


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
**«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени В.И. Вернадского»**
(ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»)
Таврический колледж
(структурное подразделение)

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по учебной
работе

 Л.С. Кучер

«28» августа 2018 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по учебно-
производственной практике

 Г.Г. Малога

«28» августа 2018 г.

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме

2018 г.

Программа профессионального модуля разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта (утвержден
приказом Минобрнауки России от 7 мая 2014 г. № 474) программы подготовки
специалиста среднего звена (ППССЗ) по направлению подготовки 43.00.00
Сервис и туризм специальности: 43.02.10 Туризм

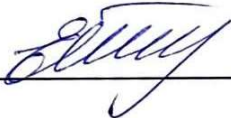
Организация-разработчик: Таврический колледж ФГАОУ ВО «КФУ имени
В.И. Вернадского» (структурное подразделение)

Разработчики: Лагунова Анна Павловна, преподаватель
Максимюк Максим Николаевич, преподаватель

Рассмотрено и утверждено
на заседании Выпускающей методической комиссии по направлению
подготовки 43.00.00 Сервис и туризм

от «28» августа 2018 г. .

протокол № 1

Председатель _____  _____ Е.Р. Беленькая

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	23

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения учебной программы

Программа профессионального модуля – является частью рабочей основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Представление туроператорских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования, рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК 3.2 Формировать туристский продукт.

ПК 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта.

ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

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

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

иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- 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 турагентами;
- 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 для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранных языков;
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- оформлять страховые полисы;
- вести документооборот с использованием информационных

технологий;

- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура,
- принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туров;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках.

знать:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методику 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 расчета 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 программы профессионального модуля:

максимальная учебная нагрузка обучающегося – 294 часа, включая:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося – 196 часов;
- самостоятельная работа обучающегося – 98 часов;
- производственная практика – 144 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **ПМ.03 Представление туроператорских услуг**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

1. общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения задач.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

2. профессиональными (ПК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования, рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК 3.2	Формировать туристский продукт.
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.03 Предоставление услуг по сопровождению туристов

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов		
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов			в т.ч., курсовая работа (проект), часов	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 3.1-3.4	МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	147	98	44	-	49	-			
	МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме	147	98	44	-	49				
	Учебная и производственная практика по модулю									144
	Всего:	294	196	88		98		-	144	

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности			
Раздел 1.			
Основы туроперейтинга.			
Тема 1.1. Введение в дисциплину.	Понятия и виды деятельности туроператора. Основные различия между туроператором и турагентом.	4	1
	Функции туроператора.		
	Способы сбора и обработки данных в отрасли.		
	Методики и сущность расчета социально-экономических показателей в туризме.	2	
	Методы анализа данных, необходимых для решения поставленных экономических и социальных задач в туризме.		
	Предпринимательство, как элемент туроператорской деятельности.		
	Виды, сущность и субъекты предпринимательской деятельности.		
	Самостоятельная работа обучающихся		
Тема 1.2. Нормативно-правовые основы функционирования туроператорской деятельности в РФ.	Анализ обработки информации и анализ результатов.	2	1, 2, 3
	Анализ деятельности малого предприятия.		
	Нормативно-правовые основы функционирования туроператорской деятельности в РФ.		
	Условия осуществления туроператорской деятельности. Объединения туроператоров.		
	Единый федеральный реестр туроператоров.		
Тема 1.3. Методика работы со справочными и информационными материалами по экскурсионному и региональному, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту.	Практическая работа № 1	4	1
	Характеристика нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность туроператоров в РФ.		
	Анализ единого федерального реестра туроператоров в РФ.		
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Характеристика условий осуществления туроператорской деятельности в РФ.		
	Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и региональному.	2	
	Понятие работы со справочными и информационными материалами по местам и видам размещения и питания.		
	Методика работы со справочными и информационными материалами по местам и видам размещения и питания.		
	Понятие работы со справочными и информационными материалами по экскурсионным объектам и транспорту.		
	Понятие работы со справочными и информационными материалами по экскурсионным объектам и транспорту.		
	Практическая работа № 2	8	
	Анализ методики работы со справочными и информационными материалами по страноведению и региональному, по местам и видам размещения и питания.		
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Анализ работы с информационными и справочными материалами по экскурсионным объектам и транспорту.		

