

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»

Колледж
(на правах факультета непрерывного профессионального образования)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03
ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

Специальность
43.02.10 Туризм
(код и наименование специальности подготовки)

Квалификация
Специалист по туризму

Уровень программы подготовки
Базовый

Форма обучения
Очная

Санкт-Петербург
2021

Автор

преподаватель



(подпись)

Панфилова Т.Е.

Рассмотрена на заседании педагогического совета колледжа (на правах факультета непрерывного профессионального образования) от 20 апреля 2021 г., протокол № 4.

Председатель педагогического совета



(подпись)

Челей Т.М.

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии по специальности 43.02.10 Туризм от 19 апреля 2021 г., протокол № 9

Председатель УМК



(подпись)

Ямковая И.Н.

СОГЛАСОВАНО

Зав. библиотекой



(подпись)

Борош Н.А.

Начальник отдела информационных технологий



(подпись)

Чижиков А.С.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	21
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	23

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.10 «Туризм» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): предоставление туроператорских услуг.

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

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

Иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- решения проблем, возникающих на маршруте;
- 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 турпоездов;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;

- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 390 часов, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 246 часов, включая:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 168 часов;
- теоретическое обучение – 72 часа;
- практической работы обучающегося – 72 часа;
- самостоятельной работы обучающегося – 78 часов;
- курсовая работа – 26 часа;
- учебная практика – 2 недели (72 часа)
- производственной практики (по профилю специальности) – 2 недели (72 часа).

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2	Формировать туристский продукт
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2	Формировать туристский продукт
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
УП.03.01 Учебная практика	
ПП.03.01 Производственная практика (по профилю специальности)	
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.
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.

3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Тематический план профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося				Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, практика	Производственная (по профилю специальности), ПП.03.01
			Всего, часов	в т.ч. теоретическое обучение	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.1- 3.4	МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	180	120	48	48	26	60	26	-	-
ПК 3.1-3.4	МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме	66	48	24	24	-	18	-	72 ч.	2 недели 72 ч.
	Всего:	246	168	72	72	26	78	26	2 недели 72 ч.	2 недели 72 ч.

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

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности			
Тема 1.1 Основы туроператорской деятельности	Содержание учебного материала:	8	2
	1. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туристской деятельности. Факторы туристской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туристской деятельности в России.		
	2. 2. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности Законодательная база.		
	3. 3. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров Понятие туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров.		
	4. 4. Документация туристской фирмы, ведение туристской отчетности Документация туроператорской фирмы. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста. Работа с агентскими договорами.		
	Практические занятия:	8	2
1. Деловая игра «Формирование пакета документов для учреждения юридического лица».			
2. Технология оформления договоров и страховых полисов			
Тема 1.2 Технология разработки туристского продукта	Содержание учебного материала:	8	2
	1. Понятие технологии и разработки туристского продукта.		
	2. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации.		
	3. Свойства и цели турпродукта.		

	4.	Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов. Условия создания оптимального турпродукта.		3
	5.	Выбор схемы работы в дестинации.		
	6.	Основные правила и методика составления программ туров.		
	7.	Организация транспортного обслуживания туристов		
	8.	Технология бронирования туров		
	9.	Расчет стоимости тура		
	Практические занятия:		12	2
	1.	Анализ ресурсов выбранной дестинации.		
	2.	Определение базовых услуг по заданным показателям.		
	3.	Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов.		
	4.	Планирование себестоимости проектируемого турпродукта.		
5.	Расчет необходимого количества мест в средствах размещения.			
6.	Планирование программ турпоездок.			
7.	Определении наиболее оптимальных			
8.	Составление программ тура и турпакета.			
9.	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.			
10.	Составление турпакетов с использованием иностранного языка.			
11.	Расчет стоимости тура			
Тема 1.3 Туристские формальности	Содержание учебного материала:		14	2
	1.	Паспортно-визовые формальности. Особенности оформления виз в некоторые страны. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями. Визовые ограничения.		
	2.	Страхование услуг		

