

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ
УГЛИЧСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

для специальности 43.02.10

Туризм

Углич
2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

_____ Т.М. Смирнова

Заместитель директора

по учебной работе

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта специальности среднего профессионального образования 43.02.10 *Туризм* (углубленная подготовка)

Организация-разработчик: **ГОУ СПО ЯО Угличский индустриально-педагогический колледж**

Разработчики:

Буц Елена Евгеньевна, преподаватель методической цикловой комиссии иностранного языка и туризма

Матвеева Галина Николаевна, преподаватель методической цикловой комиссии социально-экономических и гуманитарных дисциплин

Содержание

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ).....	25

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 100401 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности: «Предоставление туроператорских услуг» и соответствующих профессиональных компетенций:

общекультурных компетенций (ОК):

- 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 (ОК-2);
- принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК-3);
- осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК-4);
- использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК-5);
- работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК-6);
- брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий (ОК-7);
- самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК-8);
- ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК-9);
- исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей) (ОК-10);

профессиональных компетенций (ПК):

- проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта (ПК-3.1.);
- формировать туристский продукт (ПК -3.2.);
- рассчитывать стоимость туристского продукта (ПК -3.3);
- взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта (ПК -3.4);
- организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг (ПК -3.5.).

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована на специальностях 100401 Туризм, 100105 Гостиничный сервис, на курсах повышения квалификации специалистов по туристским услугам.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент 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 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;

- 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 туруслуг;

- 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:

Всего: 1130 часов

максимальной учебной нагрузки студента 957 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки студента 638 часов, из них лекции – 300 часов, лабораторные и практические занятия – 338 часов;
 самостоятельной работы студента – 319 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности «Предоставление туроператорских услуг», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями.

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.5	Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг
ПК3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
ПК3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК3.2.	Формировать туристский продукт
ПК3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного 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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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
ОК 10	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

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, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			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 3.2 – ПК 3.5	Раздел 1.Технология и организация туроператорской деятельности	414	276	120	-	138	-	19	70
ПК 3.1; ПК 3.5	Раздел 2.Маркетинговые технологии в туризме	129	86	60		43		-	-
ПК3.3 – ПК 3.4	Раздел 3. Гостиничный сервис и организация обслуживания в гостиницах и туристических комплексах	414	276	120		138		36	48
	Производственная практика (по профилю специальности), часов (концентрированная)	-							
	Всего:	957	638	300	-	319	-	173	

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, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
Раздел ПМ 1. ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		414	
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности			
Раздел 1		192	
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности	<i>Содержание учебного материала</i>	12	2/3
	1. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туроператорской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России.		
	2. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности. Организационно-правовые нормы функционирования туроператоров.		
	3. Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.		
	<i>Практические занятия:</i> 1. Деловая игра «Формирование пакета документов для учреждения юридического лица» 2. Изучение технологии оформления договоров. 3. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру. 4. Разбор ситуаций предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором.	6	
Тема 1.2. Технология разработки туристского продукта	<i>Содержание учебного материала</i>	24	2/3
	1. Понятие туристского продукта.		
	2. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации.		
	3. Свойства и цели туристского продукта.		
	4. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов.		
	5. Выбор схемы работы в дестинации.		
	6. Основные правила и методика составления программ туров.		
	7. Расчет стоимости туров.		
	<i>Практические занятия:</i> 1. Анализ ресурсов выбранной дестинации.	9	

