

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Загвоздина Любовь Георгиевна

Должность: Директор

Дата подписания: 17.09.2023 20:54:04

Уникальный программный ключ:

8ea9eca0be4f6fdd53da06ef676b3f826e1460eb

Министерство образования и науки Челябинской области

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Челябинский колледж Комитент»

(АНОПО «Челябинский колледж Комитент»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

Специальность: 43.02.10 Туризм

Квалификация выпускника: Специалист по туризму

Челябинск 2021

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм (Приказ Министерства образования и науки РФ от 07 мая 2014 г. N 474).

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании цикловой методической комиссии дисциплин туризма и гостиничного дела, протокол № 10 от 28.05.2021 г.

Автор-составитель:

Согласовано с представителем работодателя:

ООО «Крумис», директор

В.А. Кондратьев

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| 1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля | 4 |
| 2. Структура и содержание профессионального модуля | 6 |
| 3. Условия реализации программы профессионального модуля | 16 |
| 4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля | 17 |

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

1.1. Место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Профессиональный модуль ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг является обязательной частью профессионального цикла образовательной программы специальности 43.02.10 Туризм.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате освоения профессионального модуля обучающийся 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;

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 туров;
- 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.

В результате освоения профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг обучающийся должен освоить основной вид деятельности: Предоставление туроператорских услуг и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

Общие компетенции (ОК):

- 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.

Профессиональные компетенции (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.

Личностные результаты:

| | |
|---|--------------|
| Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации | ЛР 16 |
| Демонстрирующий навыки анализа и интерпретации информации из различных источников с учетом нормативно-правовых норм | ЛР 17 |
| Демонстрирующий готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности. | ЛР 18 |
| Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747) | ЛР 19 |
| Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747) | ЛР 21 |
| Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности. | ЛР 22 |
| Иметь базовую подготовленность к самостоятельной работе по своей специальности на уровне специалиста с профессиональным образованием | ЛР 23 |
| Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий. | ЛР 24 |
| Активно применять полученные знания на практике. | ЛР 25 |

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

| Коды профессиональных общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Суммарный объем нагрузки, час. | Объем профессионального модуля, час. | | | | | | | | |
|---|--|--------------------------------|---|-------------|----------|--------------------------------|--------------|--|--------------------|------------------------------|---|
| | | | Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем | | | | | | | Самостоятельная работа, час. | Экзамен по профессиональному модулю, час. |
| | | | Обучение по МДК | | | Практическая подготовка | | | Консультации, час. | | |
| | | | Всего час. | В том числе | | Лаб. раб./практические занятия | Учебная час. | Производственная (по профилю специальности) час. | | | |
| Лабораторных и практических занятий | Курсовых работ | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | |
| ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1-ПК 3.4. | МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности | 248 | 168 | 62 | | 62 | - | - | - | 80 | - |
| | МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме | 156 | 104 | 50 | - | 50 | - | - | - | 52 | - |
| | УП.03 Учебная практика | 72 | 72 | | | | 72 | | | | |
| | ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности) | 144 | 144 | | | | | 144 | | | |
| | ПМ.03.ЭК Экзамен по профессиональному модулю | | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | Всего: | 620 | 488 | 112 | - | 112 | 72 | 144 | - | 132 | 0 |