	3.	Таможенные формальности Порядок перемещения валюты через государственную границу. Порядок ввоза и вывоза различных товаров, животных. Пассажирская таможенная декларация. Формы и необходимость декларирования товаров. Таможенные сборы и пошлины. Беспшлинная торговля.		
	Практические занятия:		12	
	1.	Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам.		2
	2.	2. Изучение порядка ввоза и вывоза различных товаров, денежной валюты, животных и др.		
Тема 1.4 Технология взаимодействия с турагентами	Содержание учебного материала:		10	3
	1.	Правовые основы взаимодействия туроператоров и турагентов. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности». Основные положения договора между туроператором и турагентом. Единый федеральный реестр туроператоров. Финансовые гарантии.		
	2.	Организация деятельности с турагентствами по реализации турпродукта		
	3.	Формы и способы бронирования туров. Правила работы с заявками на бронирование.		
	4.	Ведение документооборота с использованием информационных технологий		
	5.	Правила расчетов с турагентствами и методы их поощрения		
	6.	Использование различных методов поощрения турагентов, расчет комиссионного вознаграждения. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта. Предоставление информации турагентам по рекламным турам.		
	7.	Формирование контрагентской сети.		
	Практические занятия:		10	2
	1.	Работа с заявками на бронирование туров		
	2.	Взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта		
3.	Деловая игра «Создание контрагентской сети».			

Тема 1.5. Оптимизация предоставления услуг	Содержание учебного материала:		12	2
	1.	Практика делового общения и переписки. Формирование коммуникативных навыков. Понятие корпоративной культуры. Профессиональная этика работников туроператорской компании. Неотъемлемые компоненты деловой переписки. Значение партнерских взаимоотношения в туристской индустрии.		
	2.	Работа с информационно-справочными материалами. Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. Использование каталогов и ценовых предложений. Решение проблем с помощью правового регулирования.		
	3.	Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме. Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения.		
	4.	Вопросы безопасности в туризме. Предоставление сопутствующих услуг.		
	5.	Оптимизация деятельности туроператора		
	Практические занятия:		10	2
	1.	Деловая игра «Практика делового общения».		
	2.	Техника написания делового письма		
	3.	Работа с информационно-справочными материалами		
4.	Решение ситуационных задач с помощью правового регулирования			
	Курсовая работа	26	2	

<p>Самостоятельная работа обучающихся: Тематика внеаудиторной самостоятельной работы МДК 03.01. Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров. Мониторинг предложений туроператоров. Анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг. Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы. Сбор и анализ информации в информационных источниках, таких как каталоги, ценовые предложения. Изучение и анализ основных и сопутствующих услуг. Составление программ обслуживания для различных категорий туристов. Выявление и анализ сведений, подлежащих указанию в таможенной декларации. Сравнительной характеристики поощрения покупок Tax free и duty free. Изучение сведений, содержащихся в таможенном кодексе. Анализ публикаций в периодических туристских изданиях и материалах учебных пособий по вопросам эпидемиологической безопасности. Изучение инструктажа по эпидемиологической безопасности туристов. Сбор документов на оформление визы. Оформление рабочего места менеджеру турфирмы. Закрепление навыков делового общения посредством деловых игр.</p>		60	
<p>Тематика домашних заданий МДК 03.01 Систематическое изучение электронного учебника, работа с Интернет-ресурсами по заданию преподавателя, обращение к основной и специальной литературе по заданию преподавателя. Изучение информационно-справочных изданий, каталогов, ценовых предложений.</p>			
МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме			
Тема 2.1 Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	<p>Содержание учебного материала:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга в туризме. Становление и развитие маркетинга в туризме. Принципы маркетинга туризма. Маркетинг в профессиональной деятельности специалиста по туризму. 2. Концепции маркетинга в туризме. Концепции рыночной деятельности. Концепция маркетинга в туризме. Современные тенденции развития маркетинга. Уровни и координация маркетинга в туризме. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Управление маркетингом туристской организации. 3. Окружающая среда маркетинга. Рынок туристских услуг. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Экономические 	6	2

