

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Узунова Галина Петровна
Должность: Директор
Дата подписания: 21.09.2023 15:22:10
Уникальный программный ключ:
ec29c88afcd483fc3f14efec2359d2c1514e1daf0b74e9391ec46ce98af9ce5f

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ»
«ОТКРЫТЫЙ ТАВРИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор

АНО «НПО» «Открытый
Таврический колледж»



Г.П. Узунова
2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ
(код, наименование)

ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ
43.02.10 ТУРИЗМ
(код, наименование)

СПЕЦИАЛИСТ ПО ТУРИЗМУ
(квалификация)

БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ ПОДГОТОВКИ
(базовый, углубленный)

ФОРМА ОБУЧЕНИЯ
ОЧНАЯ

Симферополь, 2022 г.

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА
на заседании цикловой комиссии

Протокол № 1

от «30» 08 2022 г.

Председатель цикловой комиссии


(Подпись, Ф.И.О.)

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности среднего
профессионального образования
43.02.10 Туризм
(код, наименование специальности)

Разработчик:

Трегубова А.К., преподаватель

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность,

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	18

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 03 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм (по отраслям).

Область применения программы: программа профессионального модуля - является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм (базовой подготовки), в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): предоставление 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.

5.2.4. Управление функциональным подразделением организации.

ПК 4.1. Планировать деятельность подразделения.

ПК 4.2. Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.

ПК 4.3. Оформлять отчетно-планирующую документацию.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять 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, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, 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 заданий.

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.

Цели и задачи модуля - требования к результатам освоения 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;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
- оценивания эффективности развития регионального туризма;
- 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;
- проведения маркетинговых исследований;
- составления стратегия брендинга;

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;
 - формировать конкурентоспособные бренды в туризме;
 - оценивать эффективность развития регионального туризма;
- знать:**
- виды рекламного продукта;
 - правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
 - способы обработки статистических данных;

- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездок;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования 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;
- процесс управления туристским брендами;
- теоретические аспекты функционирования туризма в регионе.

1.1. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля: максимальной учебной нагрузки обучающегося -230 ч., включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 176 ч. , в том числе: практической работы обучающегося- 8.

Самостоятельной работы обучающегося 54; производственной практики – 144 ч .

Рекомендуемое количество часов на освоение программы МДК 03.01 «Технология организации туроператорской деятельности»:

-максимальной учебной нагрузки обучающегося - 156 ч, включая:
 -обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 104 ч; в том числе: практической работы обучающихся – 10 ч.

Самостоятельной работы обучающегося - 54 ч;

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Технология организации туроператорской деятельности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Теоретические основы туроперейтинга.		36	
Тема 1.1. Организационно-правовые формы предпринимательства в туризме.	Содержание: Введение в дисциплину «Туроператорская деятельность» Понятия и формы деятельности туроператора. Основные различия между туроператором и турагентом. Функции туроператора.	4	1
	Самостоятельная работа: Предоставить опорный конспект по результатам работы с нормативными материалами: 1. ФЗ от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»; 2. О Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 17.12.1999 г., 30.12.2001 г.);	4	3
Тема 1.2. Туроператор как субъект туристской деятельности	Содержание: Индустрия туризма. Туристская деятельность. Организаторы путешествий.	6	
	Самостоятельная работа: Предоставить рефераты по теме: « Субъекты туристской деятельности», « Классификация туроператоров», « Факторы развития туроперейтинга».	4	
	Практические занятия: 1. Характеристика по прилагаемой схеме крупных туроператоров РФ.	2	
Тема 1.3. Функции и место туроператоров на рынке туристских услуг.	Содержание: Функции туроператоров .Место туроператоров на рынке туристских услуг.	4	
	Самостоятельная работа: 1.Подготовить доклад « Функции продвижения туристического продукта». 2. На основании информационных материалов подготовить презентацию, посвященную деятельности конкретного туроператора на рынке туристического рынка в Республике Крым».	4	
Раздел 2. Маркетинговая среда туроператора			
Тема 2.1. Маркетинговая среда	Содержание: Факторы маркетинговой среды туроператора. Внутренняя и внешняя среда туроператора.	4	

