разработка рекламных материалов.</i>	2	2
6.	<i>Специфика и комплексных характер туристского маркетинга. Планирование и проведение мероприятий по продвижению турпродукта, бренда компании (рекламных PR мероприятий, презентаций). Способы продвижения турпродукта.</i>	2	2
7.	Понятие рекламной кампании. 3 стадии рекламной кампании. Техника проведения рекламной кампании. Оценка эффективности рекламной кампании.	2	2
8.	<i>Работа со СМИ, радио и телевидением. Мероприятия в интернет – СМИ: спонсирование контента, новости, пресс-релизы, статьи, конференции, консультации, интервью, исследование, опрос, рейтинг, конкурсные мероприятия, викторины. Достоинства и недостатки телевидения как средства рекламы.</i>	2	2

9.	Работа по стимулированию сбыта с турагентствами. Установление прогрессивной комиссии за продажу турпоездов сверх установленной квоты. Предоставление скидок с объявленных цен на групповые поездки в случае увеличения объема продаж. Проведение туристских бирж.	2	2
10.	Работа по стимулированию сбыта с туристами. Скидки, сувениры, подарки, конкурсы, викторины, дополнительные услуги.	2	2
11.	Разработка контента путешествий и размещение его на сайте компании и в сети Интернет. Технология создания текста, фотографий, видеофайлов для контента путешествий.	2	2
12.	Характеристика выставочно-ярмарочной деятельности. Общие понятия. Современные тенденции развития выставочного движения. Влияние выставок на экономику страны. Перспективы развития выставочно-ярмарочной деятельности.	2	2
13.	Классификация выставочно-ярмарочных мероприятий. Типология выставочно-ярмарочных мероприятий. Классификация выставок и ярмарок по отраслям экономики и их специализации.	2	2
14.	Туристские выставки. Международная биржа по туризму ITB Berlin. Всемирная туристская ярмарка WTM. Международные туристские выставки – FITUR, BIT, ITM, «INWETEX-CIS Travel Market», «Отдых», «Енисей», «Байкалтур». Московская международная выставка «МИТТ». Международная выставка «Путешествия и туризм» - SITT.	2	2
15.	Этапы планирования участия в выставке. Принятие решения. Выбор выставки. Определение целей участия. Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках.	2	2
16.	Выставочный бюджет. Противоречие между необходимостью и стоимостью. Составление сметы расходов. Стоимость участия в туристских выставках.	2	2
17.	Рекламно-информационная поддержка участия фирмы в выставке. Письма-уведомления. Письма-приглашения. Каталог.	2	2

	<i>Реклама в прессе. Пресс-релиз. Анонс в прессе. День прессы (пресс-конференция). День открытия выставки. Деловая программа выставки. Сувениры и подарки. Освещение итогов выставки в СМИ. Обеспечение менеджеров, специалистов, агентов по продаже турпродукта рекламными материалами.</i>		
18.	<i>Организация работы персонала на выставке. Обучение и инструктаж персонала. Директор экспозиции фирмы. Внешний вид и поведение персонала. Общие задачи стендистов. Гостеприимство на стенде. Работа с посетителями вставок. Учет посетителей и их запросов. Основные правила работы стендистов.</i>	2	2
19.	<i>Выставочная площадь: выбор и оформление стенда, экспонаты. Выбор месторасположения стенда. Выбор типа стенда. Оформление выставочного стенда. Работа с экспонатами. Преимущества и недостатки участия фирмы на коллективном стенде.</i>	2	2
20.	<i>Послевыставочная работа. Анализ и оценка результатов участия в выставке.</i>	2	2
<i>Практические занятия по отработке умений проводить анализ деятельности других туркомпаний.</i>		4*	
1.	<i>ПЗ №54. Сравнительный анализ печатных рекламных материалов ведущих туроператоров России.</i>	2	
2.	<i>ПЗ №55. Сравнительный анализ интернет-рекламы туроператоров, работающих по направлению пляжного отдыха.</i>	2	
<i>Практические занятия по отработке умений обрабатывать информацию и анализировать результаты.</i>		4*	
1.	<i>ПЗ №56. Разработка и оценка эффективности рекламной кампании по продвижению турагентства на туристский рынок Краснодарского края.</i>	2	
2.	<i>ПЗ № 57. Разработка и оценка эффективности рекламной кампании по продвижению пляжно-экскурсионного тура в Крым.</i>	2	
<i>Практические занятия по отработке умений разрабатывать контент и информационные материалы о путешествиях и размещать их на сайте компании и в сети Интернет.</i>		16*	

