

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Загвоздина Любовь Генриховна

Должность: Директор

Дата подписания: 28.04.2022 08:00:25

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

Профиль профессионального образования: социально-экономический

Форма обучения: очная

Год набора: 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: Тарханова Н.П.

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 .....	7
3. Условия реализации программы профессионального модуля .....	17
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля .....	18

# 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	<b>ЛР 16</b>
Демонстрирующий навыки анализа и интерпретации информации из различных источников с учетом нормативно-правовых норм	<b>ЛР 17</b>
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.	<b>ЛР 18</b>
Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	<b>ЛР 19</b>
Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	<b>ЛР 21</b>
Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности.	<b>ЛР 22</b>
Иметь базовую подготовленность к самостоятельной работе по своей специальности на уровне специалиста с профессиональным образованием	<b>ЛР 23</b>
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	<b>ЛР 24</b>
Активно применять полученные знания на практике.	<b>ЛР 25</b>

## 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	12
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		-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>Всего:</b>	<b>620</b>	<b>488</b>	<b>112</b>	<b>-</b>	<b>112</b>	<b>72</b>	<b>144</b>	<b>-</b>	<b>132</b>	<b>0</b>

## 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	
<b>5 семестр</b>					
<b>МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности</b>					
<b>Тема 1.</b> Основы туроперейтинга	<b>Содержание учебного материала</b>			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			
	<b>Практические занятия</b>	6	6		
	Исследование основных схем работы туроператора по разработке и реализации турпродукта.				
	<b>Самостоятельная работа</b>				
Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров.	2				
<b>Тема 2.</b> Типы и функции туроператоров	<b>Содержание учебного материала</b>			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			
	<b>Практические задания</b>	6			
	Проведение деловой игры: «Сотрудничество и соперничество туроператоров массового рынка»				
	<b>Самостоятельная работа</b>	12			
На основании самостоятельного исследования провести презентацию страны, обладающей устойчивой привлекательностью для туристов из России.					
<b>Тема 3.</b> Основные характеристики и структура турпродукта	<b>Содержание учебного материала</b>			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			
	<b>Практические занятия</b>	6	6		
1. Составление анализа оптимального обслуживания туристов во время путешествия. (расчетная задача)					



	2. Проведение деловой игры «Способы устранения проблем, возникающие во время тура»			
	<b>Самостоятельная работа</b>	12		
	1. Составить тематический кроссворд по терминам туризма. 2. Подготовить доклад с презентацией на тему «Жизненный цикл дестинации».			
<b>Тема 4.</b> Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание	<b>Содержание учебного материала</b>			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		
	<b>Практические занятия:</b>	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)			
	<b>Самостоятельная работа</b>	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»			
<b>Тема 5.</b> Технология разработки турпродукта	<b>Содержание учебного материала</b>			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		
	<b>Практические занятия:</b>	6	6	
	1. Разработка турпродукта для определенной категории туристов. (vip) (расчетная задача) 2. Разработка массового турпродукта (расчетная задача) 3. Контрольная работа			

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

<b>Промежуточная аттестация</b>	Защита курсовой работы			ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.-.ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25
<b>6 семестр</b>				
<b>Тема 6.</b> Программный туризм	<b>Содержание учебного материала</b>			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		
	<b>Практические занятия:</b>	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»			
	<b>Самостоятельная работа</b>	9		
1. Подготовка доклада с презентацией на тему: «Деловой туризм и факторы его развития» 2. Подготовка презентаций на тему: «Спортивный туризм» и «Культурный туризм»				
<b>Тема 7.</b> Цена туристского пакета	<b>Содержание учебного материала</b>			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		
	<b>Практические занятия:</b>	10	10	
	1. Расчёты стоимости тура. 2. Описание методики расчета себестоимости турпакета и определить цену турпродукта для турагента.			
	<b>Самостоятельная работа</b>	9		
Решение задач.				
<b>Тема 8.</b> Системы распространения турпродукта	<b>Содержание учебного материала</b>			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		
	<b>Практические занятия:</b>	12	12	
	1. Описание методики расчетов комиссионного вознаграждения для турагентов 2. Проведение деловой игры: «Методы поощрения турагентов»			
<b>Самостоятельная работа</b>	10			