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Определение базовых услуг по выбранным показателям. 3. Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов. 4. Расчет необходимого количества мест в средствах размещения. 5. Планирование программ турпоездок. 6. Составление программ тура и турпакета. 7. Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. 8. Расчет стоимости тура. 		
Тема 1.3. Оптимизация предоставления туруслуг	<i>Содержание учебного материала</i>	14	2/3
	1. Правила делового общения и переписки. Формирование коммуникативных навыков. Понятие корпоративной культуры. Профессиональная этика работников туроператорской компании.		
	2. Работа с информационно-справочными материалами. Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. Использование каталогов и деловых предложений.		
	3. Решение проблем с помощью правового регулирования. Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме.		
	4. Анализ проблем, возникающих во время тура и меры по их устранению. Предоставление сопутствующих услуг.		
<i>Практические занятия:</i>	6		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Деловая игра «Практика делового общения» 2. Технология написания делового письма. 3. Работа с информационно-справочными материалами. 			
<i>Контрольная работа:</i> Оптимизация предоставления туристских услуг	1		
<i>Самостоятельная работа по разделу 1:</i>		69	
<ul style="list-style-type: none"> – Ознакомление с Единым федеральным реестром туроператоров. – Выявление в СМИ, электронных изданиях и анализ информации о предоставлении некачественных услуг, о неполном предоставлении услуг туроператором (в соответствии с законодательством РФ). – Мониторинг предложений туроператоров. – Анализ причин возникновения ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг. – Составление программы экскурсионного обслуживания по маршруту в России для зарубежных туристов. – Составление программы экскурсионного обслуживания за рубежом для российских туристов. – Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы. – Подготовка доклада на тему «Оформление рабочего места менеджера турфирмы». 			
Раздел 2		222	
Тема 2.1. Влияние туризма на экономику страны. Развитие туризма в РФ	<i>Содержание учебного материала</i>	12	1/2
	1. Влияние туризма на экономику стран. Факторы, тормозящие развитие туризма. Международные организации по регулированию туризма.		
	2. Доля туризма в ВВП стран мира. Статистика доходов от международного туризма. Статистика		

		выезда и въезда туристов в РФ.		
	3.	Негосударственные объединения российских туроператоров – РСТ, АТОР – их функции. Требования российского законодательства к туроператорам. «Турпомощь» и финансовые гарантии. Реестр туроператоров.		
		<i>Практические занятия:</i> 1. Обзор и анализ агентских договоров различных туроператоров. 2. Изучение реестра туроператоров, условий включения в реестр.	2	
		<i>Контрольное занятие:</i> семинар «Влияние туризма на экономику стран»	2	
Тема 2.2. Этапы работы туроператора		<i>Содержание учебного материала</i>	26	
	1.	Цели и задачи ТО-бизнеса. Виды ТО и туроперейтинга. Специализации ТО.		2
	2.	Законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора. Бизнес-модели развития ТО.		
	3.	Маркетинговые исследования ТО. Оценка конъюнктуры рынка ТО. Изучение и анализ запросов потребителей туруслуг. Изучение рекреационных возможностей регионов.		
	4.	Структура туристической индустрии. Активные субъекты туристической индустрии. Поставщики туруслуг.		
	5.	Этапы работы ТО компании при формировании тура.		
	6.	Специализации ТО. Определение направлений и продолжительности туров. Определение целевой аудитории. Групповые и индивидуальные туры.		
	7.	Выбор контрагента-партнера. Meet-компания.		
	8.	Выбор транспортной организации.		
	9.	Организация размещения и питания туристов.		
	10.	Аккредитация ТО в посольствах. Оформление документов при работе с консульскими учреждениями.		
	11.	Обеспечение безопасности тура – страховое и медицинское обеспечение путешествий. Оформление страховки.		
	12.	Ценообразование тура. Методика расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости. Издержки.		
	13.	Этапы реализации турпродукта. Негативные последствия снижения цены. Альтернатива неумножения цены. Риски ТО при демпинге. Мнения экспертов – директоров ведущих ТО.		
			<i>Практические занятия:</i> 1. Сравнительная характеристика законодательных документов ТО и ТА. 2. Расчет турпакета выбранного направления. 3. Изучение поставщиков туруслуг при бронировании «напрямую» и через посредническую компанию. 4. Подготовка и комплектование пакета документов туриста для оформления визы. 5. Изучение и правила оформления ваучеров, памяток, страховых полисов.	10