1.	<i>ПЗ №58. Разработка контента и информационных материалов для продвижения пляжных турпродуктов Краснодарского края.</i>	2	
2.	<i>ПЗ №59. Разработка контента и информационных материалов для продвижения горнолыжного туризма в России.</i>	2	
3.	<i>ПЗ №60. Разработка контента и информационных материалов для популяризации гастрономического туризма в России.</i>	2	
4.	<i>ПЗ №61. Разработка контента и информационных материалов для популяризации экологического туризма в России.</i>	2	
5.	<i>ПЗ №62. Разработка контента и информационных материалов для продвижения этнографического туризма на территории Северного Кавказа.</i>	2	
6.	<i>ПЗ №63. Разработка контента и информационных материалов для продвижения агро-туризма на территории Краснодарского края.</i>	2	
7.	<i>ПЗ №64. Разработка контента и информационных материалов для продвижения лечебно-оздоровительного туризма на территории КМВ.</i>	2	
8.	<i>ПЗ №65. Разработка контента и информационных материалов для популяризации спортивного туризма на территории Республики Дагестан.</i>	2	
Практические занятия по отработке умений работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации.		6*	
1.	ПЗ №66. Планирование участия туроператора на международной туристской выставке «Интурмаркет».	2	
2.	ПЗ №67. Составление сметы расходов и определение стоимости участия туроператора в международной выставке «Интурмаркет».	2	
3.	ПЗ №68. Анализ организация предвыставочной рекламной кампании для туроператора.	2	
Дифференцированный зачет		2*	
Самостоятельная работа студентов		48	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы			
1. Подготовка доклада на тему: «Факторы, определяющие туристскую активность и специфику туристского спроса».			

<p>2. Подготовка доклада на тему: «Туристский потенциал территориального объекта как основа для формирования туристского предложения».</p> <p>3. Подготовка презентации «Анализ состояния и перспективы развития агротуризма в России».</p> <p>4. Подготовка презентации «Анализ российского въездного туризма экскурсионной направленности».</p> <p>5. Подготовка доклада и презентации по теме: «Анализ рынка МТСЕ-туризма за рубежом».</p> <p>6. Подготовка доклада на тему: «Виртуальный маркетинг – будущее информационно-рекламного пространства».</p> <p>7. Изучение ФЗ «О рекламе».</p> <p>8. Подготовка доклада на тему: «Технологии продвижения туристского продукта и услуг туроператора».</p> <p>9. Подготовка доклада на тему: «Оценка социально-психологического воздействия рекламы на целевую аудиторию в туризме».</p> <p>10. Подготовка доклада и презентации на тему: «Профессиональные порталы и их использование в Интернет-продвижении туроператорами».</p> <p>11. Подготовка доклада на тему: «Разработка PR-кампании для туроператора».</p> <p>12. Подготовка доклада на тему: «Интернет-реклама как инструмент продвижения турпродукта на туристский рынок».</p> <p>13. Подготовка доклада и презентации на тему: «CRM-геймификация в маркетинге».</p> <p>14. Подготовка презентации: «МИТТ – самая крупная туристская выставка в России».</p> <p>15. Подготовка доклада на тему: «Брендинг в сфере туризма».</p> <p>16. Подготовка презентации «Психологические приемы для визуального оформления рекламы».</p> <p>17. Подготовка доклада на тему: «Поведение потребителей в разных национальных культурах».</p> <p>18. Подготовка доклада на тему: «Общественные классы и социальные группы, и их роль в формировании потребительского поведения».</p>		
<p>Производственная практика 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.</p>	72	

<p>Виды работ: Формирование туристского продукта. Выявление сопутствующих услуг, предоставляемых в индустрии туризма. Вычисление себестоимости и определение цены турпродукта. Специфика реализации турпродукта через турагентства. Система продвижения турпродукта. Осуществление маркетингового исследования и формирование базы данных по туристским продуктам. Разработка рекламной кампании и создание презентации турпродукта.</p>		
Всего	638	

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.03.01 Технология и организация туроператорской 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). – Раздел 5: Предоставление туроператорских услуг.

Дополнительные источники по МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности:

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

6. Николенко П. Г. Гостиничная индустрия: учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, Ю. С. Ключева. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 449 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12518-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

7. Кулакова Н. И. Технология и организация экскурсионных услуг: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. И. Кулакова, Т. В. Ганина; под редакцией Н. И. Кулаковой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 127 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12546-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

8. Сологубова Г. С. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник для среднего профессионального образования / Г. С. Сологубова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 332 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09961-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

9. 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>

10. 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>

11. Комарова Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

Основные источники по МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме:

1. Гукова О.Н. Организация предприятий сервиса: практикум / О.Н. Гукова, А.М. Петрова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. – 384 с.: ил. – (Проф. образование). – Раздел 4, Тема 2: Маркетинг сервисных предприятий.

Дополнительные источники по МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме:

2. 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>

3. 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>

4. Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва: КноРус, 2020. — 224 с. — ISBN 978-5-406-08244-7. — URL: <https://book.ru/book>

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. Карасев А.П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

7. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — 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>

9. Шубаева В. Г. Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 120 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10550-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

10. Джанджугазова Е.А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru>

11. Комарова Л.К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — 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.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности и МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме.

Производственная практика проводится в туристских фирмах, осуществляющих туристскую деятельность. Обязательным условием допуска к производственной практике является сдача экзамена по междисциплинарному курсу МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности и дифференцированного зачета по междисциплинарному курсу МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модулей «Технология и организация туроператорской деятельности» и «Маркетинговые технологии в туризме», 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>	
---	--