Тема 1.4. Планирование программы турпоездок	Требование к проектированию тура. Структура составления турпакетов с использованием иностранного языка. Туристский продукт и пакет услуг. Требования к туристскому продукту и пакету услуг. Структура основных и дополнительных услуг. Проектирование тура и программа обслуживания. Требования к проектированию тура и программе обслуживания. Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы. Требования к поставщикам туристских услуг.	4	1, 2, 3
	Практическая работа № 3 Составление технологической карты туристского продукта. Практическая работа № 4 Составление программы обслуживания туристского продукта. Практическая работа № 5 Составление карты-схемы маршрута туристского продукта.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка докладов по темам: 1. Статистика туристских потоков. 2. Статистика туристских доходов и расходов. 3. Методы статистического учета в туризме. 4. Основные направления совершенствования статистики международного туризма. 5. Туристский продукт. 6. Факторы производства туристского продукта. 7. Сущность туристского предложения. 8. Особенности туристского предложения по секторам туристской индустрии. 9. Равновесие на рынке туризма. 10. Понятие и виды деятельности туроператора и турагента. 11. Создание туристского продукта. 12. Классы обслуживания. 13. Пакет услуг. 14. Программа обслуживания. 15. Поставщики услуг. 16. Договорный план.	8	
Раздел 2. Технология реализации и продвижения туристского продукта через турагентства.			

Тема 2.1. Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров.	Агентская сеть. Принципы агентской сети. Методика создания агентской сети. Специфика создания агентской сети. Особенности заключения агентских договоров. Структура заключения агентских договоров.	4	1, 3
	Практическая работа № 6 Составление квалификационных требований к поставщикам услуг для туристского продукта. Практическая работа № 7 Анализ схем сотрудничества туроператора и поставщиков прочих- услуг. Практическая работа № 8 Сравнительная характеристика фам-туров и инфотуров.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся Содержание агентских договоров. Форс-мажорные обстоятельства в агентском договоре.	4	
	Понятие технологии в туристском бизнесе. Автоматизация деятельности туристских фирм. Формирование и продвижение туристского продукта. Торговые представительства других регионов и стран. Структура поиска торговых представителей других регионов. Понятие прайс-лист. Помощь партнерам в продвижении и реализации турпродукта. Существенные условия в продвижении и реализации турпродукта. Повышение технологичности туроператора для привлечения турагента. Онлайн бронирование. Технологии взаимоотношений туроператора с турагентами.	8	1, 2
Тема 2.2. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.	Практическая работа № 9 Анализ налаживания контактов с торговыми представительствами других регионов и стран. Практическая работа № 10 Анализ использования каталогов и ценовых приложений. Практическая работа № 11 Анализ консультирования партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка докладов. Организация контроля за реализацией туристских продуктов и послепродажным обслуживанием, выполнением туроператором обязательств по заключенным договорам.	4	