	Анализ информационных каталогов туроператоров. Подготовка к защите курсовой работы Подготовка к дифференцированному зачету			
<b>Промежуточная аттестация</b>	Дифференцированный зачет			ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.2. ПК 3.3..ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25
		Всего:	<b>248</b>	<b>62</b>
<b>5 семестр</b>				
<b>МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме</b>				
<b>Тема 1.</b> Понятие и сущность маркетинга	<b>Содержание учебного материала</b>	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		
	<b>Практические занятия.</b>	4	4	
	1. История развития маркетинга: причины становления, этапы развития. 2. Специфика туруслуг, принципы маркетинга в туризме.			
	<b>Самостоятельная работа студента</b>	4		
	Подготовка реферата на тему «История развития маркетинга».			
<b>Тема 2.</b> Внешняя и внутренняя среда в маркетинге.	<b>Содержание учебного материала</b>	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		
	<b>Практические занятия</b>	4	4	
	1. Внутренняя среда туристической компании. 2. Внешняя среда туристической компании. Модели внешней среды.			
	<b>Самостоятельная работа студента</b>	4		
	Анализ внутренней и внешней среды туристической компании или туристического агентства (на выбор студента) Разработка модели внешней среды.			
<b>Тема 3.</b> Концепция маркетинга.	<b>Содержание учебного материала</b>	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		
	<b>Практические занятия</b>	4	4	
	1. Технология реализации концепции маркетинга на туристском 2. Этапы маркетинга в туризме.			
<b>Тема 4.</b> Программный туризм как основа туристического	<b>Содержание учебного материала</b>	12		ОК 1. ОК 4. ОК 5. ОК 7.
	1. Понятие и принципы программного туризма. 2. Содержание программы тура.Виды программного туризма.	4		
	<b>Практические занятия</b>	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
	<b>Самостоятельная работа студента</b>	4		
	Анализ программы тура (на выбор студента) представленной действующим на рынке туристическим оператором.			
<b>Тема 5.</b> Типология туристов	<b>Содержание учебного материала</b>	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		
	<b>Практические занятия</b>	4	4	
	1. Классификация туристов и характеристика различных типов. 2. Туристические роли. Классы обслуживания клиентов.			
<b>Тема 6.</b> Маркетинговые исследования: понятие, правила, этапы, направления.	<b>Содержание учебного материала</b>	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		
	<b>Практические занятия</b>	4	4	
	1. Способы обработки статистических данных. Правила проведения маркетинговых исследований. 2. Основные направления маркетинговых исследований. 3. Этапы маркетинговых исследований.			
	<b>Самостоятельная работа студента</b>	4		
	Изучение литературы по теме. Значение и виды маркетинговых исследований.			
<b>Тема 7.</b> Маркетинговые исследования рынка.	<b>Содержание учебного материала</b>	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		
	<b>Практические занятия</b>	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.			
	<b>Самостоятельная работа студента</b>	4		
	Анализ Челябинского туристического рынка: участники туристического рынка, особенности туристического продукта представленного на рынке.			
<b>Тема 8.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	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
	<b>Практические занятия</b>	4	4	
	1. Стадии жизненного цикла турпродукта. 2. Организация эффективной работы по внедрению нового турпродукта.			
<b>Тема 9.</b> Маркетинговые исследования конкурентов.	<b>Содержание учебного материала</b>	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		
	<b>Практические занятия</b>	4	4	
	1. Качественные характеристики конкурентов. 2. Количественные характеристики конкурентов.			
	<b>Самостоятельная работа студента</b>	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.			
<b>Тема 10.</b> Маркетинговые исследования потребителей.	<b>Содержание учебного материала</b>	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		
	<b>Практические занятия</b>	4	4	
	1. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг. 2. Факторы маркетинга. Факторы среды. Изучение личностных характеристик потребителей. Мотивы поведения потребителей.			
	<b>Самостоятельная работа студента</b>	4		
	Изучить основные теории мотивации. Охарактеризовать возможность их применения в маркетинге туризма.			
<b>Тема 11.</b> Ценообразование в маркетинге	<b>Содержание учебного материала</b>	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		
	<b>Практические занятия</b>	4	4	
	1. Формирование ценовой политики 2. Системы онлайн поиска и бронирования туров			
	<b>Самостоятельная работа студента</b>	6		
	Анализ динамики цен на туристическом рынке. Определение причин изменения цен. Составление ценовой конкурентной карты на региональном рынке среди федеральных туроператоров.			
<b>Тема 12.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	14		ОК 4.

