



1920

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Кубанский государственный университет»

Институт среднего профессионального образования



М.Ю. Беликов

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

специальность 43.02.10 Туризм

Краснодар 2017

Лист

43.02.10 Туризм

Зам. директора ИНСПО

ПОДПИСЬ

ПОДПИСЬ

Ура - M.A. Xyade

ПОДПИСЬ

ПОДПИСЬ

И.В. Милюк

ПОДПИСЬ

ПОДПИСЬ

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.10 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 07.05.2014 № 474 (Зарегистрировано в Минюсте России 19.06.2014 № 32806).

Профессиональный модуль ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Форма обучения

очная

2,3 курс

3,4,5 семестр

Всего часов 436, в том числе:

максимальная учебная нагрузка обучающегося 277 час., включая:

обязательная аудиторная учебная нагрузка 180 час.

самостоятельная работа 83 час.

консультации 29 час.

производственная практика 144 час.

Форма итогового контроля

экзамен квалификационный

Составитель: преподаватель

Норета Овсеповна Гаспарян

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии географии, специальных географических дисциплин, сервисных специальностей, психологии и управления персоналом для специальности 43.02.10 Туризм, протокол № 10 от «19» мая 2017 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии Сорокина В.О. Сороченко «19» мая 2017 г.

Рецензенты:

ИП Никифорова Л.В. Туристическое агентство «Слетать»		Л.В. Никифорова
ООО «ЛА-ТУР»		О.Н. Лазарева

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
1.1 Область применения программы	4
1.2 Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена	4
1.3 Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля	4
1.4 Перечень планируемых результатов обучения по профессиональному модулю (перечень формируемых компетенций)	6
2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	11
2.1 Тематический план профессионального модуля	11
2.2 Содержание обучения по профессиональному модулю	12
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	35
3.1 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю	35
3.2 Перечень необходимого программного обеспечения	35
3.3 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля	35
3.3.1. Основная литература	35
3.3.2 Дополнительная литература	36
3.3.3 Периодические издания	36
3.3.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля	36
4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	37
4.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса	37
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)	38
5.1. Оценочные средства для контроля успеваемости	38
5.1.1. Паспорт фонда оценочных средств	38
5.1.2. Критерии оценки знаний обучающихся в целом по модулю	40
5.1.3. Оценочные средства для проведения для текущей аттестации	42
5.1.4. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации	42
6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	46
7. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	46

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1 Область применения программы

Программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.10 – «Туризм» (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности «Предоставление туроператорских услуг» и предназначена для освоения обучающимися соответствующих общих (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций:

- 1) понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК-1);
- 2) организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК-2);
- 3) принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК-3);
- 4) осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК-4);
- 5) использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК-5);
- 6) работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК-6);
- 7) брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий (ОК-7);
- 8) самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК-8);
- 9) ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК-9);
- 10) проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта (ПК-3.1);
- 11) формировать туристский продукт (ПК-3.2);
- 12) рассчитывать стоимость туристского продукта (ПК-3.3);
- 13) взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта (ПК-3.4).

1.2 Место профессионального цикла 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.

1.3 Цели и задачи профессионального цикла – требования к результатам освоения профессионального цикла.

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 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;
- 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 турпоездки;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туров;
- методику организации рекламных туров;
- правила 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.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по учебной дисциплине (перечень формируемых компетенций)

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 рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	иметь практический опыт: • проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; 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; 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 турпоездок, 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 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
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	иметь практический опыт: • взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта; • работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по

реализации и продвижению туристского продукта	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 туров знать: • основные правила и методику составления программ туров; • правила бронирования туров;
ОК-2 организовывать собственную деятельность, выбирать типовые	уметь: • составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; • анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение

методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	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 туров; знать: • способы обработки статистических данных; • методы работы с базами данных; • планирование программ турпоездок; • правила бронирования туров
ОК-4 осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	уметь: • работать с информационными и справочными материалами; 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	уметь: • анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;

(подчиненных), результат выполнения заданий	знать: • техники эффективного общения, протокол и этикет
ОК-8 самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	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 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

2. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг
 2.1 Тематический план профессионального модуля

Код проф. компет.	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебн. нагрузка	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса					Учебная практика, часов	Производственная практика (по профилю специальности), часов	консультации
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося				
			лекции и часов	в т.ч. практ. занят.	вт.ч. курсовая раб.	Всего, часов	в т.ч. курсовая раб.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ОК 1-9 ПК 3.1-3.4	ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг									
	Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности	130	40	44		40				6
	Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме	99	32	32		29				6
	Раздел 3. Стандартизация и сертификация туристских услуг	48	16	16		14				2
	Производственная (по профилю специальности) практика	159							144	15
	Всего	436	88	92		83			144	29

2.1. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	Раздел 1. Развитие мирового туризма	130	
Тема 1.1. История зарождения туризма	Содержание учебного материала		
	Истории зарождения мирового туризма. Феноменологический взгляд на историю туризма. Путешествия в древнем мире, в первых веках нашей эры и в период средневековья. Развитие мирового туризма в XVIII - XIX вв. История зарождения туризма в России. Просветительский, предпринимательский, организационно-централизованный, экономический, нормативный и переходный период	2	Ознакомительный
	Практические занятия	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 1.2. Перспективы развития туризма	Факторы развития туризма. Природно-рекреационный и историко-культурный факторы развития туризма. Перспективы развития мирового туризма. Исторические вехи туризма XX в. Международное регулирование туристской деятельности. Прогнозы развития международного туризма. Перспективы развития туризма в России. Основные пути развития туристского рынка в стране. Органы управления туризмом в стране и их функции. Комплексные проекты и программы развития. Государственная политика в сфере туризма: государственное регулирование туристской деятельности в России, отраслевые принципы государственного управления в области туризма, значение туристского бизнеса в экономике страны. Прогнозы развития туризма в России.	2	Ознакомительный
	Практические занятия	2	