Тема 2.3. Правила расчетов с турагентами и способы их поощрения.	Правила расчета с турагентами. Условия расчета с турагентами. Методы поощрения турагентов, комиссионное вознаграждение. Понятие комиссионного вознаграждения.	4	1
	Практическая работа № 12 Расчет себестоимости и продажной цены туристского продукта. Практическая работа № 13 Анализ структуры себестоимости и продажной цены туристского продукта. Практическая работа № 14 Анализ использования различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионного вознаграждения.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся Специфика комиссионных вознаграждений. Не выплата комиссионных вознаграждений.	4	
	Документы для консульств, оформление регистрации иностранных граждан. Отказ в оформлении регистрации иностранных граждан. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями.	4	
Тема 2.4. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.	Практическая работа № 15 Анализ оформления документов для консульств, регистрация иностранных граждан. Практическая работа № 16 Анализ оформления страховых полисов. Практическая работа № 17 Правила оформления документов при работе с государственными организациями. Практическая работа № 18 Требования к оформлению документов при работе с государственными организациями.	8	1, 2
	Самостоятельная работа обучающихся Правила оформления документов при работе со страховыми компаниями. Требования к оформлению документов при работе со страховыми компаниями.	6	
	Правила бронирования туров.	4	
	Виды бронирования туров. Бронирование и продажа проездных билетов, бронирование мест в гостиницах. Ответственные лица за бронирование и продажу билетов, бронирование мест в гостиницах.	2	
Тема 2.5. Правила бронирования туров.	Практическая работа № 19 Анализ преимуществ и недостатков схем сотрудничества туроператора и отеля.	4	1, 3
	Самостоятельная работа обучающихся Работа с заявками на бронирование туров. Анализ проведения бронирования и продаж проездных билетов, бронированием мест в гостиницах.	4	

Тема 2.6. Особенности проектирования туристских продуктов по категориям потребителей.	Особенности проектирования детско-юношеских туристских продуктов. Особенности проектирования туристских продуктов для людей с ограниченными возможностями. Особенности проектирования горнолыжных туров. Особенности проектирования языковых туров.	6	1
	Практическая работа № 20 Составление программы обслуживания детско-юношеского тура. Практическая работа № 21 Анализ детско-юношеских туров, предлагаемых туроператорами РФ. Практическая работа № 22 Составление программы обслуживания тура для людей с ограниченными возможностями. Практическая работа № 23 Анализ инфраструктуры горнолыжных курортов РФ и стран СНГ.	8	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ языковых туров, предлагаемых туроператорами РФ.	2	
Тема 2.7. Техника эффективного делового общения, протокол и этикет.	Эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках. Особенности проведения переговоров с иностранными партнерами.	4	1
	Практическая работа № 24 Технология обслуживания клиента в турфирме. Практическая работа № 25 Переговоры с поставщиками услуг. Практическая работа № 26 Разработка презентации по туру. Практическая работа № 27 Этапы создания туристской фирмы.	8	
Тема 2.8. Специфика норм общения с иностранными	Соблюдение протокола и этикета в туристской деятельности. Основные аспекты работы в туристской деятельности, которые регулируются этикетом.	6	1

клиентами и агентами.	Самостоятельная работа обучающихся Проработка отдельных вопросов тем и подготовка докладов. Доклады: 1. Разработка туристского маршрута. 2. Технология формирования тура. 3. Оценка экономической эффективности тура. 4. Технология доставки турпродукта потребителю туристских услуг. 5. Формирование сбытовой сети. 6. Подбор партнеров по сбыту. 7. Агентское соглашение. 8. Реклама туристского продукта. 9. Продвижение туристского продукта на выставке. 10. Стимулирование продажи и пропаганды туристского продукта. 11. Общегражданские и специальные заграничные паспорта. 12. Виза и визовый запрос. 13. Ваучеры и их применение в туристской деятельности. 14. Шенгенская виза. 15. Виза по приглашению. 16. Визовые ограничения. 17. Сервисное страхование. Страны, не рекомендуемые для посещения туристам ввиду высокой опасности заражения инфекционными заболеваниями.	8
	ИТОГО ПО МДК.03.01.	147
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме		
Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
Тема 1. Введение в продажи и маркетинг	Содержание учебного материала:	2
	1.1. Маркетинг в индустрии гостеприимства	1
	1.2. Роль маркетинга и продаж в гостиницах	
Тема 2. Поведение потребителей	Содержание учебного материала:	1
	2.1. Группы потребителей и их характеристики. 2.2. Решение о приобретении продукта	
Тема 3. Основы маркетинга	Содержание учебного материала:	2
	3.1. Понятия «четыре пи» и «семь пи» в гостиничном маркетинге	
	3.2. Рыночная сегментация и позиционирование услуг	3

