

АННОТАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг
Специальность 43.02.10 Туризм

Общая трудоемкость: в 3,4,5 семестре 436 часов, в том числе: лекции 88 часа, практические занятия 92 часа, самостоятельные занятия 83 часа, консультации 14 часов, производственная практика- 159 часов.

Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения.

Целью изучения модуля Предоставление туроператорских услуг направлено на формирование представления о том, что маркетинг– это современный инструмент достижения коммерческих целей предприятия на основе эффективного использования его потенциала с ориентацией на удовлетворение запросов потребителей в условиях конкурентной среды. Целью изучения дисциплины является обеспечить достаточный и необходимый уровень теоретических знаний о порядке, этапах и качестве предоставления туроператорских услуг.

Задачи дисциплины: формирование целостного представления о проведении маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; планировании программ турпоездок, составления программ тура и турпакета; планировании рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках, расчете себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; взаимодействии с турагентами по реализации турпродукта; работе с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг; предоставлении сопутствующих услуг.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной дисциплины должен

иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках.

уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагенствами;
- 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 документацию 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 предложения;
- 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 на них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках.

знать:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению, 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 общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Профессиональный модуль ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг входит в профессиональный цикл программы подготовки специалистов среднего звена в части освоения основного вида профессиональной деятельности: Предоставление туроператорских услуг. Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг является базовой частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.10 Туризм.

Требования к уровню освоения дисциплины

Результатом освоения программы профессионального цикла является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг, в том числе профессиональными компетенциями (ПК), указанными ФГОС по специальности 43.02.10 – «Туризм»:

Код	Наименование результата обучения
ПК-3.1 проводить маркетинговые исследования	иметь практический опыт: • проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; уметь:

рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	• осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагенствами; • проводить анализ деятельности других туркомпаний; • работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; • обрабатывать информацию и анализировать результаты; знать: • виды рекламного продукта; • способы обработки статистических данных; • методы работы с базами данных; • основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований
ПК-3.2 формировать туристский продукт	иметь практический опыт: • планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета; • предоставления сопутствующих услуг; уметь: • 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 документацию с использованием информационных технологий; • анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; знать: • методы работы с базами данных; • методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; • планирование программ турпоездов; • основные правила и методику составления программ туров; • правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями; • способы устранения проблем, возникающих во время тура;

	• методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания
ПК-3.3 рассчитывать стоимость туристского продукта	иметь практический опыт: • расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; уметь: • рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; • рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; знать: • способы обработки статистических данных; • методы работы с базами данных; • методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; • методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта
ПК-3.4 взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	иметь практический опыт: • 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: • налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; • работать с агентскими договорами; • использовать каталоги и ценовые предложения; • 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 на 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; • методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; • основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; • правила бронирования туров; • методику организации рекламных туров; • правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;

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

В процессе освоения МДК студенты должны овладеть общими компетенциями (ОК):

Код	Наименование результата обучения
ОК-1 понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	уметь: • консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; • работать с заявками на бронирование туруслуг знать: • основные правила и методику составления программ туров; • правила бронирования туруслуг;
ОК-2 организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	уметь: • составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; • анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; • обрабатывать информацию и анализировать результаты; знать: • методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; • планирование программ турпоездок; • основные правила и методику составления программ туров
ОК-3 принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	уметь: • обрабатывать информацию и анализировать результаты; • анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; • работать с заявками на бронирование туруслуг; знать: • способы обработки статистических данных; • методы работы с базами данных; • планирование программ турпоездок; • правила бронирования туруслуг
ОК-4 осуществлять поиск и	уметь: • работать с информационными и справочными материалами;

использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	знать: • способы обработки статистических данных; • методы работы с базами данных
ОК-5 использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	уметь: • обрабатывать информацию и анализировать результаты; • работать с информационными и справочными материалами; знать: • способы обработки статистических данных
ОК-6 работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	уметь: • налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; • работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; • анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; знать: • техники эффективного общения, протокол и этикет; • специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.
ОК-7 брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	уметь: • анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; знать: • техники эффективного общения, протокол и этикет
ОК-8 самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать	знать: • правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; • методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; • основные правила и методику составления программ туров; • правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными

повышение квалификации	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; • правила бронирования туров; • методику организации рекламных туров
ОК-9 ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	уметь: • работать с информационными и справочными материалами; знать: • способы обработки статистических данных; • методы работы с базами данных; • методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту

Основные разделы дисциплины:

Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности
Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме
Раздел 3. Стандартизация и сертификация туристских услуг

Форма проведения аттестации по дисциплине: квалификационный экзамен

Основные источники:

1. Сергеев, А. Г. Стандартизация и сертификация : учебник и практикум для СПО / А. Г. Сергеев, В. В. Терегеря. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 323 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04315-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/626D5C24-D2E3-4F36-93D1-EE4F3130328F.
2. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Д. Коль. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 355 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/30EC349B-A1A7-411D-A0A3-57B17D0E4964.
3. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 120 с. — (Серия :

Университеты России). — ISBN 978-5-534-00967-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/BF72AAE2-CB30-4F72-8838-FDD661CE3D92.

4. Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности (для ссузов) [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Б. Косолапов. — Электрон. дан. — Москва : КноРус, 2014. — 296 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/53300>.