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

| Наименование разделов профессионального модуля и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) | Объем часов | В форме практической подготовки | Осваиваемые элементы компетенций и личностные результаты | |
|--|--|-------------|---------------------------------|--|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 3 семестр | | | | | |
| МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности | | | | | |
| Тема 1. Основы туроперейтинга | Содержание учебного материала | | | ОК 1. ОК 4. ПК 3.2. ПК 3.3 ЛР 16-19,21-25 | |
| | 1. Предмет, цели, основные задачи дисциплины. Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. Предмет деятельности туроператора. Этапы развития туроперейтинга. 2. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта (разбор конкретных ситуаций) | 10 | | | |
| | Практические занятия | 6 | 6 | | |
| | Исследование основных схем работы туроператора по разработке и реализации турпродукта. | | | | |
| | Самостоятельная работа | | | | |
| Тема 2. Типы и функции туроператоров | Содержание учебного материала | | | ОК 1.,ОК 2. ОК 3.,ОК 4. ОК 5.,ОК 6. ОК 7. ПК 3.2. ПК 3.3. ЛР 16-19,21-25 | |
| | 1. Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Операторы специализированные. Местные туроператоры. Выездные туроператоры. 2. Функции туроператоров. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Организация туров для внутреннего туризма. Обеспечение прибывающих туристов. | 10 | | | |
| | Практические задания | 6 | | | |
| | Проведение деловой игры: «Сотрудничество и соперничество туроператоров массового рынка» | | | | |
| | Самостоятельная работа | 12 | | | |
| Тема 3. Основные характеристики и структура турпродукта | Содержание учебного материала | | | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.2. ПК 3.3. ЛР 16-19,21-25 | |
| | 1. Туристский продукт. Потребительские свойства турпродукта. Три составные части турпродукта. Тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. 2. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта (разбор конкретных ситуаций) | 10 | | | |
| | Практические занятия | 6 | 6 | | |
| | 1. Составление анализа оптимального обслуживания туристов во время путешествия. (расчетная задача) | | | | |

| | | | | |
|--|---|----|---|--|
| | 2. Проведение деловой игры «Способы устранения проблем, возникающие во время тура» | | | |
| | Самостоятельная работа | 12 | | |
| | 1. Составить тематический кроссворд по терминам туризма. 2. Подготовить доклад с презентацией на тему «Жизненный цикл дестинации». | | | |
| Тема 4. Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание | Содержание учебного материала | | | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.2. ПК 3.3. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Турпакет (пакетный тур). Как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета - передвижение, размещение, услуги, впечатления. Факторы. Политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция. 2. Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Обработка информационных источников. Основные правила и методика ведения туров. 3. Принципы выбора мест приема. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура (разбор конкретных ситуаций) | 12 | | |
| | Практические занятия: | 6 | 6 | |
| | 1. Составление таблицы - временной шкалы для новой туроперейтинговой программы туроператора (расчетная задача) 2. Составление договорного плана каждого года в виде таблицы 3. Составление туристского пакета, на основе проведенного анализа факторов влияющих на его создание, в конкретном регионе (разбор конкретных ситуаций) | | | |
| | Самостоятельная работа | 12 | | |
| | 1. Подготовить реферат на тему: «Потенциал туристских дестинаций» (дестинация на выбор студента) 2. Подбор турпакета согласно выданному заданию. 3. Подготовить презентацию на тему: «Аттракция в туризме» | | | |
| Тема 5. Технология разработки турпродукта | Содержание учебного материала | | | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Порядок и этапы разработки турпродукта. Туристско-технологическая документация. Нормативно-правовые акты, регламентирующие процесс проектирования тура 2. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок. 3. Потребительские свойства тура. 4. Условия и принципы разработки тура (разбор конкретных ситуаций) 5. Процесс разработки. Вербальная модель тура. | 12 | | |
| | Практические занятия: | 6 | 6 | |
| | 1. Разработка турпродукта для определенной категории туристов. (vip) (расчетная задача) 2. Разработка массового турпродукта (расчетная задача) 3. Контрольная работа | | | |