Тема 4. Туристский сектор экономики	Содержание учебного материала:	4	2, 3
	Практическая работа		
	Индустрия туризма и ее отраслевой состав в условиях глобализации		
	Гостиничное хозяйство		
	4.1 Пассажирский транспорт. 4.2. Туроператоры и турагенты 4.3 Предприятия питания и торговли		
Тема 5. Специфика маркетинга в сфере туризма	Содержание учебного материала:	5	1,2
	5.1. Особенности маркетинга услуг туризма		
	5.2. Маркетинг услуг внутреннего туризма		
	5.3. Маркетинг услуг въездного туризма		
	5.4. Маркетинг услуг выездного туризма		
Тема 6. Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в гостиничном бизнесе	Практическая работа Электронный маркетинг	11	1,2,3
	Содержание учебного материала:		
	6.1. Маркетинговые исследования и их роль в формировании информационной базы предприятий гостиничного бизнеса и туризма		
	6.2. Цели и задачи маркетинговых исследований. Основные виды исследований, используемые гостиничными предприятиями		
	6.3. Характеристика основных этапов процесса проведения маркетинговых исследований		
	6.4. Методологические подходы и методы проведения маркетинговых исследований		
	6.5. Система маркетинговой информации гостиничного предприятия		
	6.6. Исследование маркетинговой среды гостиничного предприятия		
	Практическая работа		
	Цели, направления и методы анализа внешней среды		
	Экспертные подходы к оценке влияния факторов макросреды		
	Методы анализа отраслевой конкуренции в гостиничном бизнесе		
Тема 7. Основные этапы процесса управления маркетингом в гостиничном бизнесе	Анализ внутренней среды (управленческий анализ)	9	1,2,3
	Маркетинговые исследования потребителей услуг индустрии гостеприимства		
	Маркетинговые исследования гостиничного рынка и конкурентов		
	Содержание учебного материала:		
	7.1. Организация и управление маркетинговой деятельностью гостиничного предприятия		
	7.2. Анализ рыночных возможностей и отбор целевых рынков		
	7.3. Стратегическое и тактическое планирование маркетинговой деятельности гостиничных предприятий		
	7.4. Ситуационный анализ как основа маркетингового планирования		

	<p>Практическая работа SWOT-анализ и PEST-анализ Разработка маркетинговых стратегий на основе матрицы «продукт — рынок» и матрицы Бостонской консултации групп Разработка плана маркетинга гостиничного предприятия Реализация и контроль исполнения плана маркетинга Принципы организации службы маркетинга на предприятии индустрии гостеприимства</p>		
Тема 8. Особенности ценообразования на рынке туристских услуг	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>Практическая работа Факторы, влияющие на уровень цен на туристские услуги Структура цены на туристский продукт Доходы и издержки в туристской деятельности Ценообразование на услуги внутреннего, выездного и въездного туризма</p>	4	1,2
Тема 9. Гостиничный продукт и его структура	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>9.1. Гостиничный продукт и его структура 9.2. Разработка гостиничного продукта на основе многоуровневого маркетингового подхода 9.3. Формирование продуктовой стратегии гостиничного предприятия 9.4. Основные решения в области ассортиментной политики гостиничного предприятия 9.5. Стратегии разработки новых гостиничных продуктов</p> <p>Практическая работа Концепция жизненного цикла продукта Сегментация рынка гостиничных продуктов Позиционирование гостиничных продуктов и услуг</p>	8	1,2
Тема 10. Продвижение туристских услуг	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>10.1. Специфика рекламных услуг в сфере туризма 10.2. Использование рекламных средств для продвижения туристского продукта</p> <p>Практическая работа Разработка и оценка эффективности рекламной программы Связи с общественностью Системы резервирования и бронирования в продвижении туристских услуг и продуктов</p>	5	3
Тема 11. Минимизация рисков туристских услуг	<p>Содержание учебного материала:</p> <p>11.1. Специфика и классификация видов страхования в туризме 11.2. Особенности личного страхования туристов</p> <p>Практическая работа Имущественное страхование туристов Страхование ответственности туристских фирм Специфические виды страхования в туризме</p>	5	2,3