	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 1.3. Статистика международного туризма.	Статистика туристских потоков. Статистика международного туризма: общие сведения. Понятие туристских потоков. Основные показатели туристских потоков: количество прибытий (отбытий), продолжительность пребывания. Динамика международного туризма. Статистика туристских доходов и расходов. Понятие туристских доходов. Понятие туристских расходов. Платежный баланс страны. Концепция к состав туристских расходов. Доходы от международного туризма. Методы статистического учета в туризме. Статистические наблюдения через отчетность. Въездная карточка. Регистрационная форма для средств размещения. Специально организуемые наблюдения в туризме. Анкетирование туристов. Прогнозы развития международного туризма. Развитие туризма по регионам в мире. Основные страны-лидеры международного туризма. Прогнозы ВТО и других туристских организаций.	-	
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 1.4. Туристский рынок	Понятие туристского рынка Понятие и схема туристского рынка, особенности туристского рынка, дифференциация туристского рынка. Туристская индустрия. Предпринимательство в сфере туризма. Виды предпринимательства в сфере туризма. Схема основных секторов туристского предпринимательства. Функции туристских организаций. Туристский продукт агентско-операторского предпринимательства. Схема работы туроператора и турагента. Различия между туроператорами и турагентами. Договорные отношения туроператора и турагента	4	Ознакомительный

	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся: Региональный анализ развития международного туризма	4	
Тема 1.5 Понятие туроператорской деятельности	Туроператорская деятельность. Функции туроператора. Виды туроператоров. Классификация туроператоров по виду деятельности: операторы массового рынка, специализированные операторы. Туроператоры по месту деятельности. Инициативные и рецептивные туроператоры.	4	Ознакомительный
	Практические занятия	6	
	Самостоятельная работа обучающихся: подобрать и вписать в графы таблицы группы потребителей соответственно видам туров; 1) таблица мотивации выбора потребителями туристских программ; 2) доклады по типологии туристов (типы туристов по активности, по стилю жизни, по адаптации к новому); 3) характеристика международного туроператора (на выбор); 4) оценка потребительских свойств российских рецептивных туроператоров; 5) рейтинги российских и зарубежных туров; 6) анализ внешней среды туроператора.	4	

Тема 1.6 Технология разработки маршрутов	Понятие технологии в туристском бизнесе. Выбор направления туристского маршрута, установление времени его выполнения, формирование базового туристского пакета. Понятие туристского маршрута. Определение понятия туристского маршрута. Классификация маршрутов Разработка туристского маршрута. Этапы разработки туристского маршрута Документационное обеспечение. Технологическая карта маршрута. Паспорт маршрута. Информационный листок. Каталог маршрута	4	Ознакомительный
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся:	4	
Тема 1.7 Технология формирования туров	Понятие тура. Тур как основной вид туристского продукта. Классификация туров. Туристская услуга. Проектирование туристской услуги: характеристики услуги, технология процесса обслуживания туристов, технологическая документация, методы контроля качества, анализ проекта. Основные и дополнительные услуги. Формирование тура. Планирование формирования тура, этапы планирования и формирования тура: разработка и формирование замысла тура, поиск и отбор партнеров и поставщиков, формирование основного и дополнительного комплекса услуг, экспериментальная проверка тура. Элементы взаимодействия: потребитель, конкуренты, партнеры и поставщики, внешняя среда. Формирование «Программы тура». Туристская путевка. Бланк туристской путевки. Туристская путевка, туристский ваучер, пакет-тур, договорные отношения по туристскому обслуживанию Финансовые расчеты. Расчет себестоимости тура. Цена тура.	4	Репродуктивный

Практические занятия		4	
Самостоятельная работа обучающихся: Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1) формирование «Программы тура»; 2) составление паспорта маршрута; 3) составление информационного листка; 4) составление технологической карты маршрута; разработка туристского маршрута		4	
Тема 1.8 Организация туристского маршрута			
	Содержание программ туристских маршрутов Виды туристско-экскурсионных мероприятий на маршруте, описание маршрута, услуги комплексного обслуживания. Инструктаж туристов перед поездкой Основные положения инструктажа, предоставление информации об обслуживании, работа с индивидуальным клиентом и группой, обслуживание клиента класса «У1Р».	2	
	Практические занятия.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся:	2	

Тема 1.9 Проведение туристского маршрута	Технология отправления туристов Технология отправления туристов в зависимости от особенностей путешествия. Специфика выполнения программы маршрута. Общие методические принципы проведения туристского маршрута. Практические приемы организации. Руководитель туристской группы. Понятие «турлидер». Обязанности руководителя туристской группы, личностные характеристики и требования к турлдеру. Функции и принцип работы на маршруте. Должностная инструкция руководителя туристской группы. Бронирование номеров в гостинице Руководитель туристской группы. Понятие «турлидер». Обязанности руководителя туристской группы, личностные характеристики и требования к турлдеру. Функции и принцип работы на маршруте. Должностная инструкция руководителя туристской группы. Бронирование номеров в гостинице. Представитель принимающей фирмы Понятие «гид». Функции и обязанности и принцип работы с туристами и экскурсантами на маршруте. Организация трансфера.	4	Продуктивный
---	---	---	--------------

	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа	2	
	1. Социальная программа маршрута, услуги и виды мероприятий. 2. Специализированная программа маршрута, услуги и виды мероприятий. 3. Научнообразовательная программа маршрута, услуги и виды мероприятий. 4. Познавательная программа маршрута, услуги и виды мероприятий. 5. Спортивная программа маршрута, услуги и виды мероприятий. 6. Инклюзив туры. 7. Основные и дополнительные услуги. 8. Групповые туры. 9. Индивидуальные туры. Характеристика турлидера. 11. Характеристика гида. 12. Характеристика инструктора туристского похода. 13. Снаряжение для туристского похода. 14. «Методы выживания» в туристском походе. 15. Категории сложности туристского похода. 16. Авторитет руководителя туристской группы. 17. Инструктаж по технике безопасности на маршруте. 18. Инструктаж по оказанию первой медицинской помощи. 19. рекомендации по маршруту; программы обслуживания туристов.		
Тема 1.10	Содержание учебного материала	2	

Аспекты обеспечения безопасности туристов	Виды опасностей в туризме Опасности в туризме. Классификация факторов риска. Обеспечение безопасности туристов и экскурсантов - ГОСТ Р 50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов». Основные способы обеспечения безопасности в туризме Меры по обеспечению туристов и экскурсантов и туристских комплексов. Принципы обеспечения безопасности. Принципы обеспечения безопасности туристов, экскурсантов и туристских комплексов		Ознакомительный
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 1.11 Безопасность туристов в процессе туристской деятельности	Безопасность туристов в процессе транспортного обслуживания Права и обязанности туристов. Права и обязанности обслуживающего персонала. Безопасность туристов в туристском походе Права и обязанности туристов. Правила, инструктаж. Безопасность в выездном туризме.	2	Ознакомительный
	Практические занятия	2	