	6. Изучение виз в паспорте туриста (что необходимо проверять).		
Тема 2.3. Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж	<i>Содержание учебного материала</i>	26	2
	1. Принципы работы маркетинговой службы в ТО. Методы и нормативно-правовая основа рекламы турпродукта.		
	2. Виды продвижения ТО турпродукта на туристическом рынке. Реклама как инструмент продвижения товара к потребителю.		
	3. Разработка рекламной политики. Рекомендации при планировании рекламной кампании.		
	4. Печатная реклама. Маркетинговые исследования ТО по выбору печатного издания в соответствии с целевой аудиторией. Рекомендации по рекламным объявлениям. Буклеты, каталоги. Виды сувенирной рекламы в туристической индустрии.		
	5. Реклама на радио. Этапы рекламной кампании на радио. Телевизионная реклама.		
	6. Наружная реклама. Вывески, баннеры, растяжки, щиты. Реклама на транспорте.		
	7. Реклама в Интернете. Сайт ТО. Интернет-рассылка. Базы данных турагентств. Рекомендации по содержанию рассылки. Реклама в социальных сетях.		
	8. Участие ТО в поисковых системах – информационных ресурсах турагентств.		
	9. Туристические выставки. PR-акции. Нестандартные приемы продвижения турпродукта. Пропаганда туризма. Спонсорство, благотворительность.		
	10. Работа по привлечению турагентств: создание франчайзинговых агентских сетей.		
	11. Обучение турагентов – мастер-классы, презентации, семинары, вебинары, инфотуры.		
	12. Особенности продвижения турпродукта.		
	13. Совместная реклама с турагентом, совместные мероприятия. Размещение информации на сайте.		
	14. Повышение технологичности ТО для привлечения турагентов. Онлайн-бронирование. Оплата турпродукта. Круглосуточная поддержка клиентов ТА.		
<i>Практические занятия:</i>	8		
1. Изучение нормативно-правовой базы рекламной деятельности 2. Разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта. 3. Создание рекламного буклета «Пять причин, чтобы посетить...» (направление по выбору студента) 4. Сбор материалов по рекламе ТО (по выбору студента) 5. Подготовка и проведение семинара по выбранному направлению. 6. Подготовка план инфотура по выбранному направлению. 7. Изучение программ автоматизации работы ТО. 8. Разработка плана рекламных мероприятий для ТО. 9. Подготовка комплекта документов для турагента.			

Тема 2.4. Обеспечение безопасности тура: страховое и медицинское обеспечение путешествий	<p><i>Содержание учебного материала</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимость страхования в туризме. 2. Медицинское страхование туристов. Особенности страхования туристов. Компании assistance. Базовые и дополнительные услуги страхования туристов. 3. Действия туриста при наступлении страхового случая. Страховое событие. Критерии выбора страховой компании турфирмами. <p><i>Практические занятия:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Виды страхования в туризме 2. Изучение санитарно-эпидемиологического законодательства. Подготовка списка стран, неблагополучных в эпидемиологическом плане. 3. Разбор ситуационных примеров по страхованию туристов. <p><i>Контрольная работа:</i> Страхование в туризме</p>	<p>10</p> <p>4</p> <p>2</p>	<p>2</p>
Тема 2.5. Внутренний туризм в РФ: состояние и проблемы	<p><i>Содержание учебного материала</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Начало развития туризма в РФ. Структура госрегулирования туризма в РФ. Нормативные акты. Особенности внутреннего российского туррынка на современном этапе. 2. Статистика внутренних ресурсов России. Объекты всемирного наследия. 3. Индустрия гостиничного дела и питания. Индустрия транспорта. 4. Потенциал развития внутреннего туризма в России. Оценка туристского потенциала территорий. 5. Природные рекреационные ресурсы России. Культурно-исторические ресурсы России. 6. Основные туристские предпочтения россиян. Разновидности российского внутреннего туризма. 7. Экологический туризм. Характеристика экотуристского потенциала России. Причины, сдерживающие развитие экотуризма в России. 8. Рекреационное районирование России. 9. Экспертная оценка перспектив развития внутреннего туризма. <p><i>Практические занятия:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Защита доклада на тему «Туристский потенциал региона России (по выбору)» 2. Подготовка и защита эссе на темы: «Достопримечательности городов Ярославской области» «Православные святыни центральной России» «Возможности туристского освоения Углича и окрестностей»; «Природный памятник в Ярославской области (по выбору)»; «Историко-архитектурный памятник всемирного наследия в России (по выбору)» 3. Примеры экологического туризма 	<p>8</p> <p>8</p>	<p>1/2</p>