Тема 12. Маркетинг как концепция управления туристскими территориями	Содержание учебного материала:	2	2,3
	1.2. Основные понятия маркетинга туристских территорий		
	1.3. Регион как объект исследования территориального маркетинга		
Тема 13. Комплекс маркетинга туристской территории	Содержание учебного материала:	3	1,2
	13.1. Туристские и рекреационные ресурсы		
	13.2. Основные элементы комплекса маркетинга территории		
Тема 14. Основные формы и методы продвижения туристской территории	Практическая работа	2	1,2
	Влияние туризма и рекреации на региональное развитие		
	Содержание учебного материала:		
Тема 15. Маркетинг основных видов туристских территорий	Практическая работа	3	1,2
	Современные средства продвижения туристских территорий		
	Формирование имиджа туристских территорий		
Дифференцированный зачет	Содержание учебного материала:	2	1,2,3
	15.1. Маркетинг курортов и лечебно-оздоровительных центров		
	15.2. Маркетинг городов и туристских центров		
ИТОГО ПО МДК.03.02.	15.3. Маркетинг достопримечательностей	147	1,2,3

Темы для самостоятельной работы по МДК 03.02:

1. Новые технологии в интернет-маркетинге: создание карточек товаров и услуг в локальных туристических агрегаторах.
2. SEO-оптимизация для продвижения интернет-ресурсов в поисковых системах Google и Яндекс.
3. Построение общей стратегической модели туристического ресурса.
4. Повышение эффективности продаж средствами поведенческой экономики.
5. Основные направления и меры развития туризма.
6. Продуктовая политика в сфере услуг, цели и задачи. Содержание сервисного компонента в товаре по Ф. Котлеру.
7. Специфические подходы к управлению сервисным продуктом.
8. Стратегии ценообразования.
9. Факторы, влияющие на выбор элементов комплекса продвижения.
10. Личная продажа и прямой маркетинг в туризме.
11. Аналитическая функция маркетинга в туризме.
12. Состав и характеристика элементов комплекса маркетинга гостиничного сервиса.
13. Концепция развития маркетинга гостиничного бизнеса.

14. Особенности сегментирования рынка в гостиничной индустрии.
15. Организация управления маркетингом в гостиничной сфере.
16. Факторы, влияющие на развитие рынка туризма.
17. Определение целей и постановка задач маркетинга в туризме на примере.
18. Проведение маркетинговых исследований на рынке туристских услуг.
19. Особенности сегментирования рынка туристского бизнеса.
20. Маркетинг-микс туристского бизнеса.
21. Маркетинговые исследования в Интернете.
22. Маркетинг-микс в Интернете.
23. Специфика маркетинговых коммуникаций в Интернете.
24. Осуществление маркетинговых коммуникаций в Интернете.
25. Особенности сбытовой политики в Интернете.
26. Путь пользователя и маркетинговая воронка.
27. Роль брендинга в маркетинге.
28. Стратегический анализ.
29. Исследование ЦА методом глубинных интервью.
30. Позиционирование и стратегия бренда.
31. Коммуникационная стратегия бренда.
32. Продуктовый цикл.
33. Методики улучшения конверсий.
34. Email-маркетинг.
35. Работа с сообществами и амбассадорами.
36. Инфлюенсер-маркетинг.
37. Нативная реклама и PR.
38. ATL — ТВ, радио, пресса, наружная реклама.
39. Мероприятия как элемент маркетинговой стратегии.
40. Планирование маркетинговых активностей на год.
41. Бюджетирование маркетинга.
42. Дифференциация туристского рынка и факторы его функционирования.
43. Тенденции развития международного туристского рынка
44. Маркетинговые исследования среды туристского предприятия.
45. Маркетинговые исследования туристского рынка.
46. Маркетинговые исследования туристского продукта.
47. Маркетинговые исследования конкурентов.
48. Исследования рынка потребителей.
49. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг.
50. Мотивы поведения потребителей.
51. Характеристика процесса принятия решения о приобретении туристских услуг.
52. Применение современных маркетинговых инструментов для достижения эффективных результатов в процессе формирования и реализации региональных туристических продуктов.
53. Формирование маркетинговой стратегии предприятия.
54. Сущность стратегического маркетингового планирования.