туроператора	Самостоятельная работа 1.Подготовить доклад: « Факторы внешней и внутренней среды, определяющие работу туроператора».	4	2
Раздел 3.	Формы взаимодействия с контрагентами, перевозчиками, гостиницами.	20	
Тема 3.1. Формы взаимодействия туроператора с перевозчиками.	Содержание: Взаимодействие туроператора с авиакомпаниями. Организация железнодорожных и автобусных туров. Морские и речные круизы.	4	
	Самостоятельная работа: Подготовить презентацию: « Роль транспорта в формировании туристического продукта».	4	2
	Практические занятия: Составить сравнительную таблицу по характеристикам различных видов транспорта.	2	
Тема 3.2. Формы взаимодействия туроператора с гостиницами.	Содержание: Аренда отеля. Комитмент-условия. Элотмент-условия. Бронирование. Оформление туристской документации.	4	
	Самостоятельная работа: 1.Подготовить информационное сообщение о формах взаимодействия туроператора с гостиницами.	4	
	Практические занятия: Заполнение образцов туристической документации : путевок, памяток, ваучеров.	2	
Раздел 4. Договорные отношения в туроперейтинге.		40	2
Тема 4.1. Договорные отношения между отправляющим и принимающим туроператором.	Содержание: Рецептивные и инициативные туроператоры.	4	
	Самостоятельная работа: Подготовить сообщение о конкретных примерах взаимоотношений между отправляющими и принимающими российскими туроператорами.	4	
Тема 4.2. Договорные отношения туроператора с турагентом	Содержание: Виды договорных отношений.	6	2
Тема 4.3. Договорные отношения туроператора с	Содержание: Договорные отношения туроператора с перевозчиком.	4	
	Самостоятельная работа:	4	

перевозчиком	Подготовить доклад по теме: «Виды договоров между туроператором и авиаперевозчиком.»		
Тема 4.4. Договор оказания гостиничных услуг.	Содержание: Субъекты договора гостиничного обслуживания. Порядок заключения, форма и содержание договора оказания гостиничных услуг.	4	
Тема 4.5. Договор оказания услуг общественного питания и экскурсионных услуг.	Содержание: Организация предоставления услуг общественного питания и экскурсионных услуг. Субъектами договора, оказывающими услуги общественного питания. Условия, содержащиеся в договоре оказания экскурсионных услуг.	4	
	Самостоятельная работа: Подготовить рефераты по темам: « Услуги питания при формировании туристического продукта». « Виды питания при обслуживании туристов в гостиницах.»	4	
	Практические занятия: Составить примерную структуру и содержание тематической экскурсии по теме: « Исторические памятники гор. Симферополя»	2	
Тема 4.6. Договоры страхования в сфере туризма.	Содержание: Виды страхования в туризме.	4	
Раздел 5 Ценообразование в туроперейтинге.		30	
Тема 5.1. Цена в комплексе маркетинга туроператора.	Содержание: Этапы ценовой политики. Ценовая стратегия в деятельности туроператоров.	6	
Тема 5.2. Цели и методы ценообразования в туроперейтинге.	Содержание: Методы ценообразования. Определение спроса. Ценовые стратегии и тактики в деятельности туроператора.	4	
	Самостоятельная работа: 1.Подготовить тематический словарь терминов, посвященный ценообразованию в туроперейтинге.	4	
Тема 5.3. Издержки туроператора и себестоимость	Содержание: 1. Полная себестоимости реализуемой туристской продукции. Затраты туроператора.	4	
			3