	<i>Контрольная работа:</i> Разработка экологического маршрута.	2	
	<i>Самостоятельная работа по разделу 2:</i> – Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, по подготовленным преподавателем вопросам) – Поиск информации о характеристиках российских туроператорских фирм – Поиск информации об условиях взаимодействия туроператора и турагентов – Изучение сайтов туроператоров – Подготовка информации для оформления памятки туристу – Подготовка информации о дополнительных страхованиях туриста – Изучение бланков проездных документов, страховых полисов, ваучеров	69	
	Всего:	414	
МДК 03.02. МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ		129	
Раздел 1. Основы маркетинга		34	
Тема 1.1. Сущность, содержание и цели маркетинговой деятельности	<i>Содержание</i> Маркетинг как экономическая категория. Основные понятия маркетинга. История развития маркетинга и концепции рыночной экономики. Принципы и функции маркетинга. Управление и комплекс маркетинга. Особенности маркетинга в профессиональной деятельности.	6	1/2
	<i>Практические занятия</i> 1. Использование основных категорий маркетинга в практической деятельности	4	
Тема 1.2. Маркетинговая информация и маркетинговое исследование	<i>Содержание</i> Понятие, значение и сущность маркетинговой информации. Вспомогательные системы маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация. Методы маркетинговых исследований.	6	
	<i>Практические занятия</i> 1. Разработка анкеты и проведение опроса потребителей. Выполнение маркетингового исследования и анализ результатов собранной информации. Принятие маркетинговых решений	4	
Тема 1.3. Окружающая среда маркетинга	<i>Содержание</i> Понятие маркетинговой среды и ее составные части.	6	
	<i>Практические занятия</i> 1. Изучение и анализ контролируемых и неконтролируемых факторов маркетинговой среды, влияющих на работу туристической фирмы с учетом особенностей маркетинга.	4	
Тема 1.4. Покупательское	<i>Содержание</i> Модель покупательского поведения. Основные характеристики покупателей. Реакция покупателей	6	

поведение потребителей	на покупку.		
	<i>Практические занятия</i> 1. Оценка поведения различных групп покупателей.	4	
	Контрольная работа по разделу 1.	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 1: выполнение домашних заданий по разделу 1.			14
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Состояния спроса и задачи маркетинга. Маркетинговые службы. Основные способы опроса. Факторы маркетинговой среды. Факторы покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке.			
Раздел 2. Основные стратегии маркетинга		62	
Тема 2.1. Сегментирование рынка	<i>Содержание</i>		2
	Понятие и роль сегментов рынка. Понятие целевого маркетинга. Способы и стратегии охвата рынка. Пути позиционирования товара на рынке.	8	
	<i>Практические занятия</i> 1. Изучение принципов сегментирования. 2. Исследования отдельного сегмента. 3. Отбор целевых сегментов рынка.	2 4 4	
Тема 2.2. Стратегическое планирование в маркетинге	<i>Содержание</i>		6
	Понятие и сущность стратегического планирования в управлении предприятием. Цель стратегического планирования. Маркетинговая программа.		
Тема 2.3. Основы товарной политики	<i>Содержание</i>		8
	Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров. Понятие нового товара в маркетинговой системе. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл продукции. Стратегия разработки нового товара. Жизненный цикл продукции. Сущность ассортимента и товарной номенклатуры.		
	<i>Практические занятия</i> 1. Решение о марке товара, упаковке. 2. Определение жизненного цикла товара и задач маркетинга.	6 4	
Тема 2.4. Ценообразование в маркетинге	<i>Содержание</i>		8
	Понятие и сущность цены. Типы рынков в зависимости от ценообразования. Цели ценообразования. Зависимость цены от спроса. Методы ценообразования. Факторы, влияющие на установление цены продукта. Основные виды ценовой стратегии. Управление ценами: скидки и демпинг.		
	<i>Практические занятия</i> 1. Характеристика цен на рынке туризма.	4	