	закономерности туристского рынка. Основные элементы окружающей среды туристской фирмы. Макросреда и микросреда. STEP-анализ, SWOT - анализ.		3
4.	Содержание, направления и методы маркетинговых исследований в туризме. Информационное обеспечение маркетинга. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Организационные формы проведения маркетинговых исследований. Методологические основы маркетинговых исследований. Опрос и его инструментарий. Наблюдение. Эксперимент. Экспертные оценки. Метод фокус-групп. Другие методы маркетинговых исследований. Способы обработки статистических данных. Методы работы с базами данных, со справочными и информационными материалами.		
5.	Маркетинговые исследования рынка туризма Субъекты и объекты маркетинга. Рынок туризма как объект маркетингового исследования. Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости и доли рынка. Конкуренция как фактор маркетинговой среды. Оценка конкурентной среды туристской организации Анализ конкурентов. Построение конкурентной карты рынка.		
6.	Маркетинговые исследования потребителей. Потребители как объект маркетинговых исследований. Моделирование поведения потребителей и факторы маркетинговой среды, влияющие на поведение потребителей туристских услуг. Анализ личностных факторов. Исследование мотивов поведения потребителей. Исследование процесса принятия решения о покупке туристского продукта. Особенности покупательского поведения организации.		
Практические занятия:		6	2
1.	Изучение технологии STEP-анализа и SWOT-анализа туристской организации.		
2.	Разработка плана и организация маркетингового исследования для создания нового продукта		

	3.	Изучение способов обработки статистических данных, методов работы с базами данных, справочными и информационными материалами.		
	4.	Анализ туристского спроса и факторов, влияющих на него. Графический анализ данных о спросе на туристские услуги. Пути повышения спроса.		
	5.	Проведение анализа деятельности организаций-конкурентов (на примере конкретной туристской организации).		
	6.	Разработка материалов для проведения маркетингового исследования потребностей в новых продуктах у постоянных потребителей туристской организации.		
Тема 2.2 Использование маркетинговых технологий при формирование турпродукта	Содержание учебного материала:		12	2
	1.	Формирование маркетинговой стратегии. Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии туристской организации. Виды маркетинговых стратегий. Программа маркетинга. Бюджет маркетинга.		
	2.	Определение целевого рынка. Сущность и роль сегментации рынка. Базовые признаки сегментации и основные сегменты рынка туризма. Методы сегментации. Система «Евростиль». Особенности сегментации российского туристского рынка. Выбор целевого рынка. Позиционирование туристского продукта.		
	3.	Разработка комплекса маркетинга. Маркетинговый комплекс. Планирование и разработка туристского продукта. Жизненный цикл турпродукта. Внедрение на рынок нового турпродукта. Стратегии установления цены на туристский продукт. Формирование сбытовой политики, управление каналами сбыта. Контакты с торговыми представителями других регионов и стран.		
	Практические занятия:		8	2
	1.	Проведение сегментации по искомым выгодам рынков для различных турпродуктов.		

	2.	Позиционирование турпродукта по преимуществам. Построение карты восприятия для различных туроператоров.		
	3.	Разработка стратегии ценообразования на туристский продукт.		
	4.	Анализ маркетинговых стратегий турфирм региона, разработка программы маркетинга виртуальной турфирмы.		
Тема 2.3 Взаимодействие с субъектами рынка по реализации и продвижению туристского продукта.	Содержание учебного материала:		8	3
	1.	Коммуникационная политика турфирмы. Сущность и роль маркетинговых коммуникаций. Формирование коммуникационной политики туристской организации. Организация продвижения турпродукта. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламного продукта в туристской индустрии. Рекламные кампании в маркетинговой деятельности. Личная продажа. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Выставки и ярмарки, правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках. Фирменный стиль туристской организации. Брендинг в туристской индустрии.		
	2.	Организация и контроль маркетинга туристской организации. Современный подход к маркетинговой деятельности туристской организации. Организация службы маркетинга. Маркетинг взаимоотношений. Внутренний маркетинг. Система маркетингового контроля. Эффективность управления маркетингом компании и пути ее повышения.		
	Практические занятия:		12	
	1.	Разработка программы продвижения турпродукта, разработка рекламной кампании.		
2.	Формирование содержания рекламных продуктов.			
3.	Разработка фирменного стиля организации в туристской индустрии.			
	4.	Разработка показателей эффективности маркетинга туристской организации		