туристического продукта.	Самостоятельная работа: 1.Подготовить опорный конспект по теме: « Порядок определения полной себестоимости реализуемой туристской продукции». 2.Подготовить доклад «Прямые и косвенные затраты туроператора».	4	
Тема 5.4. Расчет окончательной цены туристического продукта.	Содержание 1.Цена туристского продукта. Материальные затраты туроператора. Планируемая норма прибыли.	6	
	Практические занятия: По представленным данным произвести расчет окончательной цены туристического продукта.	2	
Раздел 6. Работа туроператора с турагентами.		14	
Тема 6.1. Формирование сбытовой сети туроператора.	Содержание: Внешние и внутренние каналы сбыта.	4	
Тема 6.2. Агентские сети и стимулирование их активности.	Содержание: Разновидности агентских сетей. Стратегии создания агентских сетей. Способы стимулирования турагентов	6	
	Самостоятельная работа: Подготовить рефераты по темам: «Виды агентских сетей». «Способы стимулирования турагентов»	4	
Тема 7.1. Выставки в комплексе маркетинга туроператора.	Раздел 7. Выставочная деятельность в туроперейтинге		16
	Содержание: Классификация выставочных мероприятий. Особенности организации туристских мероприятий в нашей стране.	4	
Тема 7.2. Подготовка туроператора к участию в выставках.	Содержание Формы участия туроператора в выставках. План работ по подготовке к выставке. Бюджет выставки.	4	
	Самостоятельная работа: 1.Подготовить информацию о проводимых туристических выставках в Республике Крым.	4	

Тема 7.3. Процедура участия туроператора в работе выставки	Содержание: Рабочий день на выставке. Процедуры и технологии после выставочного периода.	4	
МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме		108	
Раздел 1. Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме		12	
Тема 1.1. Сущность и содержание маркетинга в туризме	Содержание: 1. Основные понятия, сущность маркетинга. Эволюция маркетинга 2. Система управления маркетингом.	4	1
	Самостоятельная работа: Изучить правовые основы маркетинга Предоставить конспект по результатам работы с нормативными материалами: ФЗ от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»	2	2
Тема 1.2. Концепция маркетинга в туризме	Содержание: 1. Структура комплекса маркетинга. Цели, задачи, функции маркетинга 2. Социальная ответственность и этика маркетинга	4	1
	Самостоятельная работа: Изучить современные тенденции маркетинга в туризме	2	2
Раздел 2. Система маркетинговых исследований		38	
Тема 2.1. Маркетинговые исследования, как основа определения рыночных возможностей туристского предприятия	Содержание: 1. Понятие, основные направления и виды маркетинговых исследований. Этапы и процедуры маркетинговых исследований. 2. Цели и задачи маркетинговых исследований. Методы сбора информации.	4	1
	Самостоятельная работа 1. Изучить принципы маркетинговых исследований.	2	2
Тема 2.2. Методология маркетинговых	Содержание: 1. Методы сбора информации в процессе маркетинговых исследований 2. Планирование выборки	6	1

исследований	3. Организационные формы проведения маркетинговых исследований.		
	Самостоятельная работа: Использование Интернета для проведения маркетинговых исследований	2	2
Тема 2.3. Маркетинговые исследования рынка туристских услуг	Содержание: 1. Структура туристского рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка	2	1
	Самостоятельная работа 1. Характеристика рынка туристских услуг в Республике Крым.	2	2
Тема 2.4. Сегментирование рынка туристских услуг	Содержание: 1. Понятие, цели и принципы сегментации. Процесс сегментации. Методы и критерии сегментации. Основные сегменты туристского рынка.	2	1
	Самостоятельная работа: 1. Методы многомерного статистического анализа.	4	2
Тема 2.5. Исследование среды маркетинга туристского предприятия	Содержание: 1. Понятие среды маркетинга. Анализ внутренней среды. Изучение внешней среды	2	1
	Самостоятельная работа 1. Бенчмаркинг как вид маркетинговых исследований. 2. Привести примеры исследования среды маркетинга туристского предприятия	4	2
Тема 2.6. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг	Содержание: 1. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг. 2. Характеристика процесса принятия решения о приобретении туристских услуг. Оценка степени удовлетворенности /неудовлетворенности потребителей.	4	1
	Самостоятельная работа: 1. Мотивация потребителей туристских услуг. Пирамида Маслоу.	2	2
	Практические занятия: 1. Разработать анкету (опросный лист, лист наблюдений) для исследования поведения потребителей.	2	3
Раздел 3. Стратегии маркетинга в туризме		38	
Тема 3.1. Маркетинговая продуктовая стратегия туристского предприятия	Содержание: 1. Товарная политика и структура туристского продукта. Позиционирование туристского продукта. 2. Жизненный цикл туристского продукта. Основные этапы разработки и внедрения туристского продукта-новинки на рынок	4	1
	Самостоятельная работа: 1. Критерии новизны турпродукта	2	2
Тема 3.2.	Содержание:	4	1