55. Базовые маркетинговые стратегии.
56. Актуальные виды маркетинговых стратегий.
57. Формирование продуктовой стратегии.
58. Основные особенности разработки новых продуктов в туризме.
59. Внедрение нового туристского продукта на рынок.
60. Ценовая стратегия. Формирование сбытовой стратегии.
61. Маркетинговые стратегии по отношению к конкурентам.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной программы ПМ требует наличия компьютерного класса; подключение к сети Интернет, лабораторий для самостоятельной подготовки учащихся.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект сетевого оборудования, обеспечивающий соединение всех компьютеров, установленных в кабинете в единую сеть, с выходом через прокси-сервер в Интернет.

Технические средства обучения:

- мультимедиа проектор;
- устройства вывода звуковой информации: звуковые колонки;
- УМКД.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- аудиторная доска для письма;
- вентиляционное оборудование, обеспечивающие комфортные условия проведения занятий.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением, с выходом в Интернет;
- нормативные документы по учреждению.

4.2. Информационное обеспечение обучения Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература

1. Восколович, Н.А. Маркетинг туристских услуг: учебник / Н.А. Восколович. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити, 2015. – 207 с.
2. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие – М.: КНОРУС, 2015. – 468 с.
3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 348 с.
4. Технология туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие / сост. О.С. Крайнова, О.А. Суханова; Моск. ун-т им. С.Ю. Витте. Ф-л Моск. ун-та им. С.Ю. Витте в г. Н. Новгороде. [Электронное издание]. М.: изд. «МУ им. С.Ю. Витте», 2015. – 166 с.
5. Муртузалиев, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: учебное пособие / Т. В. Муртузалиев, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. — Москва: Дашков и К, 2017. — 166 с. — ISBN 978-5-394-02710-9. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/94021>

Дополнительная литература

1. ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования.
2. ГОСТ Р 50691-94. Модель обеспечения качества услуг.
3. ГОСТ Р 50681-94 Туристско-экскурсионное обслуживания. Проектирование туристских услуг.

4. ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требование по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.
5. Валеева, Е.О. Технология и организация туроператорской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.О. Валеева. - Саратов: Вузовское образование, 2015. - 145 с.
6. Владыкина, Ю.О. Техника и технологии в сервисе и туризме: учебное пособие: [16+] / Ю.О. Владыкина; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 192 с.
7. Родигин, Л.А. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве: лекции / Л.А. Родигин, Е.Л. Родигин. – Москва: Советский спорт, 2014. – 208 с.
8. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити, 2015. – 1071 с.: табл., граф., ил, схемы – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713>
9. Клименко, Л.В. Маркетинг в сфере услуг: учебное пособие: [16+] / Л.В. Клименко; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2019. – 111 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773>
10. Дашкова, Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т.Л. Дашкова. – Москва: Дашков и К°, 2014. – 72 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823>
11. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. – Москва: Юнити, 2016. – 303 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036>
12. Морган, Н. Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие / Н. Морган, А. Причард. – Москва: Юнити, 2015. – 482 с.: ил. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117326>
13. Синяева, И.М. Маркетинг услуг: учебник / И.М. Синяева, В.В. Синяев, О.Н. Романенкова; под ред. Л.П. Дашкова; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 252 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403>
14. Уокер, Д. Введение в гостеприимство: учебное пособие / Д. Уокер; ред. Л.В. Речицкая, Г.А. Клебче; пер. В.Н. Егоров. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити, 2015. – 735 с. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114767>
15. Сусикова, Т. С. Выполнение контрольной работы по дисциплине «Маркетинг рекреации и туризма»: методические указания / Т. С. Сусикова. — Омск: СибГУФК, 2016. — 36 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/107572>
16. Маркетинг туризма: учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — Москва: Финансовый университет, 2014. — 224 с. — ISBN 978-5-4365-0132-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152023>
17. Шнайдерман, А. Л. Партизанский маркетинг в туризме / А. Л. Шнайдерман. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 224 с. — ISBN 978-5-91657-419-7. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/62301>

Периодические издания

1. журнал «Вопросы экономики»
2. DVD «Консультант-плюс»
3. Российский экономический журнал
4. журнал «Гостиница и ресторан: бизнес и управление».