	2. Определение типа рынка и выбор метода ценообразования.	4	
	Контрольная работа по разделу 2.	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 2: выполнение домашних заданий по разделу 2.		14	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Принципы сегментирования. Решение о товарной марке и маркировке. Решение об упаковке товара. Ассортиментная политика. Ценовые стратегии в маркетинге.			
Раздел 3. Сбытовая функция маркетинга			
Тема 3.1. Организация товародвижения	<i>Содержание</i>	6	2
	Понятие товародвижения. Природа и цели товародвижения. Организация товародвижения. Значение посредников и каналов распределения и сбыта. Функции каналов товародвижения. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.		
	<i>Практические занятия</i> 1. Обсуждение вопросов организации сбыта. Выбор посредников из нескольких вариантов.	6	
Тема 3.2. Маркетинговые коммуникации	<i>Содержание</i>	6	
	Понятие ФОССТИС, его составные части и средства. Маркетинговая коммуникация – основная функция ФОССТИС. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, метод прямых продаж. Имидж и фирменный стиль. Понятие «Паблик рилейшнз».		
Тема 3.3. Рекламное дело	<i>Содержание</i>	6	
	Рекламная деятельность. Виды рекламы. Рекламный бюджет. Правила рекламы. Законодательство о рекламе. Каналы и средства распространения рекламы.		
	<i>Практические занятия</i> 1. Разработка рекламного обращения. Создание товарного знака и логотипа.	4	
	Контрольная работа по разделу 3.	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 3: выполнение домашних заданий по разделу 3.		15	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Методы и формы распространения товаров. Этапы процесса маркетинговой коммуникации. Стили рекламного обращения. Этапы процесса создания рекламы.			
Всего		129	
МДК 03.03. ГОСТИНИЧНЫЙ СЕРВИС И ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦАХ И ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСАХ		414	
Тема 1.1. Предмет,	<i>Содержание</i>	2	

основные термины и понятия	1. История развития гостиничного бизнеса. Основные термины гостиничного дела. Российская и международные гостиничные ассоциации.		2,3
Тема 1.2. Классификация средств размещения	<i>Содержание</i>	8	
	1. Классификация средств размещения: размер, форма собственности, расположение, звездность и т.д. (3 ч.) 2. Система классификации средств размещения. (3 ч.) 3. Классификация по назначению. (2 ч.)		
	<i>Практические занятия</i> 1. Определение звездности гостиницы. 2. Отличительные черты средств размещения.	4	
Тема 1.3. Форма и содержание организации обслуживания в гостиницах и туристских комплексах	<i>Содержание</i>	20	
	1. Структура гостиничных комплексов (2 ч.) 2. Основные службы гостиницы и туристских комплексов (3 ч.) 3. Основные функции служб гостиницы и туристского комплекса (4 ч.) 4. Правила предоставления гостиничных услуг (4 ч.) 5. Технологическая схема обслуживания в гостиницах и туристских комплексах (3 ч.) 6. Гостиничные цепи и холдинги (4 ч.)		
	<i>Практические занятия</i> 1. Международные гостиничные цепи (2 ч.) 2. Занятие на базе гостиницы г. Углич (4 ч.)	6	
Тема 1.4. Технология работы службы приема и размещения	<i>Содержание</i>	32	
	1. Функции службы приема и размещения проживающих (4 ч.) 2. Операционный процесс обслуживания (4 ч.) 3. Порядок бронирования мест. Виды бронирования (6 ч.) 4. Особенности регистрации туристических групп (4 ч.) 5. Миграционный учет. Особенности регистрации иностранных туристов. Закон о защите персональных данных (4 ч.) 6. Единый расчетный час. Тарифы. Виды расчета с проживающими (6 ч.) 7. Оказание дополнительных услуг (4 ч.)		
	<i>Практические занятия</i> 1. Заполнение формы 1Г. 2. Счет за проживание	2	
	<i>Контрольная работа</i> по теме 1.4.	2	
Тема 1.5. Эксплуатация номерного фонда	<i>Содержание</i>	16	
	1. Служба эксплуатации (обслуживания) номерного фонда (4 ч.) 2. Санитарные нормы и правила обслуживания номеров (4 ч.)		