Цена ценообразование в туризме	и	1. Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия. Внешние факторы ценообразования.		
	в	2. Постановка целей ценообразования. Выбор методов ценообразования. Определение и реализация ценовой стратегии.		
		Самостоятельная работа: Методы ценовой конкуренции в туризме	2	2
		Практические занятия: 1. Особенности товарной и ценовой стратегии туристского предприятия. Привести примеры.	2	3
Тема 3.3. Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия		Содержание: 1. Формирование сбытовой стратегии. Каналы сбыта туристского продукта. 2. Выбор посредников и определение приемлемой формы работы с ними.	4	1
		Самостоятельная работа: 1. Основные параметры каналов сбыта.	2	2
		Практические занятия: 1. Подготовить презентацию «Вертикальные маркетинговые системы». 2. Характеристика деятельности турагентства	2	3
Тема 3.4. Маркетинговые коммуникации в туризме		Содержание: 1. Система маркетинговых коммуникаций туристского предприятия. 2. Личные продажи и стимулирование сбыта. Процесс участия туристского предприятия в работе выставки.	4	1
Тема 3.5. Реклама и ПР, как элементы комплекса маркетинговых коммуникаций		Содержание: 1. Сущность, функции и виды рекламы. Рекламный процесс. Сущность и инструментарий PR.	2	1
		Самостоятельная работа: 1. Примеры рекламных кампаний турфирм	2	2
		Практические занятия: 1. Разработка макетов рекламных сообщений туристского предприятия. 2. Подготовить презентацию: «Фирменный стиль туристского предприятия»	2	3
Тема 3.6. Формирование маркетинговой стратегии		Содержание: 1. Сущность стратегического маркетингового планирования. Ситуационный анализ. Планирование целей предприятия 2. Разработка альтернативных стратегий. Выбор и оценка стратегии. Разработка программы маркетинга. Бюджет маркетинга	4	1
		Самостоятельная работа: 1. Примеры маркетинговых стратегий турфирм. Подготовить презентацию: «Формирование маркетинговой стратегии турфирмы»	2	2

Раздел 4. Маркетинговые технологии в туризме		20	
Тема 4.1. Маркетинговые технологии в туризме	Содержание: 1. Управление комплексом маркетинга на основе CRM-технологий. 2. Технологии партизанского маркетинга, технология вирусного маркетинга, технология сетевого маркетинга. 3. Трейд-маркетинг. 4. Технология бренда. Ребрендинг. 5. Кросс-маркетинговые технологии. 6. Маркетинговые технологии call центра. 7. Маркетинговые интернет технологии, мобильные маркетинговые технологии.	14	1
	Самостоятельная работа: Подготовить рефераты по теме: «Маркетинговые технологии в туризме».	6	2

Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы

Подготовка рефератов, докладов, презентаций:

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.

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).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета предоставления турагентской и туроператорской деятельности; информационно-экскурсионной деятельности.

Технические средства обучения: автоматизированное рабочее место преподавателя; автоматизированные рабочие места учащихся; интерактивная доска;

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета турагентской и туроператорской деятельности;

- посадочные места по количеству обучающихся;

- рабочее место преподавателя;

- комплект учебно-методической документации;

Стенды и витрины: требования к уровню подготовки охотоведа по модулю в соответствии с ФГОС СПО;

Плакаты и схемы: схемы предоставления туристических услуг, географическая карта мира, сегментация туристического рынка, эластичность спроса и предложения, структура цены, влияние уровня цены на загрузку гостиничных номеров,

Проспекты и видеофильмы: мультимедийное сопровождение теоретических занятий и практических работ

Таблицы: Виды туристического спроса, сегментация туристических предприятий, группировка затрат по статьям расходов.

Материалы и оборудование для лабораторных работ и практических занятий: комплект разработок по выполнению практических работ; должностные обязанности работников, занятых в туристической деятельности.

Комплект плакатов, справочники.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета информационно-экскурсионной деятельности.

: компьютеры, принтер, сканер, проектор, программное обеспечение общего и профессионального назначения, комплект учебно-методической документации.

Комплект плакатов, справочники.