| | | | | |
|-------------------------------|---|----|--|---|
| | <p>Самостоятельная работа</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Написание рефератов на тему «Приоритетные виды и направления туризма в Уральском регионе» 2. Заполнение информационного листа. 3. Заполнение технологической карты тура. 4. Подготовка к контрольной работе 5. Подготовка к защите курсовой работы | 14 | | |
| <p>Курсовая работа</p> | <p>Темы курсовых работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Туристско-рекреационный потенциал Краснодарского края. 2. Туристско-рекреационный потенциал Республики Башкортостан. 3. Туристско-рекреационный потенциал Свердловской области. 4. Проектирование туристского продукта в области спортивного туризма в Челябинской области. 5. Туристско-рекреационный потенциал Астраханской области. 6. Анимационная деятельность в туризме. Задачи и перспективы. 7. Туристско-рекреационный потенциал Республики Татарстан. 8. Туристско-рекреационный потенциал Чехии. 9. Историко-культурный потенциал города Санкт-Петербурга как основной ресурс развития туризма. 10. Туристско-рекреационный потенциал Индии. 11. Проектирование туристского продукта в области велнес-туризм. 12. Туристско-рекреационный потенциал Германии. 13. Организация отдыха в национальных парках Челябинской области. 14. Туристско-рекреационный потенциал Финляндии (развитие экологического туризма) 15. Туристско-рекреационный потенциал Тюменской области. 16. Туристско-рекреационный потенциал России. 17. Туристско-рекреационный потенциал Республики Крым. 18. Туристско-рекреационный потенциал Омской области. 19. Туристско-рекреационный потенциал Челябинской области. 20. Организация отдыха в тематических парках развлечений. 21. Туристско-рекреационный потенциал Греции. 22. Туристско-рекреационный потенциал Италии. 23. Особо охраняемые природные территории как объекты туризма. (Челябинской области, Свердловской области). 24. Историко-культурный потенциал города Челябинска как основной ресурс развития туризма. | 20 | | <p>ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.-ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25</p> |

| | | | | |
|---|---|----|----|--|
| Промежуточная аттестация | Защита курсовой работы | | | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.-.ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| 4 семестр | | | | |
| Тема 6. Программный туризм | Содержание учебного материала | | | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Определение программного туризма. Сущность, цели и задачи. Особенности программного туризма. 2. Программы обслуживания. Познавательная, спортивная, образовательная, деловая и др. 3. Принципы формирования туристско-экскурсионных программ обслуживания. 4. Цели программного туризма. С точки зрения: туристского менеджмента; туристского маркетинга; технологии обслуживания туристов. | 10 | | |
| | Практические занятия: | 10 | 10 | |
| | 1. Составление программы обслуживания для определённых групп туристов (разбор конкретных ситуаций) 2. Проведение деловой игры: «Бронирование тура для иностранных туристов» 3. Проведение деловой игры: «Определение категории тура» | | | |
| | Самостоятельная работа | 9 | | |
| 1. Подготовка доклада с презентацией на тему: «Деловой туризм и факторы его развития» 2. Подготовка презентаций на тему: «Спортивный туризм» и «Культурный туризм» | | | | |
| Тема 7. Цена туристского пакета | Содержание учебного материала | | | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.2. ПК 3.3. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Особенности ценообразования в туризме. Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета (разбор конкретных ситуаций) 2. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления. | 10 | | |
| | Практические занятия: | 10 | 10 | |
| | 1. Расчёты стоимости тура. 2. Описание методики расчета себестоимости турпакета и определить цену турпродукта для турагента. | | | |
| | Самостоятельная работа | 9 | | |
| Решение задач. | | | | |
| Тема 8. Системы распространения турпродукта | Содержание учебного материала | | | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством | 12 | | |
| | Практические занятия: | 12 | 12 | |
| | 1. Описание методики расчетов комиссионного вознаграждения для турагентов 2. Проведение деловой игры: «Методы поощрения турагентов» | | | |
| Самостоятельная работа | 10 | | | |