<p>Самостоятельная работа обучающихся. Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отчет об экскурсии на предприятие туриндустрии 2. Разработка материалов для проведения маркетингового исследования. 3. Сбор информации о крупных туроператорах региона для практического занятия. Создание компьютерной презентации 4. Проведение маркетингового исследования 5. Сбор информации о стратегиях конкретных турфирм. 6. Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке. 7. Сбор рекламных материалов, их анализ и оценка. 8. Подготовка компьютерной презентации программы тура для выставки. 9. Сбор материалов для разработки фирменного стиля туристской организации. 	18	
<p>Тематика домашних заданий МДК. 03.02 Систематическое изучение электронного учебника, работа с Интернет-ресурсами по заданию преподавателя, обращение к основной и специальной литературе по заданию преподавателя.</p>		
<p>Учебная практика. Создать привлекательный туристский продукт: индивидуальный, групповой, эксклюзивный, заказной тур. Сформировать пакет услуг на комплексное обслуживание. Определить цену турпакета. Выявить основные и дополнительные услуги. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта Маркетинговые исследования в туризме Маркетинговая среда фирмы Маркетинг - ориентированное планирование. Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта. Технология продаж и комплекс маркетинга. Система маркетинговых коммуникаций. Система товародвижения и сбытовая политика Взаимодействие с субъектами рынка по реализации и продвижению туристского продукта Деятельность маркетинговой службы предприятий туристской индустрии.</p>	2 недели (72 часа)	

<p>Производственная практика (по профилю специальности)</p> <p>Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение маркетингового исследования объектов туристского рынка. Выявление целевых сегментов рынка. Позиционирование туристского продукта. 2. Фирменный стиль туристского предприятия. Рекламная продукция. 3. Осуществление планирования турпоездов, составление программ тура и турпоездов. 4. Предоставление сопутствующих услуг турфирмы. 5. Решение проблем, возникающих на маршруте. 6. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта. 12. Соблюдение правил техники безопасности. 13. Работа со стандартным программным обеспечением 14. Практика работы с туристской документацией и отчетностью. 	<p>2 недели (72 ч)</p>	
<p>ВСЕГО:</p>	<p>390</p>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие:

1) Учебного кабинета турагентской и туроператорской деятельности 196601, Санкт-Петербург, г. Пушкин, Петербургское шоссе, д. 2, строение 2, этаж 1 (помещение № 1430).

Комплектность: посадочные места по количеству обучающихся; шкаф/стеллаж 1; автоматизированное рабочее место: персональный компьютер В 161 в составе АТХ 200 G4620 DDR4/500 Gb/a+МОНИТОР ACER V226HQL диаг.21.5д.+МЫШЬ+КЛАВ - 1 шт.; доска-экран 1 шт.; интерактивный проектор NECU321HiMT - 1 шт.; источник бесперебойного питания Nirron – 1шт.; сетевой фильтр Вуро 1.8 метра – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

ПО Microsoft (ОС Windows 10, MS Office 2013)

Свободно распространяемое программное обеспечение:

Adobe Acrobat reader DC, 7Zip.

2) Кабинета менеджмента и экономики организации 196601, Санкт-Петербург, г. Пушкин, Петербургское шоссе, д. 2, строение 2, этаж 1 (помещение № 1401).

Комплектность: посадочные места по количеству обучающихся; шкаф/стеллаж 1; автоматизированное рабочее место: персональный компьютер В 161 в составе АТХ 200 G4620 DDR4/500 Gb/a+МОНИТОР ACER V226HQL диаг.21.5д.+МЫШЬ+КЛАВ - 1 шт.; доска-экран 1 шт.; интерактивный проектор NECU321HiMT - 1 шт.; источник бесперебойного питания Nirron – 1шт.

Лицензионное программное обеспечение:

ПО Microsoft (ОС Windows 10, MS Office 2013), 1С: Предприятие

Свободно распространяемое программное обеспечение:

Adobe Acrobat reader DC, 7Zip.

4.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Технология и организация туроператорской деятельности

Основные источники:

- 1. Косолапов, А.Б.** Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва : КноРус, 2020. — 293 с. — ISBN 978-5-406-07544-9. — URL: <https://book.ru/book/932700>.

2. **Косолапов, А.Б.** Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Практикум : учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва : КноРус, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-406-07342-1.