Плакаты и схемы:

Проспекты и видеофильмы: мультимедийное сопровождение теоретических занятий и практических работ

Для проведения учебной практики по модулю предполагается

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно на базе виртуального туроператора

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1.Абакумов С.Н. Технология въездного туризма : учебно-методическое пособие. Орел ОГУ, 2015.

2.Бутко И.И., Ситников Е.А., Ушаков Д.С. Туристический бизнес: основы организации. Ростов н/Д : Феникс, 2017.

3.Быстров С.А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учеб, пособие. М.: Форум : ИНФРА-М, 2015.

4.Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности : учеб, пособие. М.: Дашков и К, 2014.

5.Веткин В.А., Винтайкина Е.В. Технология создания массового турпродукта: учеб, пособие. М.: Русайнс, 2015.

6. Веткин В.А., Винтайкина Е.В. Технология создания турпродукта: пакетные туры : учебно-методическое пособие. М. : Финансы и статистика : ИНФРА-М, 2016.
7. Виноградова Т.В. Технологии продаж турпродукта : учебник. М.: Академия, 2015.
8. Гребенюк Д.Г. Технология продаж и продвижения турпродукта : учеб, пособие. М.: Академия, 2016.
9. Дурович А.П. Организация туризма : учеб, пособие. СПб.: Питер, 2014.
10. Жуков А.А., Дерябина С.О. Технология и организация операторских и агентских услуг : учебник. М.: Академия, 2014.
11. Игнатъева И.Ф. Организация туристской деятельности : учеб, пособие. СПб.: Питер, 2015.
- Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности : учебник. М. : Финансы и статистика, 2008.
12. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта: учебник. М.: Финансы и статистика, 2016.
13. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия обслуживания : учебник. М.: Финансы и статистика, 2016.
14. Исмаев Д.К. Организация въездного туризма в Российскую Федерацию : учебно-практическое пособие. М.: Книгодел : МАТГР, 2015.

Дополнительные источники:

- ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования.
- ГОСТ Р 50691-94. Модель обеспечения качества услуг.
- ГОСТ Р 50681-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг.
- ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требование по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.
- Акулич И.Л. Внутренняя и внешняя среда маркетинга. Минск, 2010.
- Биржаков М.Б. Введение в ТУРИЗМ. – Издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2008.
- Дайан А., Букерель Ф. Ланкар Р. и др. Академия рынка: маркетинг М.: Экономика, 2010.
- Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса: Учебное пособие. – М.: Осъ-89, 2011.
- Исмаев Д.К. Работа туристской фирмы по организации зарубежных поездок. М.: Луч, 2011.
- Одокиенко С.С. Исследования маркетинга. М., 2012.
- Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2013.
- Интернет-ресурсы
- <http://www.Consultant.ru> сайт разработчиков справочно-правовых систем «Консультант Плюс»
- <http://www.garant.ru> сайт разработчиков справочно-правовых систем Гарант
- <http://www.Referent.ru> сайт разработчиков справочно-правовых систем Референт
- <http://www.Microsoft.com> -Microsoft Project
- <http://www.km.ru> - Библиотека «Кирилл и Мефодий»
- <http://www.Encyclopedia.ru> - Энциклопедия «Брокгауз on-line»
- 3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Модуль ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг реализуется в течение I и II семестра второго года обучения по специальности 43.02.10 Туризм. Занятия проводятся в кабинетах информационно-экскурсионной деятельности; информационно-коммуникационных технологий; делопроизводства и оргтехники;

Учебный материал разделов и МДК выдается концентрированно. По окончании освоения очередного раздела проводится промежуточная аттестация по форме,

предусмотренной учебным планом. После полного освоения модуля и окончания учебной и производственной практик проводится экзамен (квалификационный).

Реализации программы профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг предшествует изучение дисциплин: «Физическая культура»; «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации», «Иностранный язык».

3.3 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг.

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
В результате изучения курса «Организация туроператорской деятельности» студенты должны знать виды деятельности туроператоров, основы создания и продвижения турпродукта, технологии работы с клиентами до и после заключения договора, во время и после окончания путешествия.	<i>Оценка результата выполнения практических заданий</i>
	<i>Экспертная оценка преподавателем защиты рефератов</i>
	<i>Устный опрос Тестирование Оценка результата выполнения практических заданий</i>