	Самостоятельная работа обучающихся Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1. Террористическая опасность в туризме и меры по ее предупреждению. 2. Природно-стихийные опасности в туризме и меры по их предупреждению. 3. Пожарная опасность в туризме и меры по ее предупреждению. 4. Санитарно-эпидемиологические и экологические опасности в туризме и меры по их предупреждению. 5. Криминогенные опасности в туризме и меры по их предупреждению. 6. Дорожно-транспортные опасности в туризме и меры по их предупреждению. 7. Травматические опасности в туризме и меры по их предупреждению. 8. Техногенные опасности в туризме и меры по их предупреждению. 9. Экономические опасности в туризме и меры по их предупреждению. 10. Водные опасности в туризме и меры по их предупреждению. 11. Специфические факторы риска. 12. Использование знаков безопасности и маркировки на предметах оснащения и сооружениях, используемых при обслуживании туристов; 13. Определение факторов риска; 14. Страны с высокими факторами риска.	2	
Тема 1.12 Туристские формальности	Паспортно-визовые формальности. Сущность туристских формальностей. Паспортно-визовые формальности: виды виз и приглашений, Шенгенские соглашения. Режимы и правила пересечения границ различных стран. Список стран безвизового режима. Список стран-участниц Шенгенского соглашения Таможенные формальности. Таможенный контроль, таможенная декларация, паспортный и валютный контроль Санитарные формальности.	2	Ознакомительный

Тема 1.13 Страхование в туризме	Практические занятия		2	
	Самостоятельная работа обучающихся:		2	
	Страхование. Общая характеристика страхования, термины и определения. Страхование в туризме. Виды страхования, применяемые в туризме и их характеристика.		2	Ознакомительный
	Практические занятия		2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1) характеристика туристских формальностей любой страны мира; 2) заполнение бланков документов для получения загранпаспорта (анкеты, требования); варианты страховок для клиентов.		2	
Тема	Раздел 7. Организация и технология работы с партнерами и поставщиками			
Тема 1.14 Работа с партнером	Преддоговорные отношения. Сбор информации о партнерах, переговоры, рекомендации по проведению переговоров. Договорные отношения. Процедура заключения договора с партнером. Расчеты с партнером		2	Ознакомительный
	Практические занятия		2	
	Самостоятельная работа обучающихся:		-	
			-	
Тема 1.15 Работа с транспортными компаниями.	Работа с авиакомпаниями. Понятие чартерных программ. Жесткий и мягкий блок мест. Договорные отношения. Процедура заключения договора. Автобусные перевозки. Требования к автобусам. Процедура заключения договора		-	Репродуктивный

	Практические занятия:	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 1.16 Работа туроператора с турагентом	Схема работы туроператора с турагентом. Этапы работы туроператора с турагентом. Цели формирования сети турагентов. Бронирование туров, Правила бронирования туров Информационные технологии в туризме. Понятие и классификация информационных технологий.	2	Репродуктивный .
	Практические занятия:	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 1.17 Работа с консульствами.	Порядок действия при аккредитации. Порядок действий при подаче документов на визирование.		Репродуктивный .
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1) Мультимедийные справочники и каталоги, туристские сайты и каталоги; 2) сбор информации о потенциальных партнерах; 3) Система бронирования Amadeus; 4) Система бронирования Galileo; 5) Система бронирования Worldspan; 6) Система бронирования Sabre; 7) Российские компьютерные системы бронирования; 8) Современные средства оргтехники.	2	
Тема 1.18 Реклама в туристском	Цели и задачи рекламы в туристском бизнесе. Виды рекламы в туристском бизнесе.	2	Ознакомительный

бизнесе.	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся:	-	
Тема 1.19 Работа на выставках и создание рекламно- справочных материалов	Создание каталогов, рекламно-информационных листовок, рекламных альбомов. Работа на выставке: подготовка к выставке, проведение, подведение итогов.	-	Репродуктивны й
	Практические занятия	-	
	Самостоятельная работа обучающихся Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной	2	
	консультации	6	

Виды работ	
Проведение маркетингового исследования объектов туристского рынка. Выявление целевых сегментов рынка. Позиционирование туристского продукта.	
2.	Фирменный стиль туристского предприятия. Рекламная продукция.
3.	Осуществление планирования турпоездок, составление программ тура и турпоездок.
4.	Предоставление сопутствующих услуг турфирмы.
5.	Решение проблем, возникающих на маршруте.
6.	Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта.
7.	Применение полученных в процессе обучения знаний и навыков.
8.	Сбор информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений.
9.	Формирование практических навыков по анализу функциональной и отраслевой структуры турфирмы.
10.	Описание структуры и кадровой политики турфирмы.
11.	Закрепление навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости туров.
12.	Соблюдение правил техники безопасности.
13.	Практика работы с офисной техникой.
14.	Работа со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства.
15.	Практика работы с туристской документацией и отчетностью.

Наименование разделов междисциплинарных курсов (МДК) профессионального модуля (ПМ) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень усвоения
1	2		3	
Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме			99	
Тема 2.1. Понятие и система продвижения туристского продукта турфирмами.	Содержание		4	1
	Лекционное занятие			
	1	Определение понятия туристского маркетинга. Модели продвижения туристского продукта от производителя к потребителю. Основная цель		

		и задачи продвижения туристского продукта.		
	2	Формирование сбытовой сети, информация, реклама, нерекламные методы продвижения. Ориентация средств продвижения туристского продукта: персонал компаний; турагентства и дилеры; клиенты; организация совместно с компаниями других сфер бизнеса. Стратегия подтягивания и стратегия толчка. Концентрирование внимания к цене.		
	3	Продвижение туроператором, продвижение через турагентства. Договор между туроператором и турагентом.		
	4	Использование рекламы туристским предприятием для продвижения туристского продукта. Правовое обеспечение рекламной деятельности в туризме. Основные этапы планирования рекламной деятельности туристским предприятием.		
	5	Проведение рекламных исследований и их составляющие: анализ предыдущей рекламы; изучение потребителей туристского продукта; исследование потребительских свойств туристского продукта; анализ туристского рынка; оценка рынка рекламных услуг. Особенности рекламной практики.		
		Практическое занятие		2
	1	Продвижение туристского продукта: формирование политики в области стимулирования сбыта; выбор, планирование и управление инструментами стимулирования сбыта; анализ продаж; координация деятельности турагентов; определение задач рекламы; выбор средств передачи рекламы; установление контактов со СМИ; мероприятия по сбыту; меры по увеличению продаж.	4	
	2	Тактические решения по рекламе: выбор средств рекламы и рекламодателей; оплата рекламных объявлений и контроль за расходами; график выхода рекламных обращений. Рекламная деятельность в туризме и ее основные черты: достоверность; информационная насыщенность; броскость и убедительность; неопределенность с точки зрения эффекта. Классификация видов туристской рекламы: по объекту рекламы; по характеру и особенностям рекламного обращения; по способам воздействия на целевую		