| | | | | |
|--|---|--------|------------|---|
| | Анализ информационных каталогов туроператоров. Подготовка к защите курсовой работы Подготовка к дифференцированному зачету | | | |
| Промежуточная аттестация | Дифференцированный зачет | | | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.2. ПК 3.3..ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | | Всего: | 248 | 62 |
| 3 семестр | | | | |
| МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме | | | | |
| Тема 1. Понятие и сущность маркетинга | Содержание учебного материала | 12 | | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Понятие маркетинга. Маркетинг как экономический процесс, функции и принципы маркетинга 2. Специфика маркетинга услуг, сущность и содержание маркетинга в туризме. | 4 | | |
| | Практические занятия. | 4 | 4 | |
| | 1. История развития маркетинга: причины становления, этапы развития. 2. Специфика туруслуг, принципы маркетинга в туризме. | | | |
| | Самостоятельная работа студента | 4 | | |
| | Подготовка реферата на тему «История развития маркетинга». | | | |
| Тема 2. Внешняя и внутренняя среда в маркетинге. | Содержание учебного материала | 12 | | ОК 4. ОК 5. ОК 6. ПК 3.1. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Понятие внутренней среды организации. Факторы внутренней среды. 2. Понятие внешней среды организации. Структура внешней среды | 4 | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | |
| | 1. Внутренняя среда туристической компании. 2. Внешняя среда туристической компании. Модели внешней среды. | | | |
| | Самостоятельная работа студента | 4 | | |
| | Анализ внутренней и внешней среды туристической компании или туристического агентства (на выбор студента) Разработка модели внешней среды. | | | |
| Тема 3. Концепция маркетинга. | Содержание учебного материала | 8 | | ОК 1. ОК 2. ОК 8. ПК 3.1 ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Уровни маркетинга в туризме.Маркетинг территорий и регионов. 2. Маркетинг производителей туристских услуг. | 4 | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | |
| | 1. Технология реализации концепции маркетинга на туристском 2. Этапы маркетинга в туризме. | | | |
| Тема 4. Программный туризм как основа туристического | Содержание учебного материала | 12 | | ОК 1. ОК 4. ОК 5. ОК 7. |
| | 1. Понятие и принципы программного туризма. 2. Содержание программы тура.Виды программного туризма. | 4 | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | |

| | | | | |
|--------------------------------------|--|---|---|--|
| маркетинга. | 1. Анализ программы тура. 2. Потребительские мотивы и виды программного туризма. 3. Анализ содержания программ на сайтах туроператора (по выбору студента) 4. Презентации туристических программ. | | | ОК 9. ПК 3.1. ЛР 16-19,21-25 |
| | Самостоятельная работа студента | 4 | | |
| | Анализ программы тура (на выбор студента) представленной действующим на рынке туристическим оператором. | | | |
| Тема 5. Типология туристов | Содержание учебного материала | 8 | | ОК 1. ОК 9. ОК 5. ПК 3.1. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Факторы влияющие на поведение покупателей. 2. Принципы типологии туристов | 4 | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | |
| | 1. Классификация туристов и характеристика различных типов. 2. Туристические роли. Классы обслуживания клиентов. | | | |

| | | | | |
|---|--|----|---|--|
| Тема 6. Маркетинговые исследования: понятие, правила, этапы, направления. | Содержание учебного материала | 12 | | ОК 1. ОК 4. ПК 3.1. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Понятие и содержание маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований. 2. Система методов маркетинговых исследований. Инструменты сбора информации. | 4 | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | |
| | 1. Способы обработки статистических данных. Правила проведения маркетинговых исследований. 2. Основные направления маркетинговых исследований. 3. Этапы маркетинговых исследований. | | | |
| | Самостоятельная работа студента | 4 | | |
| | Изучение литературы по теме. Значение и виды маркетинговых исследований. | | | |
| Тема 7. Маркетинговые исследования рынка. | Содержание учебного материала | 12 | | ОК 1. ОК 5. ОК 6. ПК 3.1. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Понятие туристского рынка. Качественная структура туристского рынка. 2. Классификации рынка. | 4 | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | |
| | 1. Классификация рынка по видам и формам туризма. 2. Конъюнктура рынка. Методические требования к оценке конъюнктуры рынка. Этапы исследования конъюнктуры туристского рынка. Понятие емкости рынка. Оценка доли рынка. | | | |
| | Самостоятельная работа студента | 4 | | |
| | Анализ Челябинского туристического рынка: участники туристического рынка, особенности туристического продукта представленного на рынке. | | | |
| Тема 8. | Содержание учебного материала | 8 | | ПК 3.1. |