Сегментация рынка	Значение сегментации рынка, принципы и факторы сегментации.	4		ОК 5. ПК 3.1. ПК3.4. ЛР 16-19,21-25
	<b>Практические занятия</b>	4	4	
	Этапы сегментации, Характеристика этапов сегментации			
	<b>Самостоятельная работа студента</b>	6		
<b>Тема 13.</b> Реклама в туризме.	<b>Содержание учебного материала</b>	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		
	<b>Практические занятия</b>	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			
	<b>Самостоятельная работа студента</b>	6		
	Разработка рекламной компании (продвижения) одного из туристических продуктов представленных на рынке. Подготовка к дифференцированному зачету			
<b>Промежуточная аттестация</b>	Дифференцированный зачет			ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.2. ПК 3.3..ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25
	<b>Всего:</b>	<b>156</b>	<b>50</b>	
<b>Практическая подготовка</b>	<b>5 семестр</b>			
	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	
	<b>6 семестр</b>			
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	
<b>Промежуточная аттестация</b>	Экзамен по модулю			ОК 1. - ОК 9. ПК 3.1.,ПК 3.2. ПК 3.3..ПК 3.4. ЛР 16-19,21-25

		<b>Итого:</b>	<b>620</b>	<b>328</b>	
--	--	---------------	------------	------------	--



### 3. Условия реализации профессионального модуля

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы дисциплины должно быть предусмотрено следующее специальное помещение: **Кабинет турагентской и туроператорской деятельности.** Помещение кабинета должно соответствовать требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.4.2 № 178–02): оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения, необходимыми для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

**Кабинет турагентской и туроператорской деятельности.**

*Оборудование учебного кабинета:*

Парты (2-х местная)

Стулья

Стол преподавателя

Стул преподавателя

Компьютер

Доска меловая

Кабинет турагентской и туроператорской деятельности обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения

**Библиотека, читальный зал с выходом в Интернет**

*Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:*

Автоматизированное рабочее место библиотекаря

Автоматизированное рабочее место читателей

Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ

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. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 472 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13683-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496647> (дата обращения: 24.03.2022).

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

3. 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. 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, 2022. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10544-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495449> (дата обращения: 24.03.2022).

*Дополнительная литература:*

1. 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, 2022. — 120 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10550-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495452> (дата обращения: 24.03.2022).

2. 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, 2022. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495450> (дата обращения: 24.03.2022).

3. Мотышина, М. С. Менеджмент туризма : учебник для среднего профессионального образования / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 282 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10777-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/498961> (дата обращения: 24.03.2022).

*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><b>иметь практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;</li> <li>– планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;</li> <li>– предоставления сопутствующих услуг;</li> <li>– расчета себестоимости услуг;</li> </ul>	<p>Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его</p>	<p>Оценка результатов выполнения, выполненных заданий</p> <p>Устный опрос</p> <p>Заслушивание и оценивание сообщений, презентаций</p>

<p>включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;</li> <li>- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;</li> <li>- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;</li> <li>- проводить анализ деятельности других туркомпаний;</li> <li>- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;</li> <li>- обрабатывать информацию и анализировать результаты;</li> <li>- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;</li> <li>- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;</li> <li>- работать с информационными и справочными материалами;</li> <li>- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;</li> <li>- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;</li> <li>- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;</li> <li>- оформлять страховые полисы;</li> <li>- вести документооборот с использованием информационных технологий;</li> <li>- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;</li> <li>- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;</li> <li>- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;</li> <li>- работать с агентскими договорами;</li> <li>- использовать каталоги и ценовые приложения;</li> </ul>	<p>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»</p> <p>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»</p> <p>выставляется обучающемуся, если он 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</p>	<p>Анализ решения ситуативных задач</p> <p>Защита курсовой работы</p> <p>Дифференцированный зачет</p> <p>Экзамен по профессиональному модулю</p>
---	--	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;</li> <li>- работать с заявками на бронирование туруслуг;</li> <li>- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;</li> <li>- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;</li> <li>- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды рекламного продукта;</li> <li>- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;</li> <li>- способы обработки статистических данных;</li> <li>- методы работы с базами данных;</li> <li>- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;</li> <li>- планирование программ турпоездок;</li> <li>- основные правила и методику составления программ туров;</li> <li>- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями</li> <li>- способы устранения проблем, возникающих во время тура;</li> <li>- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;</li> <li>- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;</li> <li>- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;</li> <li>- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;</li> <li>- правила бронирования туруслуг;</li> <li>- методику организации рекламных туров;</li> <li>- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;</li> <li>- технику проведения рекламной кампании;</li> </ul>	<p>большими затруднениями решает поставленных задачи или не справляется с ними самостоятельно, не принимает участие в групповой работе.</p>	
---	---	--

<ul style="list-style-type: none"><li>- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов техники эффективного делового общения, протокол и этикет;</li><li>- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.</li></ul>		
--	--	--