		аудиторию; по ориентации на определенную группу потребителей; по территориальному охвату; по источникам финансирования; по средствам распространения.		
Тема 2.2. Туристские выставки и ярмарки.	Содержание		4	1
	Лекционное занятие			
	1	Определение ярмарки. Определение выставки. Концепция развития выставочно-ярмарочной деятельности в РФ. Отличительные черты ярмарок.		
	2	Участники выставок, особенности туристских выставок, характер работы. Задачи выставочно-ярмарочных мероприятий.		
	3	Маркетинговый канал воркшоп – мини-выставки для профессионалов турбизнеса. Характеристика мини-выставок.		
	4	Этапы процесса участия туристского предприятия в работе выставки. Характеристика этапов.		
	Практическое занятие		4	2
		Классификация выставок и ярмарок: по географическому составу экспонентов; по тематическому признаку; по значимости мероприятия для экономики; по территориальному признаку; по времени функционирования; по частоте проведения; по коммерческим позициям; по направлению работ.		
	Крупнейшие международные выставочные мероприятия. Эффективно участие турфирм в выставочной деятельности.			
Самостоятельная работа при изучении раздела Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, терминологии, изучение нормативно – правовой документации. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендации преподавателя, оформление практических работ, рефератов, докладов, подготовка к их защите.			7	2

Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1. Продвижение туристского продукта: понятие, сущность, средства. 2. Продвижение туристского продукта как часть маркетинга в туризме. 3. Средства продвижения туристского продукта: понятие, сущность, классификация. 4. Выставки как средство продвижения туристского продукта. 5. Участие России в международных туристских выставках. 6. Национальные туристские выставки в России. 7. Воркшоп в России. 8. Реклама как основное средство продвижения туристского продукта. 9. Внутрифирменная реклама: сущность и особенности. 10. Печатная и наружная реклама в туризме.				
Раздел 2.3. Понятие стимулирования сбыта. Отдельные средства стимулирования в туризме и ознакомительные поездки.	Содержание		4	1
	Лекционное занятие			
	1	Понятие стимулирования сбыта.		
	2	Средства стимулирование сбыта в туризме: способствующие формированию привилегий у потребителей; не способствующие формированию привилегий у потребителей. Направленность средств стимулирования сбыта в туризме.	4	2
	3	Понятие ознакомительных поездок. Цели и задачи организации ознакомительных поездок. Принципы организации ознакомительных поездок.		
	Практическое занятие			
1	Задачи стимулирования сбыта туристского продукта. Этапы разработки программы стимулирования сбыта.	4	1	
2	Направленность средств стимулирования: направленные в адрес потенциального туриста; направленные в адрес турагентов.			
Тема 2.4. Понятие технологии продвижения торговой марки в туризме.	Содержание		4	1
	Лекционное занятие			
	1	Понятие бренда и его сущность. Товарный знак, торговая марка, бренд.		
	2	Особенности понятия «бренд». Использование брендинга для		

Франчайзинг в туризме.	продвижения туристского продукта. Основные задачи брендинга.			
	Практическое занятие		4	2
	1	Преимущества использования турфирмой известных торговых марок. Создание собственной торговой марки.		
	2	Определение и значение термина «франчайзинг». Сущность франчайзинга. Признаки франчайзинга. Франчайзинг в России – коммерческая концессия.		
Самостоятельная работа при изучении раздела Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, терминологии, изучение нормативно – правовой документации. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендации преподавателя, оформление практических работ, рефератов, докладов, подготовка к их защите.			8	2
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1. Особенности стимулирования сбыта в туризме. 2. Личные продажи в туризме: понятие, сущность, особенности. 3. Брендинг в туризме. 4. Франчайзинг в России. 5. Создание торговой марки. 6. Известные торговые марки.				
Тема 2.5. Связи с общественностью в продвижении туристского продукта. Пиар в туризме.	Содержание		4	1
	Лекционное занятие			
	1	PR в туризме.		
	2	Основные задачи PR туристского предприятия.		
	3	Мероприятия PR: презентации, пресс-конференции, симпозиумы; Финансирование общественно полезных мероприятий; спонсорство; публикации материалов престижной направленности в прессе и других СМИ.		
	Практическое занятие		4	2
	Внутренняя и внешняя PR деятельность.			
	Вербальные и невербальные средства, используемые в PR.			
Тема 2.6.	Содержание		4	1

Понятие о прямом маркетинге. Личные продажи.	Лекционное занятие		4	2		
	1	Определение прямого маркетинга. Сущность прямого маркетинга.				
	2	Основные задачи прямого маркетинга.				
	Практическое занятие					
	1	Понятие личных продаж. Коммуникационные особенности личных продаж.				
	2	Преимущества личной продажи как средства продвижения туристского продукта. Недостатки личных продаж.				
Самостоятельная работа при изучении раздела Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, терминологии, изучение нормативно – правовой документации. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендации преподавателя, оформление практических работ, рефератов, докладов, подготовка к их защите			6	2		
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1. Связи с общественностью как средство продвижения туристского продукта. 2. Прямой маркетинг в туризме. 3. Особенности формирования имиджа туристских территорий. 4. Программы продвижения России на региональном, федеральном и международном туристском рынке. 5. Преимущества и недостатки личных продаж.						
Тема 2.7. Возможности Интернет – технологий в продвижении туристского продукта.	Содержание		4	1		
	Лекционное занятие					
	1	Понятие информационных технологий: определение и сущность.				
	2	Возможности Интернета в целях продвижения туристского продукта.				
	Практическое занятие					
	1	Возможности Интернета в целях продвижения туристского продукта.				
Тема 2.8. Электронная почта и электронная реклама.	2	Рекламная компания в Интернет.	4	2		
	Содержание				4	1
	Лекционное занятие					
	1	Возможности электронной почты.				
2	Этапы рекламной деятельности через Интернет.					