	3. Виды помещений в гостиничных комплексах (2 ч.) 4. Технология уборочных работ (4 ч.) 5. Функции горничных (2 ч.)		
Тема 1.6. Техническая служба в гостиничных комплексах	<i>Содержание</i>	6	
	1. Виды работ технической службы (2 ч.) 2. Требования по охране труда (2 ч.) 3. Специальности в технической службе (2 ч.)		
Тема 1.7. Организация питания в гостиницах и туристических комплексах	<i>Содержание</i>	22	
	1. Классификация предприятий питания (4 ч.) 2. Требования, предъявляемые к предприятиям питания (4 ч.) 3. Рестораны и бары в гостиницах и туристических комплексах (4 ч.) 4. Виды питания (2 ч.) 5. Обслуживание номеров (2 ч.) 6. Мини-бары в номерах (2 ч.)		
	<i>Практические занятия</i> 1. Знакомство с устройством и работой ресторана на базе гостиницы. 2. Занятие на базе точки питания.	4	
Тема 1.8. Организация предоставления дополнительных услуг	<i>Содержание</i>	16	
	1. Виды дополнительных услуг, оказываемые в гостиницах и туристических комплексах (4 ч.) Платные и бесплатные услуги (2 ч.) 2. Услуги в различных гостиничных комплексах в зависимости от предназначения (4 ч.) 3. Целесообразность введения дополнительных услуг (2 ч.) 4.		
	<i>Практические занятия</i> 1. Разработка дополнительных услуг в гостиницах оздоровительного назначения, пляжного отдыха и т.д.	4	
Тема 1.9. Обеспечение безопасности проживающих в гостиницах и туристических комплексах	<i>Содержание</i>	14	
	1. Концепция безопасности (2 ч.) 2. Специфика потенциальных угроз в зависимости от средств размещения (2 ч.) 3. Общие принципы создания системы защиты от угроз (2 ч.) 4. Мероприятия по организации безопасности (4 ч.) 5. Технические средства безопасности (4 ч.)		
<i>Виды самостоятельной работы по МДК 03.03.:</i> – Доработка конспектов занятий, изучение учебной и специальной литературы – Поиск информации и подготовка сообщений, докладов – Изучение сайтов гостиниц, подготовка аналитических сообщений		138	

<p style="text-align: center;"><i>Примерная тематика самостоятельной работы по МДК 03.03:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – История развития гостиничного дела в России, в мире – Международные гостиничные ассоциации – Дополнительные услуги в гостиничных комплексах 		
<i>Всего:</i>	414	
<p>Учебная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор и анализ информации о рынке туристических услуг региона, о туристических ресурсах региона (на русском и иностранном языках) 2. Разработка маршрута путешествия, технологической карты маршрута 3. Проектирование новых турпродуктов с использованием информационных технологий 4. Анализ рекламной деятельности туристических фирм 5. Ознакомление с расчетом себестоимости путевок 6. Подготовка комплекта документов для турагента 7. Знакомство с работой туристической выставки 	55	
<p>Производственная практика по профилю специальности Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Участие в разработке основных этапов маркетингового исследования туристического предприятия 2. Разработка договоров с клиентами и партнерами 3. Разработка нового турпродукта. Разработка новых маршрутов, туров, технологических карт 4. Участие в разработке и планировании рекламной кампании по продвижению нового турпродукта 6. Участие в разработке рекламных модулей 7. Участие во взаимодействии с турагентами 8. Участие в работе планово-экономического отдела фирмы при разработке цены на новый продукт 9. Работа с запросами клиентов 10. Оформление страховых полисов 11. Работа с заявками на бронирование 12. Общение с клиентами (на русском и иностранном языках) 13. Определение потребностей заказчика, выбор оптимального туристического продукта 14. Осуществление бронирования с использованием современной офисной техники 15. Взаимодействие с туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения 16. Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта 17. Оформление бланков строгой отчетности 18. Классификация номерного фонда и точек питания в гостиницах 19. Функциональные обязанности администратора, горничной и кастелянши гостиницы 20. Организация и функционирование службы дополнительных услуг 	118	