Интернет-ресурсы

1. <http://www.gks.ru> - Сайт Федеральной службы государственной статистики
2. <http://www.insur-info.ru/> - Сайт аналитического агентства «Страхование сегодня»
3. www.consultant.ru - Справочная правовая система «КонсультантПлюс»
4. <http://minstm.gov.ru/> - Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ
5. <http://www.russiatourism.ru/> - Федеральное агентство по туризму
6. <http://www.travel-expert.ru/> - Законодательство в сфере туризма
7. <http://www.tourbus.ru/> - журнал «Туристический бизнес»
8. <http://www.tpnews.ru/> - журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы»
9. <http://www.tourinfo.ru/> - журнал «Туринфо»
10. <http://www.d-mir.ru/> - журнал «Туризм и Отдых»
11. http://www.kfrmat.ru/tostudents/library/periodic_review/ - Обзор статей из журналов «Туризм: практика, проблемы, перспектива», «Турбизнес» на сайте Российской международной академии туризма
12. http://www.pressa.ru/Docsfile/list/id_pub/50229 - журнал «Путешествие по России»
13. http://www.mgus.ru/science-journal/present_problem_of_service_and_tourism/ - журнал «Современные проблемы сервиса и туризма»
14. <http://www.tourprom.ru/> - Профессиональный туристический портал
15. <http://www.impression.ru/> - Туристический портал, информация о странах
16. <http://www.travel.ru/> - Сервер о туризме и путешествиях

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Организация образовательного процесса в образовательном учреждении осуществляется в соответствии с образовательными программами и расписаниями занятий.

Объем учебно-производственной нагрузки не должен превышать 36 часов (академических) в неделю и 6 часов в день.

На освоение профессионального модуля отводится 294 аудиторных часа.

Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

Формы проведения консультаций (групповые, индивидуальные, письменные, устные) определяются образовательным учреждением.

Освоение профессиональных образовательных программ модуля Предоставление туроператорских услуг завершается обязательной итоговой аттестацией обучающихся, которая проходит в форме дифференциальных зачетов по всем МДК Профессионального модуля, а также комплексного экзамена после прохождения учебной практики.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):

Реализация образовательного процесса ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг по специальности среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемым МДК. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: педагогические кадры, имеющие высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения ПМ осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

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 обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата	Результаты освоения программы учебной дисциплины
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	ОК 1.
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ОК 2.
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	ОК 3.
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	ОК 4.
Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	ОК 5.
Взаимодействовать с обучающимися, преподавателями в ходе обучения. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	ОК 6.
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения задач	ОК 7.
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	ОК 8.
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	ОК 9.
Разрабатывает анкеты; составляет опросные листы;	Проводить маркетинговые исследования, рынка туристских услуг с целью формирования	ПК 3.1

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата	Результаты освоения программы учебной дисциплины
информирует анкетированного о последовательности проведения социологического исследования; обрабатывает полученные результаты; ведет документацию на электронных и бумажных носителях	востребованного туристского продукта.	
Оформляет турпакет, ваучеры, страховые полисы, ведет документацию на электронных и бумажных носителях	Формировать туристский продукт	ПК 3.2
Рассчитывает стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя; ведет документацию на электронных и бумажных носителях	Рассчитывать стоимость туристского продукта	ПК 3.3
Заполняет разовые заявки под конкретного и реального клиента; ведет документацию на электронных и бумажных носителях	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	ПК 3.4