	3	Сайт туристской фирмы. Основные требования к сайту туристской организации.		
		Практическое занятие	4	2
	1	Этапы рекламной деятельности через Интернет.		
	2	Сайт туристской фирмы. Основные требования к сайту туристской организации.		
Самостоятельная работа при изучении раздела Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, терминологии, изучение нормативно – правовой документации. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендации преподавателя, оформление практических работ, рефератов, докладов, подготовка к их защите.			8	2
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1. Интернет в продвижении туристского продукта. 2. Электронная реклама в туризме. 3. Сайт туристской администрации как средство продвижения туристского продукта.				
Виды работы : 1. Проводить маркетинговые исследования и создавать базы данных по туристским продуктам. 2. Использовать результаты маркетинговых исследований при создании туристского продукта и для переговоров с турагенствами. 3. Проводить анализ деятельности других туркомпаний. 4. Осуществить подготовку и работу на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации. 5. Обрабатывать информацию и анализировать результаты.				

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала практические занятия и самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 3.	Стандартизация и сертификация туристских услуг	48	
Тема 3.1. Сущность стандартизации	Содержание учебного материала		
	Лекционные занятия:		Ознакомител
	1. Цели, задачи и принципы стандартизации 2. Объекты стандартизации 3. Методы стандартизации 4. Этапы работ по стандартизации 5. Документы в области стандартизации 6. Виды стандартов 7. Достоинства и недостатки стандартизации услуг	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. История развития стандартизации. 2. Функции стандартизации.	2	Продуктив ый
Тема 3.2. Национальная система стандартизации РФ	Содержание учебного материала		
	Лекционные занятия: 1. Организационная структура стандартизации в России 2. Национальный орган Российской Федерации по стандартизации 3. Органы и службы стандартизации 4. Технические комитеты по стандартизации 5. ТК 199 «Туристические услуги и услуги средств размещения»	4	Ознакомител ьный
	Практические занятия: 1. Цели и принципы стандартизации 2. Функции Росстандарта. 3. Правила разработки и утверждения национальных стандартов.	4	Репродуктив ный

Тема 3.3. Международная и региональная стандартизация	Содержание учебного материала		
	Лекционные занятия: 1. Региональная стандартизация. 2. Региональные организации по стандартизации (МТС, СЕН, СЕНЕЛЕК и др.) 3. Международная стандартизация. 4. Международные организации по стандартизации (ИСО, МЭК, МСЭ и др.) 5. Стандарты ИСО серии 9000 6. Цели и задачи международного сотрудничества в области стандартизации.	2	Ознакомительный
Тема 3.4. Сущность и назначение подтверждения соответствия	Содержание учебного материала		
	Лекционные занятия: 1. Подтверждение соответствия, основные задачи 2. Цели и принципы подтверждения соответствия 3. Структура системы сертификации в России 4. Маркировка продукции при подтверждении соответствия 5. Аккредитация	4	Ознакомительный
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Аккредитация органов по сертификации и испытательных лабораторий. 2. Системы добровольной сертификации их функции и цели создания 3. Особенности сертификации услуг 4. Подтверждение соответствия на территории ЕАЭС	4	Продуктивный
Тема 3.5. Добровольное и обязательное подтверждение соответствия	Содержание учебного материала		
	Лекционные занятия: 1. Обязательная сертификация 2. Декларирование соответствия 3. Добровольная сертификация	2	Ознакомительный
	Практические занятия: 1. Схемы сертификации работ и услуг. 2. Системы добровольной сертификации. 3. Особенности сертификации услуг.	4	Репродуктивный
Тема 3.6	Содержание учебного материала		

Стандарты в сфере туризма	Лекционные занятия: Обзор национальных и межгосударственных стандартов в сфере туризма	2	Ознакомительный
	Практические занятия: ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения ГОСТ Р ЕН 13809-2012 Туристские услуги. Туроператоры и турагенты. Терминология ГОСТ Р 50690-2017 Туристские услуги. Общие требования ГОСТ 32611-2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов ГОСТ 32612-2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования ГОСТ 32613-2014 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения ГОСТ Р 54600-2011 Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования ГОСТ Р 54601-2011 - Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения ГОСТ Р 54602-2011 - Туристские услуги. Услуги инструкторов-проводников. Общие требования ГОСТ Р 54604-2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования ГОСТ Р 54605—2011 Туристские услуги. Услуги детского и юношеского туризма. Общие требования ГОСТ Р 55318-2012 Туристские услуги. Общие требования к персоналу туроператоров и турагентов ГОСТ Р 56197-2014 (ИСО 14785) Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования ГОСТ Р 57286-2016 Услуги социального туризма. Туристские услуги для людей пожилого возраста. Общие требования ГОСТ Р 51185-2014 Средства размещения. Общие требования	8	Репродуктивный

	Самостоятельная работа обучающихся: ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения ГОСТ Р ЕН 13809-2012 Туристские услуги. Туроператоры и турагенты. Терминология ГОСТ Р 50690-2017 Туристские услуги. Общие требования ГОСТ 32611-2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов ГОСТ 32612-2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования ГОСТ 32613-2014 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения ГОСТ Р 54600-2011 Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования ГОСТ Р 54601-2011 - Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения ГОСТ Р 54602-2011 - Туристские услуги. Услуги инструкторов-проводников. Общие требования ГОСТ Р 54604-2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования ГОСТ Р 54605—2011 Туристские услуги. Услуги детского и юношеского туризма. Общие требования ГОСТ Р 55318-2012 Туристские услуги. Общие требования к персоналу туроператоров и турагентов ГОСТ Р 56197-2014 (ИСО 14785) Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования ГОСТ Р 57286-2016 Услуги социального туризма. Туристские услуги для людей пожилого возраста. Общие требования ГОСТ Р 51185-2014 Средства размещения. Общие требования	8	
	Виды работ: 1. Обращивать информацию и анализировать результаты; 2. Работать с информационными и справочными материалами; 3. Составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; 4. Оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; 5. Оформлять страховые полисы; 6. Вести документацию с использованием информационных технологий; 7. Работать с агентскими договорами; 8. Работать с заявками на бронирование туруслуг.		
	консультации	2	
	Всего:	48	

3. Условия реализации профессионального цикла

3.1 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному циклу

Реализация профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг предполагает наличие учебных кабинетов: аудиторий.

Оборудование и технические средства учебного кабинета по Маркетинговые технологии в туризме: Специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов); технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное ПО); демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов: "Система менеджмента качества", "Инвестиционный менеджмент", "Методы и стили управления", "Организационные структуры управления", "Мотивация деятельности сотрудников").

Кабинет - Технология и организация туроператорской деятельности: Специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов); технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное ПО); демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов: «Районы международного туризма», «География активного туризма в России», «Туристические регионы РФ», «Виды туристских продуктов», «Туроператорская деятельность», «Страны Шенгенского соглашения»).

Кабинет - Стандартизация и сертификация туристских услуг: Специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов); технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное ПО); демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов).

3.2 Перечень необходимого программного обеспечения

- Операционная система MicrosoftWindows 10 (контракт №104-АЭФ/2016 от 20.07.2016, корпоративная лицензия);
- Пакет программ MicrosoftOfficeProfessionalPlus (контракт №104-АЭФ/2016 от 20.07.2016, корпоративная лицензия);
- Антивирусная защита физических рабочих станций и серверов: KasperskyEndpointSecurity для бизнеса – Стандартный RussianEdition. 1500-2499 Node 1 yearEducationalRenewalLicense (контракт №99-АЭФ/2016 от 20.07.2016, корпоративная лицензия);
- 7-zipGNULesserGeneralPublicLicense (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Интернет браузерGoogleChrome(бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- K-LiteCodecPack — универсальный набор кодеков (кодировщиков-декодировщиков) и утилит для просмотра и обработки аудио- и видеофайлов (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- WinDjView — программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);

3.3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля

3.3.1 Основная литература

1. 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.

2. 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.

3. 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.

3.3.2 Дополнительная литература

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

2. Экономика и организация туризма: международный туризм [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва :КноРус, 2015. — 566 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/53700>. — Загл. с экрана.

3. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 206 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-00966-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/80F707F1-29C6-4976-829C-3E6DBE44D2EE.

3.3.3 Периодические издания

1. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»
2. Вестник национальной академии туризма
3. Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма»
4. Электронная библиотека "Издательского дома "Гребенников" (www.grebennikon.ru);
5. Базы данных компании «Ист Вью» (<http://dlib.eastview.com>).
6. Журнал «Стандарты и качество»

3.3.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля

1. Министерство образования и науки Российской Федерации (<http://минобрнауки.рф/>);
2. Федеральный портал "Российское образование" (<http://www.edu.ru/>);
3. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" (<http://window.edu.ru/>);
4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://school-collection.edu.ru/>);
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
6. Образовательный портал "Учеба" (<http://www.ucheba.com/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" (<https://pushkininstitute.ru/>);
8. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru/>);
9. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф/>);
10. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>).
11. Справочно-информационный портал "Русский язык" (<http://gramota.ru/>);
12. Служба тематических толковых словарей (<http://www.glossary.ru/>);
13. Словари и энциклопедии (<http://dic.academic.ru/>);
14. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети)

4. Общие требования к организации образовательного процесса

Для закрепления теоретических знаний и приобретения необходимых практических навыков профессиональным модулем предусмотрены практические занятия, которые проводятся после изучения соответствующей темы и закрепляются самостоятельной внеаудиторной работой студентов по рекомендуемым преподавателем источникам.

Для развития навыков самостоятельной работы предусмотрена организация самостоятельной работы студентов на занятиях при освоении нового материала посредством работы с законодательными документами, иными нормативно-правовыми актами и учебниками.

При выполнении внеаудиторной самостоятельной работы обучающимся оказываются консультации.

Основными формами самостоятельной работы студентов являются:

1. Конспектирование научной литературы.
2. Подготовка докладов по отдельным темам программы.
3. Анализ специальной литературы (путеводители, очерки путешествий, картографический материал).
4. Обзор новейших научных работ (монографий, статей).
5. Тематические презентации с комментариями.

Самостоятельная работа студентов организуется с учетом времени изучения той или иной темы по учебному плану. Основной формой контроля самостоятельной работы студентов являются практические/семинарские занятия.

Обязательным условием освоения данного профессионального модуля является изучение дисциплин: «Организация туристской индустрии», «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации», «Технология и организация сопровождения туристов», «Организация досуга туристов», «Современная оргтехника и организация делопроизводства», «Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности», «Психология делового общения», «Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности», «Бухучет в туризме», «Виды туризма» и «Туристское регионоведение».

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику, которая проводится концентрированно (в 6 семестре) после изучения всех междисциплинарных курсов профессионального модуля.

Производственная практика проводится в организациях сферы туристской индустрии (туристские фирмы – турагенты и туроператоры).

4.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Предоставление туроператорских услуг», опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой. Руководство практикой могут осуществлять дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

5.1. Оценочные средства для контроля успеваемости

5.1.1. Паспорт фонда оценочных средств

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
В результате освоения дисциплины обучающийся 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.	УО, ПКР, ПРВ
В результате освоения дисциплины обучающийся должен 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	УО, ПКР, ПРВ

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 результате освоения дисциплины обучающийся должен 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.	УО, ПКР, ПРВ

5.1.2. Критерии оценки знаний обучающихся в целом по модулю

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация интереса к будущей профессии.	<i>Наблюдение и оценка в процессе обучения на аудиторных занятиях и при выполнении самостоятельной работы</i> <i>Мониторинг поведения в коллективе: с сокурсниками, с преподавателями и иными сотрудниками института</i> <i>Мониторинг активности в общественной работе группы, института</i> <i>Мониторинг активности при проведении научно-практических конференций, олимпиад, конкурсов, в том числе профессиональных, как на уровне института, так и на других уровнях</i> <i>Мониторинг участия в кружках, секциях</i> <i>Мониторинг устремлений студента</i> <i>Наблюдение и оценка поведения во время учебной тревоги</i> <i>Наблюдение и оценка поведения юношей в период воинских сборов</i> <i>Экспертная оценка общих компетенций при выполнении работ на производственной практике</i>
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	
Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Демонстрация умений использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	
Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и работниками сферы профессиональной деятельности в ходе обучения.	
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Демонстрация личностных характеристик	

Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня.	
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	- оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований; -аргументированность предложений по совершенствованию маркетинговых технологий; -правильность ведения рекламной деятельности; -качество организации и проведения сбора данных;	<i>Устный и письменный опрос</i> <i>Практическая проверка</i> <i>Проверка самостоятельной работы студента</i> <i>Проведение промежуточной аттестации по дисциплинам каждого МДК</i> <i>Квалификационный экзамен</i>
формировать туристский продукт	- правильность поэтапного планирования и формирования тура; - полнота информации о формировании туристского продукта; - знание технологии разработки туристских маршрутов; - правильность оформления документации; - правильность составления различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий	
рассчитывать стоимость туристского продукта	- оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта; - полнота учета всех факторов, влияющих на стоимость туристского продукта;	
Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	- правильность поэтапного осуществления работы с турагентом; - точность и качество предоставляемой информации; - полнота учета всех факторов, влияющих на схему работы туроператора с турагентом.	

5.1.3. Оценочные средства для проведения для текущей аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	2	3	4
1	Устный опрос	Средство проверки знаний, полученных на лекционных и семинарских занятиях по определенному разделу или теме.	Комплект контрольных вопросов, для проведения опроса
2	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы реферативных работ
3	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач и заданий в практическим занятиям
4	Задания для самостоятельной работы	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий

5.1.4. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности

1. Характеристика сущности туризма
2. Туристский продукт. Туристская индустрия. Функции туризма
3. Классификация туризма (типы, категории, виды туризма)
4. Факторы развития туризма
5. Регулирование туристской деятельности в России
6. Въездной, внутренний и выездной туризм и их роль в экономике
7. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности в сфере туристского бизнес.
8. Международное регулирование туристской деятельности
9. Понятие туристской деятельности. Туристское предприятие как хозяйственный субъект
10. Туроператоры

11. Турагенты
12. Поставщики туристских услуг. Туристская индустрия.
13. Понятие тура, потребительские свойства туристского продукта, основные виды туров, основной и дополнительный пакет услуг тура
14. Туристский продукт внутреннего туризма
15. Технология проектирования тура
16. Договорные отношения в туризме
17. Договорные отношения между туроператором и поставщиками туристских услуг.
18. Порядок проектирования отдельных видов туристических услуг: «Туристское путешествие», «Туристский поход», «Туристский маршрут»
19. Организация и проведение туристского маршрута
20. Технология предреализационных процессов в сфере туризма
21. Ценообразование туристского продукта
22. Интернет-технологии в туристской деятельности
23. Контроль и оценка туроперейтинга
24. Безопасность в туризме
25. Общая характеристика страхования
26. Виды страхования, применяемые в туризм
27. Действие застрахованного в случае наступления страхового случая
28. Сущность туристских формальностей.
29. Паспортно-визовые формальности
30. Таможенные формальности
31. Медицинские (санитарные) формальности
32. Платежные средства и правила расчета за рубежом
33. Участие в туристских выставках: цели, технология и организация, эффективность
34. Рекламная кампания и формирование имиджа туристского агентства
35. Факторы, определяющие уровень обслуживания клиентов.
36. Основные потребительские свойства туристского продукта.
37. Факторы гостеприимства в сфере туристской индустрии.
38. Классы обслуживания в туризме.
39. Классификация и типология туристских услуг.
40. Пакет услуг. Основные и дополнительные услуги.
41. Программа обслуживания туристов.
42. Общие требования к туристской услуге
43. Методы контроля качества обслуживания туристов.
44. Договор между инициативным и рецептивным туроператорами.
45. Документы, регулирующие отношения туроператоров на международном и национальном уровне.
46. Договор с гостиничным предприятием.
47. Договор с предприятием питания.
48. Договор с автотранспортным предприятием.
49. Особенности организации чартерных рейсов.
50. Договор с железной дорогой.
51. Технологическая документация в туризме.
52. Туристская путевка.
53. Продвижение туристского продукта.
54. Программный туризм как основа современного туроперейтинга.
55. Классификация программ туристского отдыха.
56. Зарубежные представители туроператоров.
57. Основы туристского законодательства.
58. Федеральный реестр туроператоров. Финансовое обеспечение.
59. Информационные технологии в туризме, их характеристика.
34. Современные системы бронирования туристских услуг.

35 Туристские услуги в интернет.

36 Международные обозначения и сокращения в туризме.

Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме

1. Назовите страну в которой впервые появились документально подтвержденные элементы маркетинга
2. Основные цели маркетинговой деятельности
3. Перечислите основные концепции маркетинга
4. Сущность маркетинга. Нужды, потребности туристов.
5. Функции маркетинга.
6. Специфика маркетинга в туризме.
7. Макро и микросреда турфирмы. Анализ среды и его роль в маркетинге. SWOT и PEST анализ.
8. Маркетинговые стратегии туроператоров.
9. Субъекты и объекты маркетинга в туризме.
10. Основные элементы комплекса маркетинга и их характеристика: продукт, цена, место и канал сбыта, продвижение.
11. Реклама, стимулирование сбыта, публич рилейшнз и личные продажи – сущность, виды, использование в туроперейтинге.
12. Планирование и организация рекламного тура.
13. . Турвыставки и их роль в маркетинговой деятельности туроператора.
14. Взаимодействие туроператора с турагентами на выставке по реализации и продвижению турпродуктов.
15. Маркетинговые исследования в туризме – виды, источники, методы.
16. Современные тенденции в маркетинге турфирм. Интернет-маркетинг туристских услуг.
17. Классификация маркетинговой информации
18. Анализ маркетинговой информации (Методы, Принципы их выбора исходя их задач исследования)
19. Сущность системы внутренней информации, источники внутренней информации Система сбора внешней маркетинговой информации. Методы получения , общая оценка методов сбора информации
20. Виды маркетинговых стратегий, их содержание, достоинства и недостатки использования
21. Основные этапы текущего планирования и их содержание
22. Понятие «Жизненный цикл продукта». Назовите основные стадии жизненного цикла. Классическая и специфические разновидности кривых стадий жизненного цикла. Показатели, определяющие стадию цикла, изменение показателей по стадиям.
23. Цена, ее основные функции и значение для туристического предприятия. Виды цен.
24. Вертикальная маркетинговая система распределения продуктов.
25. Роль коммуникаций в маркетинговой деятельности туристического предприятия. Достоинства и недостатки отдельных средств продвижения
26. Сущность стратегии «Привлечения потребителей», ее достоинства и недостатки. Содержание и условия применения стратегии «Проталкивания турпродукта»
27. Эволюционные этапы в развитии внутрифирменной системы маркетинга.
28. Тактика ценообразования. Виды ценовых тактик . Скидки и наценки
29. Точка безубыточности . Ценообразование на основе целевой прибыли
30. Роль сбыта в деятельности предприятия. Два типа каналов продвижения продуктов, функции выполняемые каналами .
31. Варианты организационных структур отдела маркетинга на туристском предприятии
32. Функциональная организация службы маркетинга
33. Продуктовая организация службы маркетинга