	ИТОГО по модулю:	1130
--	------------------	-------------

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Программа профессионального модуля реализуется на базе учебного кабинета туризма. Оборудование учебного кабинета:

- 25 посадочных мест;
- рабочее место преподавателя;
- комплект образцов документации по бронированию;
- комплект учебно-методической документации;
- компьютер, проектор, экран;
- программное обеспечение.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, дополнительной литературы, Интернет-ресурсов
Основные источники:

Основная:

1. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг (1-е изд.): учеб. пособие. – М.: Академия, 2009.
2. Баумгартен Л. В. Стандартизация и сертификация в туризме. – М.: Академия, 2009.
3. Бгатов А.П. Туристские формальности (1-е изд.) учебник. – М.: Академия, 2011.
4. Быстров С.А. Организация туристской деятельности (управление турфирмой): учебное пособие для вузов. – М.: Форум: Инфа-М, 2014. – 398 с.
5. Веткин В.А. Технология создания турпродукта: учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 240 с.
6. Виноградова Т.В. Технология продаж услуг туристской индустрии (1-е изд.) учебник. – М.: Академия, 2010.
7. Жуков А.А. Технология и организация операторских и агентских услуг (1-е изд.) учебник. – М.: Академия, 2011.
8. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания/ под ред. Лапина А.Ю.(7-е изд., стер.): учебник. – М.: Академия, 2010.
9. Матюхина Ю.А. Организация туристской индустрии: учебное пособие. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011.
10. Мурахтанова Н.М. Маркетинг (8-е изд., переаб. и доп.): учебник. – М.: Академия, 2012. – 304 с.
11. Орловская В.П. Технология организации предприятий туризма. – М.: Инфа-М., 2013. – 174 с.

12. Черникова Л.И. Страхование и риски в туризме (1-е изд.) учеб. пособие. – М.: Академия, 2010.

Дополнительная:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве: учеб. Пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007.
2. Веткин В.А., Винтайкина Е.В. Технология создания турпродукта: пакетные туры: учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М. – 2010.
3. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К'», 2009.
4. Дурович А.П. Менеджер турагентства. – Минск: Современная школа, 2010.
5. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. – СПб.: Питер, 2008.
6. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса: Учебное пособие. – М.: Ось-89, 2001.
7. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетин. Гостеприимство и туризм. – М.: ЮНИТИ, 2007.
8. Мак-Дональд М. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство к маркетинговому планированию. – М.: Эксмо, 2009.
9. Сарафанова Е.В., Яцук А.В. Маркетинг в туризме: учебное пособие. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007.
10. Сафонова Л.В. Социальные технологии в сфере сервиса и туризма (2-е изд., стер.) учеб. пособие. – М.: Академия, 2009.
11. Севастьянов Д.В. Основы страноведения и международного туризма (1-е изд.) учеб. пособие. – М.: Академия, 2008.
12. Соколова М.В. История туризма (6-е изд.): учеб. пособие. – М.: Академия, 2010.
13. Осипова О.Я. Транспортное обслуживание туристов: учеб. пособие. – М.: Академия, 2010.

Электронные учебные пособия:

1. Маркетинг: учебный компьютерный курс. – М.: Корпорация «Диполь», 2007.
2. Профессиональное образование. Администратор. Портье: учебно-методический компьютерный комплекс. – М.: Корпорация «Диполь», 2009.
3. Профессиональное образование. Горничная: учебно-методический компьютерный комплекс. – М.: Корпорация «Диполь», 2009.
4. Щетинина Е.Б. Менеджмент гостиничных услуг: учебное пособие для вузов. – М., 2008.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.acase.ru>
2. <http://www.hotel.uralregion.ru>
3. <http://www.hoteline.ru>
4. <http://www.goste.ru>
5. <http://www.hotelcentr.ru>
6. <http://www.hotelkosmos.ru> и другие
7. <http://www.russiatourism.ru>
8. <http://cap.ru>
9. <http://www.volgatourizm.ru>
10. <http://www.turizm.ru>
11. <http://gooddays.ru>
12. <http://www.ertert.ru>
13. <http://geosfera.info>
14. <http://www.travel.ru>
15. <http://puteshestvia.com>