Дополнительные источники:

1. **Быстров, С.А.** Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие / Быстров С.А. — Москва : КноРус, 2018. — 260 с. — ISBN 978-5-406-06198-5. — URL: <https://book.ru/book/927919>.

Интернет ресурсы:

1. Газета «TTG Russia» - <http://www.ttg-russia.ru>;
2. Журнал «Туризм и отдых»- <http://www.tourist-journal.ru>;
3. Журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы».

<http://www.tpnews.ru>;

4. Профессиональный туристический портал- <http://www.tourdom.ru>;
5. Электронная туристическая энциклопедия - www.tonkosti.ru;
6. Официальный сайт Федерального агентства по туризму www.russiatourism.ru

Маркетинговые технологии в туризме

Основные источники:

1. **Беляев, В.И.**

Основы маркетинга сферы услуг : учебник / Беляев В.И., Бутакова М.М., Бутакова Е.В., Пяткова О.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 215 с. — ISBN 978-5-406-07098-7. — URL: <https://book.ru/book/934313>.

2. **Парамонова, Т.Н.**

Маркетинг : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. — Москва : КноРус, 2018. — 189 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06183-1. — URL: <https://book.ru/book/926685>.

Дополнительная литература:

1. **Грибов, В.Д.**

Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2018. — 224 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-04859-7. — URL: <https://book.ru/book/932143>.

2. **Грибов, В.Д.**

Основы маркетинга сферы услуг : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2019. — 168 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06869-4. — URL: <https://book.ru/book/930999>.

Интернет ресурсы:

1. Газета «ТТG Russia» - <http://www.ttg-russia.ru>;
2. Журнал «Туризм и отдых»- <http://www.tourist-journal.ru>;
3. Журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы».

<http://www.tpnews.ru>;

4. Профессиональный туристический портал- <http://www.tourdom.ru>;
5. Электронная туристическая энциклопедия - www.tonkosti.ru;

Официальный сайт Федерального агентства по туризму www.russiatourism.ru

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

При освоении профессионального модуля в целях реализации компетентного подхода, предусматривается использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов, деловых и ролевых игр, индивидуальных и групповых проектов, анализа производственных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

В целях развития личности, достижения результатов при освоении программы профессионального модуля в части развития общих компетенций, обучающиеся могут участвовать в развитии студенческого самоуправления, работе творческих коллективов, общественных организаций, спортивных и творческих клубов. Практика является обязательным разделом данного модуля.

При реализации программы профессионального модуля предусматривается практика по профилю специальности, которая реализуется в рамках изучения модуля после его освоения. Практика по профилю специальности составляет 180 часов. Производственная практика проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам изучения профессионального модуля проводится с учетом результатов производственной практики, подтвержденных документами соответствующих организаций. Консультации для обучающихся в очной форме обучения предусматриваются образовательной организацией из расчета 4 часа на одного обучающегося на каждый учебный год, в том числе в период реализации образовательной программы среднего общего образования для лиц, обучающихся на базе основного общего образования. Формы проведения консультаций (групповые, индивидуальные, письменные, устные) определяются образовательной организацией. Консультации для обучающихся предусмотрены в период изучения модуля в объеме, предусмотренном учебным планом.

4.4 Кадровое обеспечение образовательного

Требования к квалификации педагогических кадров обеспечиваются педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований; качество организации и проведения сбора данных; качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы Экспертная оценка
ПК 3.2 Формировать туристский продукт	Рассчитывать стоимость туристского продукта	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы Экспертная оценка
ПК 3.3 Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудитории	Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы Экспертная оценка
ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	Эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта Подготовка	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы Экспертная оценка

	электронной презентации тура. Разработка качественного рекламного продукта; оценка эффективности программы продвижения турпродукта; Разработка фирменного стиля туристской фирмы.	ностью обучающегося в процессе освоения программы Экспертная оценка
--	---	--

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК.1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии. Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы
ОК.2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы
ОК.3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы
ОК.4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы

ОК.5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы
ОК.6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы
ОК.7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Развитие самоменеджмента обучающегося Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, и производственной практики
ОК.8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы
ОК.9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения программы