

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Загвоздина Любовь Генриховна

Должность: Директор

Дата подписания: 27.04.2023 15:52:25

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 2022

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 27.05.2022 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					
			Всего час.	В том числе		Лаб. раб./практические занятия	Учебная час.	Производственная (по профилю специальности) час.	Консультации, 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 туруслуг; - предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; - использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; - использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках; <p>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 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.		
---	--	--