| | | | | |
|---|--|----|---|--|
| Маркетинговые исследования турпродукта. | 1. Понятие и структура туристского продукта. Уровни турпродукта. Способы совершенствования турпродукта. Подкрепление турпродукта. 2. Концепция жизненного цикла турпродукта | 4 | | ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | Практические занятия | 4 | 4 | |
| | 1. Стадии жизненного цикла турпродукта. 2. Организация эффективной работы по внедрению нового турпродукта. | | | |
| Тема 9. Маркетинговые исследования конкурентов. | Содержание учебного материала | 12 | | ОК 1. ОК 7. ПК 3.1. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Понятие конкуренции. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу в туризме. . Виды конкуренции. 2. Цели и значение маркетинговых исследований конкурентов | 4 | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | |
| | 1. Качественные характеристики конкурентов. 2. Количественные характеристики конкурентов. | | | |
| | Самостоятельная работа студента | 4 | | ОК 4. ОК 5. ПК 3.1, ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | Практическое задание. Выявление основных конкурентов на региональном туристическом рынке на базе чартерных рейсов. | | | |
| Тема 10. Маркетинговые исследования потребителей. | Содержание учебного материала | 12 | | ОК 4. ОК 5. ПК3.1. ПК3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Цели и значение исследования потребителей. 2. Основные принципы формирования правильного представления потребителя в маркетинге. Модель поведения потребителя. | 4 | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | |
| | 1. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг. 2. Факторы маркетинга. Факторы среды. Изучение личностных характеристик потребителей. Мотивы поведения потребителей. | | | |
| | Самостоятельная работа студента | 4 | | |
| | Изучить основные теории мотивации. Охарактеризовать возможность их применения в маркетинге туризма. | | | |
| Тема 11. Ценообразование в маркетинге | Содержание учебного материала | 14 | | ОК 1. ОК 2. ОК 4. ОК 5. ОК 9. ПК 3.1. ПК3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | 1. Сущность и значение цен в маркетинге 2. Цена как важнейший фактор конкуренции. | 4 | | |
| | Практические занятия | 4 | 4 | |
| | 1. Формирование ценовой политики 2. Системы онлайн поиска и бронирования туров | | | |
| | Самостоятельная работа студента | 6 | | |
| | Анализ динамики цен на туристическом рынке. Определение причин изменения цен. Составление ценовой конкурентной карты на региональном рынке среди федеральных туроператоров. | | | |
| Тема 12. Сегментация рынка | Содержание учебного материала | 14 | | ОК 4. ОК 5. |
| | Значение сегментации рынка, принципы и факторы сегментации. | 4 | | |

| | | | | |
|--|--|------------|---|--|
| | Практические занятия | 4 | 4 | ПК 3.1. ПК3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | Этапы сегментации, Характеристика этапов сегментации | | | |
| | Самостоятельная работа студента | 6 | | |
| | Сегментация целевой аудитории одного из туроператоров (на выбор) по характеру представленного туристического продукта. | | | |
| Тема 13. Реклама в туризме. | Содержание учебного материала | 14 | | ОК 1. ОК 2. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ПК 3.1. ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | Понятие рекламы. Специфика рекламы в туризме. Цели рекламы в туризме. Нормативная основа рекламной деятельности в туризме. Принципы рекламы. Тактические решения по рекламе в туристской фирме. Оплата рекламных объявлений и контроль за расходами. | 6 | | |
| | Практические занятия | 2 | 2 | |
| | Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радио- и телереклама. Рекламные сувениры. Прямая почтовая реклама. Наружная реклама. Компьютеризованная реклама. Фирменный стиль. Носители фирменного стиля. Нерекламные методы продвижения. Стимулирование продаж и пропаганда туристского | | | |
| | Самостоятельная работа студента | 6 | | |
| | Разработка рекламной компании (продвижения) одного из туристических продуктов представленных на рынке. Подготовка к дифференцированному зачету | | | |
| Промежуточная аттестация | Дифференцированный зачет | | | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.2. ПК 3.3..ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | Всего: | 156 | 50 | |
| Практическая подготовка | 3 семестр | | | |
| | УП.03 Учебная практика | 72 | 72 | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.2. ПК 3.3..ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности) | 72 | 72 | |
| | 4 семестр | | | |
| ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности) | 72 | 72 | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.2. ПК 3.3..ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 | |
| Промежуточная аттестация | Экзамен по модулю | | | ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.2. ПК 3.3..ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25 |
| | Итого: | 620 | 328 | |

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Кабинет турагентской и туроператорской деятельности

Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:

Парты (2-х местная)

Стулья

Стол преподавателя

Стул преподавателя

Компьютер

Доска меловая

Библиотека, читальный зал с выходом в Интернет

Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:

Автоматизированное рабочее место библиотекаря

Автоматизированное рабочее место читателей

Принтер

Сканер

Стеллажи для книг

Кафедра

Выставочный стеллаж

Каталожный шкафа

Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы)

Помещение для самостоятельной работы

Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:

Автоматизированные рабочие места обучающихся

Парты (2-х местные)

Стулья

Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду АНОПО «Челябинский колледж Комитент», с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет»

3.2. Информационное обеспечение обучения

МДК .03.01 Технология и организация туроператорской деятельности

Основная литература:

1. Золотовский, В.А. Правовое регулирование туристской деятельности: учебник для СПО / В.А. Золотовский, Н.Я. Золотовская. — М.: Юрайт, 2018. — 247 с. — (Серия : Профессиональное образование).

2. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт, 2018. — 445 с.

Дополнительная литература:

1. Каменец, А. В. Организация социально-культурной деятельности. Молодежный туризм : учеб. пособие / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общ. ред. А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2018. — 162 с.

МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме

Основная литература:

1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник / Л. В. Баумгартен. - М.: Юрайт, 2018. — 338 с.

2. Кулибанова, В. В. Маркетинг в сервисе : учебник и практикум / В. В. Кулибанова. — М.: Юрайт, 2018. — 259 с.

3. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт, 2018. — 218 с.

Дополнительная литература:

1 Быстров С. А. Организация гостиничного дела : учеб. пособие / С.А. Быстров. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018. — 432 с.

Электронные образовательные ресурсы

1. eLIBRARY.RU: Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
2. Гарант: информационно-правовой портал Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>.
5. Проект «Национальный рейтинг» <http://russia-rating.ru/info/9857.html>
7. Федеральное агентство по туризму <http://www.russiatourism.ru/>
8. ЭБС «ZNANIUM.COM» - Режим доступа: <http://znanium.com>

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

| Результаты обучения | Критерии оценки | Методы оценки |
|---|--|--|
| <p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; – планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета; – предоставления сопутствующих услуг; – расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; – взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта; – работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг; – планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 | <p>Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними дискуссионными навыками и приемами, активно проявляет себя в групповой работе;</p> <p>Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении дискуссионных вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, способен проявлять себя в групповой работе;</p> <p>Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он</p> | <p>Оценка результатов выполнения, выполненных заданий Устный опрос Заслушивание и оценивание сообщений, презентаций Анализ решения ситуативных задач Защита курсовой работы Дифференцированный зачет Экзамен по модулю</p> |

| | | |
|---|--|--|
| <p>российских и зарубежных клиентов;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 туров; - предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; - использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; - использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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, | <p>имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении поставленных задач, не активен в групповой работе;</p> <p>Оценка «неудовлетворительно»</p> <p>выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает поставленных задачи или не справляется с ними самостоятельно, не принимает участие в групповой работе.</p> | |
|---|--|--|

| | | |
|--|--|--|
| <p>государственными организациями и страховыми компаниями</p> <ul style="list-style-type: none">- 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. | | |
|--|--|--|