Периодические профессиональные издания:

1. Турбизнес <http://www.tourbus.ru/>
2. Туризм: практика, проблема, перспективы
3. Туринфо
4. Официальная туристская газета TTG <http://www.ttg-russia.ru>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности, с рабочим учебным планом, программой профессионального модуля, с расписанием занятий; с требованиями к результатам освоения профессионального модуля: компетенциям, практическому опыту, умениям и знаниям.

В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: деловые игры, индивидуальные и групповые проекты, анализ производственных ситуаций, и т.п. в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

Освоению модуля предшествует изучение дисциплин: «Иностранный язык»; «Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной

деятельности»; «Экономика»; «Право»; модуля «Предоставление турагентских услуг».

Оценка качества освоения профессионального модуля включает текущий контроль знаний и промежуточную аттестацию. Текущий контроль проводится в пределах учебного времени, отведенного на соответствующий раздел модуля, как традиционными, так и инновационными методами, включая компьютерные технологии. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля по специальности.

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

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается промежуточной аттестацией, которую проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающегося не позднее двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательными учреждениями создаются фонды оценочных средств.

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	- разрабатывает анкеты, опросные листы; - обрабатывает полученные результаты; - ведет документацию на электронных и бумажных носителях, в т.ч. базы данных по туристским продуктам; - интерпретирует полученные результаты, вносит коррективы в	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий; - портфолио

	<p>турпродукт;</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивает востребованность турпродукта на основе проведенного исследования рынка 	
<p>ПК 3.2. Формировать туристский продукт</p>	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывает тур, маршрут; - составляет и оформляет турпакет (на русском и иностранном языках); - взаимодействует с поставщиками услуг и турагентами по реализации турпродукта; - разрабатывает сопутствующие и дополнительные услуги 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий. портфолио
<p>ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта</p>	<ul style="list-style-type: none"> - рассчитывает себестоимость услуг, включенных в состав турпакета; - определяет цену турпродукта; - ведет документацию на электронном и бумажном носителях 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий.
<p>ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта</p>	<ul style="list-style-type: none"> - осуществляет поиск партнеров и агентов, налаживает контакты с торговыми представительствами; - работает с агентскими договорами; - ведет переговоры с турагентами по реализации турпродукта с соблюдением деловой этики; - использует методы эффективного общения при взаимодействии с турагентами; - решает проблемы, возникающие при взаимодействии с турагентами; - предоставляет информацию турагентам по рекламным турам; - рассчитывает комиссионное вознаграждение турагентам 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий. - деловая игра
<p>ПК 3.5. Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг</p>	<ul style="list-style-type: none"> - планирует рекламную кампанию по продвижению турпродукта; - разрабатывает отдельные модули рекламной кампании; - готовит и проводит презентацию турпродукта (на русском и иностранном языках); - работает на специализированных туристских выставках в качестве стендиста 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий. <p>Порфолио Комплексный экзамен</p>

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения проверяют у студентов 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;	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области бронирования гостиничных услуг; - оценка эффективности и качества выполнения задач технологии продаж и продвижения турпродукта.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях и осознание за него ответственности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- эффективный поиск необходимой информации ; - использование различных источников информации для эффективного выполнения задач технологии продаж и продвижения турпродукта, профессионального и личностного развития.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	использование информационно-коммуникационных технологий	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в

общаться с коллегами, руководством, потребителями		процессе освоения образовательной программы
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	самоанализ и коррекция результатов собственной работы; - ответственность за работу подчиненных	Интерпретация результатов наблюдений за
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	организация самостоятельных занятий по повышению личностного и квалификационного уровня.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы