

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»

Институт экономики и предпринимательства

УТВЕРЖДЕНО  
решением ученого совета ННГУ  
протокол от  
«14» декабря 2021 г. № 4

**Рабочая программа дисциплины**

**ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ**

**Специальность среднего профессионального образования**

43.02.10 Туризм

**Квалификация выпускника**

Специалист по туризму

**Форма обучения**

очная

2022

Программа разработана с учетом требований ФГОС по специальности (специальностям) среднего профессионального образования (далее - СПО) 43.02.10 «Туризм»

Авторы:

д.э.н., профессор, зав.каф. сервиса и туризма

М.В. Ефремова

преподаватель СПО

М.А. Сереброва

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....</b>	<b>4</b>
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....</b>	<b>5</b>
<b>3.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....</b>	<b>7</b>
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....</b>	<b>15</b>
<b>5.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) .....</b>	<b>19</b>

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

## **ПМ 3 Предоставление туроператорских услуг**

### **1.1. Область применения программы**

Программа профессионального модуля (далее – программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 «Туризм» (базовая подготовка) в части освоения основного вида профессиональной деятельности – предоставление туроператорских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

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

Программа профессионального модуля может быть использована при профессиональной подготовке по специальности «Туризм» и в дополнительном профессиональном образовании на курсах переподготовки и повышения квалификации.

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

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

#### **Иметь практический опыт:**

- планирования программ туристских поездок, 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 турагентами;
- проводить анализ деятельности других туристских компаний;
- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранных языков;
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туруслуг;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение.

#### **Знать:**

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методику работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- основные правила и методику составления программ туров;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчета с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

Всего – 367 часов, в том числе: максимальной учебной нагрузки – 259 час., производственная практика – 108 час.

Максимальной учебной нагрузки обучающегося – 259 часов, включая:  
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 192 час.;  
 самостоятельной работы обучающегося – 35 часов;  
 консультации – 32 часа.

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности – предоставление туроператорских услуг, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт.

ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов <i>(макс. учебная нагрузка и практики)</i>	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 3.2, 3.3, 3.4	Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности	133	88	37		25	14	
ПК 3.1, 3.4	Раздел 2. Маркетинговые технологии в сфере туризма	130	100	46		18	-	
ПК 3.1, 3.2, 3.3, 3.4	Производственная практика	144						144
	Экзамен квалификационный							
	Всего:	407	188	83		43	14	144

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: практические задания, контрольные работы, курсовая работа.

На проведение практических занятий в форме практической подготовки отводится 83 часов.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических умений/навыков: планирования программ туристских поездок, 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.

- профессиональных компетенций: ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта; ПК 3.2. Формировать туристский продукт; ПК 3.2. Формировать туристский продукт; ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта; ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Раздел ПМ 3. Предоставление туроператорских услуг		407	
МДК 3.1 Технология и организация туроператорской деятельности		133	
Раздел 1. Основы туроператорской деятельности		20	
Тема 1.1. Нормативно-правовая база туроператорской деятельности	Содержание	10	2
	1 ФЗ «Об основах туристской деятельности».		
	2 ФЗ «О защите прав потребителей».	8	
	3 Требования к организации туроператорской деятельности. Виды туроператоров.		
	Практические занятия		
	1 Основные положения туроператорской деятельности в нормативно-правовых документах	2	
Тема 1.2. Организационный аспект создания туроператора	Содержание	10	2
	1 Организационно-правовые формы создания туроператора.		
	2 Организационные основы создания туроператора.	8	
	Практические занятия		2
	1 Основные этапы создания туроператора.	2	
Раздел 2. Технология и организация формирования туристского продукта		24	
Тема 2.1. Условия создания привлекательного туристского продукта	Содержание	6	2
	1 Изучение запросов потребителей.		
	2 Потребительские свойства турпродукта.	4	
	3 Технология обслуживания. Классы обслуживания. Пакет услуг.		
	Практические занятия		
	1 Виды туров и их особенности.	2	
	Консультации	2	
Тема 2.2. Проектирование тура и программа обслуживания	Содержание	6	2
	1 Технологическая документация проектирования тура. Требования к процессу разработки турпродукта.		
	2 Разработка программы обслуживания туристов. Тематическая программа обслуживания.	4	
	Практические занятия		
	1 Пути повышения качества разработки турпродукта.	2	
Тема 2.3. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг	Содержание	6	2
	1 Организационные аспекты работы с поставщиками услуг. Планирование тура.		
	2 Переговоры с поставщиками услуг. Заключение договоров с поставщиками услуг.	4	



	<b>Практические занятия</b>			
	1	Договора между туроператорами и с поставщиками туристских услуг. Основные требования и их регулирование.	2	
<b>Тема 2.4 Туристская документация</b>	<b>Содержание</b>		6	2
	1	Технологическая документация. Туристская путевка.	4	
	2	Договора. Справочная документация.		
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Технологическая карта тура и информационный листок к туристской путевке	2	
	<b>Консультации</b>		2	
<b>Раздел 3. Продвижение туристского продукта</b>			24	
<b>Тема 3.1. Формирование сбытовой сети</b>	<b>Содержание</b>		8	2
	1	Формирование сбытовой сети туроператора. Агентские соглашения.	4	
	2	Агентские сети и франчайзинг.		
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора	2	
	<b>Консультации</b>		2	
<b>Тема 3.2. Реклама и нерекламные виды продвижения туристского продукта</b>	<b>Содержание</b>		8	2
	1	Реклама туристского продукта. Нерекламные методы продвижения туристского продукта.	4	
	2	Каталог туроператора. Участие в выставках.		
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Разработка каталога туроператора.	2	
	<b>Консультации</b>		2	
<b>Тема 3.3. Информационные технологии продвижения туристского продукта</b>	<b>Содержание</b>		10	2
	1	Программные продукты бронирования туров. Интернет-технологии бронирования турпутевок.	8	
	2	Программные продукты резервирования и автоматизации деятельности туроператоров.		
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Программные продукты автоматизации деятельности туроператора и бронирования турпродукта	2	
	<b>Консультации</b>		2	
<b>Раздел 4. Организация обслуживания</b>			25	
<b>Тема 4.1. Стратегия обслуживания и программный туризм</b>	<b>Содержание</b>		12	2
	1	Менеджмент и стратегия обслуживания. Программный туризм. Анимация обслуживания.	8	
	2	Представители туроператоров. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования.		
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Организация обслуживания туристов на маршруте	4	
	<b>Консультации</b>		2	
<b>Тема 4.2. Безопасность в путешествии и страхование туристов</b>	<b>Содержание</b>		12	2
	1	Риски для туристов. Безопасность туристов в месте временного пребывания, во время перевозки.	8	
	2	Страхование туристов выезжающих за рубеж. Страхование различных рисков.		
	<b>Практические занятия</b>			
	1	Организация страхового обеспечения путешествий.	4	

	<b>Консультации</b>	2	
<b>Тема 4.3. Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроператора</b>	<b>Содержание</b>	10	2
	1   Профессиональные стандарты для туризма. Квалификационные требования, предъявляемые к должности менеджера туроператора	6	
	<b>Практические занятия</b>		
	1   Квалификационные требования к менеджеру туроператора.	4	
	<b>Консультации</b>	2	
<b>Раздел 5. Расчет стоимости туристского продукта</b>		24	
<b>Тема 5.1. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование</b>	<b>Содержание</b>	16	2
	1   Финансовая схема работы туроператора. Система комиссионных вознаграждений турагентств.	12	
	2   Ценообразование.		
	<b>Практические занятия</b>		
	1   Виды и методы ценообразования турпродукта.	4	
<b>Тема 5.2. Учетная политика и налогообложение</b>	<b>Консультации</b>	2	
	<b>Содержание</b>	12	2
	1   Учетная политика туроператора. Налогообложение. Оплата счетов поставщиков услуг.	8	
	<b>Практические занятия</b>		
	1   Расчет стоимости туристских услуг.	4	
<b>Курсовое проектирование</b>	<b>Консультации</b>	2	
	<b>Примерные темы курсовых проектов:</b> 1. Организация деятельности туристских предприятий по формированию и реализации культурно-познавательных туров в Нижегородской области 2. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации корпоративных туров в Нижегородской области 3. Организация деятельности туристских предприятий по формированию и реализации профориентационных туров в Нижегородской области 4. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации приключенческих туров в Нижегородской области 5. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации горнолыжных туров в Нижегородской области 6. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации спортивных туров в Нижегородской области 7. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации бизнес-туров в Нижегородской области 8. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации экологических туров в Нижегородской области 9. Организация деятельности предприятий по формированию и реализации событийных туров в Нижегородской области 10. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации туров для школьников в Нижегородской области 11. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации	14	

	<p>детских туров в Нижегородской области</p> <p>12. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации речных круизов в Нижегородской области</p> <p>13. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, предложению и реализации экстремальных туров в Нижегородской области</p> <p>14. Организация деятельности туристских предприятий по формированию и реализации образовательных туров в Нижегородской области</p> <p>15. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации экскурсионных туров в Нижегородской области</p> <p>16. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации сельских туров в Нижегородской области</p> <p>17. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации автобусных туров в Нижегородской области</p> <p>18. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации семейных туров в Нижегородской области</p> <p>19. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации этнографических туров в Нижегородской области</p> <p>20. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации индивидуальных туров в Нижегородской области</p> <p>21. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации туров выходного дня в Нижегородской области</p> <p>22. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации активных видов туров в Нижегородской области</p> <p>23. Организация деятельности туристских предприятий по формированию, продвижению и реализации гастрономических туров в Нижегородской области</p>		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 3.1</b>	<p>Тема 1.1. Нормативно-правовая база туроператорской деятельности</p> <p>Тема 1.2. Организационный аспект создания туроператора</p> <p>Тема 2.1. Условия создания привлекательного туристского продукта</p> <p>Тема 2.2. Проектирование тура и программа обслуживания</p> <p>Тема 2.3. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг</p> <p>Тема 2.4 Туристская документация</p> <p>Тема 3.1. Формирование сбытовой сети</p> <p>Тема 3.2. Реклама и нерекламные виды продвижения туристского продукта</p> <p>Тема 3.3. Информационные технологии продвижения туристского продукта</p> <p>Тема 4.1. Стратегия обслуживания и программный туризм</p> <p>Тема 4.2. Безопасность в путешествии и страхование туристов</p> <p>Тема 4.3. Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроператора</p> <p>Тема 5.1. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование</p> <p>Тема 5.2. Учетная политика и налогообложение</p>		
<b>МДК 3.2 Маркетинговые технологии в туризме</b>		130	
<b>Раздел 1. Туристский маркетинг: сущность и основы</b>		44	

использования				
Тема 1.1. Понятие и сущность маркетинга	Содержание		22	2
	1	Цели, функции, принципы и виды маркетинга. Эволюция концепций маркетинга.	12	
	2	Управление маркетингом, его цели и задачи. Содержание и функции практического маркетинга		
	Практические занятия			
	1	Концепции и функции маркетинга	10	
	Консультации		2	
Тема 1.2. Туристский рынок как условие и экономическая основа маркетинга	Содержание		22	2
	1	Конъюнктура рынка. Маркетинговая среда.	12	
	2	Целевой, дифференцированный и недифференцированный маркетинг.		
	3	Сегментация рынка, выбор целевых сегментов рынка и позиционирование туристских продуктов на рынке.		
	Практические занятия			
	1	Маркетинговая среда туристского предприятия.	10	
Консультации		2		
Раздел 2. Специфика маркетинга в туризме			42	
Тема 2.1. Продуктовая политика в маркетинге туризма	Содержание		8	2
	1	Продуктовая, инновационная, ассортиментная политика.	8	
	2	Жизненный цикл турпродукта.		
Тема 2.2. Ценообразование в сфере туризма	Содержание		10	2
	1	Цены: понятие, виды, назначение, функции.	6	
	2	Процесс ценообразования. Факторы ценообразования.		
	3	Методы ценообразования. Стратегия и тактика ценообразования.		
	Практические занятия			
	1	Процесс разработки ценовой стратегии предприятия.	4	
Консультации		2		
Тема 2.3. Маркетинговые каналы распространения туров	Содержание		12	2
	1	Обычные, вертикальные, горизонтальные маркетинговые системы.	6	
	2	Функции каналов сбыта, факторы формирования сбытовой сети.		
	Практические занятия			
1	Сбытовая политика в системе маркетинга.	6		
Тема 2.4. Маркетинговые коммуникации в туризме	Содержание		12	2
	1	Сущность, значение и специфика маркетинговых коммуникаций в туризме. Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.	6	
	2	Брендинг на рынке туристских услуг.		
	3	Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме.		
	Практические занятия			
	1	Маркетинговые коммуникации.	6	
Консультации		2		
Раздел 3. Управление и анализ маркетинговой деятельности			44	