Раздел 3. Стандартизация и сертификация туристских услуг

1. Определение стандартизации по ФЗ №184 «О техническом регулировании».
2. Определение сертификации в соответствии с ФЗ №184 «О техническом регулировании».
3. Общая и частные цели стандартизации.
4. Назовите экономические причины необходимости проведения общей политики в области стандартизации и сертификации.
5. Объекты стандартизации.
6. Функции стандартизации: упорядочения и ресурсосбережения.
7. Суть охранной и цивилизующей функции стандартизации.
8. Коммуникативная и информационная функции стандартизации.
9. В чем проявляется функция нормотворчества и доказательная функции стандартизации?
10. Уровни международной, региональной и национальной стандартизации.
11. Функции национального органа России по стандартизации согласно ФЗ №184 «О техническом регулировании»
12. Определение технического регулирования в соответствии с ФЗ №184 «О техническом регулировании»
13. Какова современная структура управления системой стандартизации в РФ?
14. Назовите территориальные органы Ростехрегулирования.
15. Как звучит полное и сокращенное официальное наименование национального органа РФ по стандартизации?
16. В ведении какого федерального министерства находится национальный орган РФ по стандартизации?
17. Каково полное официальное наименование федерального фонда документов по стандартизации?
18. Каковы перспективы реформирования системы стандартизации в России?
19. Что понимается под категорией стандарта?
20. Что такое вид стандарта? Какие виды стандарта Вам известны?
21. Какой стандарт называют «основополагающим»?
22. Назовите стандарты, относящиеся к видам: «Стандарт на термины и определения»; «Стандарт на услугу».
23. Как называется вид стандарта, содержащий перечень показателей, для которых значения или характеристики должны быть указаны при установлении требований продукции, процессу и услуге?
24. К какому виду стандарта относят: ГОСТ1.0«Международная система стандартизации. Общеположения»?
25. Как соотносятся между собой термины «национальный стандарт» и «государственный стандарт»?
26. Какие категории стандартов официально выделяют в России согласно ФЗ №184 «О техническом регулировании»?
27. Что указывает групповой заголовок, подзаголовок и заголовок в наименовании стандарта?
28. Какие группы требований по безопасности установлены в туристских стандартах России?
29. Какую услугу называют социально-культурной?
30. Расшифруйте аббревиатуру ИСО и определите роль организации в развитии системы стандартизации.
31. Охарактеризуйте услугу как объект стандартизации.
32. Какова концепция национальной системы стандартизации?

33. Определите шаги по организации работ по стандартизации услуг в организациях туристской индустрии.
34. Какой стандарт носит название «стандарт организации»?
35. Назовите порядок разработки и применения стандартов предприятия.
36. Каковы особенности стандартизации в туристской индустрии зарубежных стран?
37. Что такое «система сертификации»?
38. Дать определения понятию «подтверждение соответствия».
39. Что включает в себя нормативно-методическая база сертификации?
40. Какими документами регулируется функционирование Системы сертификации ГОСТ Р?
41. Сертификация туристских услуг в ФЗ РФ №184 «О техническом регулировании».
42. Что, согласно федеральному закону РФ «О техническом регулировании» является объектом обязательной сертификации?
43. В чем суть системы добровольной сертификации туристских услуг и услуг средств размещения?
44. В соответствии с какими документами проводится добровольная сертификация туристского продукта?
45. Назовите схемы сертификации туристских услуг и услуг средств размещения.
46. По какому основному документу проводится сертификация туристских услуг и услуг гостиниц в России на современном этапе?
47. Назовите основные цели межгосударственной стандартизации.
48. Каковы принципы межгосударственной стандартизации?

6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Не предусмотрено.

7. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Порядок обучения инвалидов и студентов с ограниченными возможностями определен Положением КубГУ «Об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья».

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены образовательные технологии, учитывающие особенности и состояние здоровья таких лиц.

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по профессиональному модулю
ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг
43.02.10 Туризм

Рабочая программа по профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (СПО) 43.02.10 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 07.05.2014 № 474 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм (Зарегистрировано в Минюсте России 19.06.2014 № 32806)

В рабочей программе по профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг отражены:

1. Цели освоения дисциплины в соответствии с программой профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм. Цели и задачи изучения модуля связаны с необходимостью формирования общекультурных и профессиональных компетенций.

2. Формируемые компетенции обучающегося в результате освоения профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг по ФГОС среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм.

3. Структура и содержание дисциплины:

- объём учебного модуля и виды учебной работы по часам, указана форма контроля по учебному плану;

- содержание разделов дисциплины, тематический план, занятия лекционного типа, практические занятия, самостоятельная работа;

- форма текущего контроля и промежуточная аттестация. Итоговый контроль установлен в форме квалификационного экзамена.

4. Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы.

5. Оценочные средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации. Указаны темы рефератов, вопросы и задания для проведения текущего контроля.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины; перечень основной, дополнительной литературы, программного обеспечения.

7. Методические указания и материалы по видам занятий.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины, которое способствует проведению всех видов учебной работы.

Все разделы рабочей программы по профессиональному модулю направлены на формирование знаний и умений, в полной мере отвечают требованиям к результатам освоения учебной дисциплины в соответствии с ФГОС СПО. Каждый раздел программы раскрывает рассматриваемые вопросы в логической последовательности, определяемой закономерностями обучения студентов.

Заключение:

Программа может быть использована для обеспечения основной образовательной программы по специальности 43.02.10 Туризм.

РЕЦЕНЗЕНТ:

ООО «ЛА-ТУР»



О.Н. Лазарева

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по профессиональному модулю
ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг
43.02.10 Туризм

В рабочей программе отражены:

1. Цели освоения дисциплины в соответствии с программой профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм. Кроме того, цели и задачи изучения модуля соотнесены с необходимостью формирования общекультурных и профессиональных компетенций.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг по ФГОС среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм.

3. Структура и содержание дисциплины:

- объём учебного модуля и виды учебной работы по часам, указана форма контроля по учебному плану;

- содержание разделов дисциплины, тематический план, занятия лекционного типа, практические занятия, самостоятельная работа;

- форма текущего контроля и промежуточная аттестация. Итоговый контроль установлен в форме квалификационного экзамена.

4. Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы.

5. Оценочные средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг указаны темы рефератов, вопросы и задания для проведения текущего контроля.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины; перечень основной, дополнительной литературы, программного обеспечения, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационно-справочные системы («Консультант плюс», СПС «Гарант»).

7. Методические указания и материалы по видам занятий.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины, которое способствует проведению всех видов учебной работы.

РЕЦЕНЗЕНТ:

ИП Никифорова Л.В. Туристическое агентство «Слетать»		Л.В. Никифорова
---	---	-----------------