<b>туристского предприятия</b>			
<b>Тема 3.1. Управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия</b>	<b>Содержание</b>		20
	1	Стратегическое планирование и маркетинговая программа.	12
	2	Маркетинговая информационная система предприятия и методы сбора информации.	
	3	Организация и содержание маркетинговых исследований.	
	4	Организационная структура маркетинговых служб предприятия и основные требования к ее построению.	
	5	Контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности.	
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Организация маркетинговых исследований.	8
	<b>Консультации</b>		2
<b>Тема 3.2. Анализ маркетинговой деятельности туристского предприятия</b>	<b>Содержание</b>		24
	1	Анализ конкурентной среды.	12
	2	Анализ конкурентоспособности турпродукта.	
	3	Изучение поведения потребителей.	
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Анализ конкурентного окружения туристского предприятия	12
	<b>Консультации</b>		2
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 3.2</b>		Тема 1.1 Понятие и сущность маркетинга Тема 1.2 Туристский рынок как условие и экономическая основа маркетинга Тема 2.2 Ценообразование в сфере туризма Тема 2.3 Маркетинговые каналы распространения туров Тема 2.4 Маркетинговые коммуникации в туризме Тема 3.1 Управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия Тема 3.2 Анализ маркетинговой деятельности туристского предприятия	
<b>Производственная практика по профилю специальности</b>			
<b>Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности</b>			
<b>Тема 1. Условия создания привлекательного туристского продукта</b>			
<b>Задание 1.1.</b> Собрать информацию о туристских предпочтениях потребителей организации.			
<b>Задание 1.2.</b> Охарактеризовать ассортимент предлагаемых туристской организацией туристских продуктов, составить перечень их основных потребительских свойств.			
<b>Задание 1.3.</b> На основании анализа ассортимента предлагаемых туристским предприятием туров составить еще несколько вариантов предложений для семейной пары туристов без детей, семейной пары туристов с одним ребенком, индивидуального туриста.			
Приложить: составленные варианты туров для клиентов туристской фирмы.			
<b>Тема 2. Проектирование тура и программа обслуживания</b>			
<b>Задание 2.1.</b> Описать основные требования к процессу разработки туристского продукта организации.			
<b>Задание 2.2.</b> Рассмотреть варианты тематических программ обслуживания туристов, используемые организацией, выявить их ключевые особенности.			
<b>Задание 2.3.</b> Составить список документов, используемых при проектировании новых туров организацией.			
Приложить: образцы заполненных вариантов технологических документов на проектирование тура.			
<b>Тема 3. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг</b>			
<b>Задание 3.1.</b> Ознакомиться с организационными аспектами работы туристской организации с поставщиками услуг.			
<b>Задание 3.2.</b> Ознакомиться с особенностями планирования туров туристской организации, перечислить основные этапы планирования.			
<b>Задание 3.3.</b> Ознакомиться с особенностями переговоров с различными поставщиками услуг туристской организации. Охарактеризовать			
		144	2

<p>основные разделы типового договора с поставщиками услуг.</p> <p><b>Задание 3.4.</b> Перечислить обязательные и дополнительные составляющие различных пакетов туристских услуг организации, указать виды поставщиков туристских услуг.</p> <p>Приложить: образец договора с поставщиками туристских услуг; варианты готовых туристских пакетов.</p> <p><b>Тема 4. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование</b></p> <p><b>Задание 4.1.</b> Описать финансовую схему работы туристской организации. Ознакомиться с системой комиссионных вознаграждений турагентств. Перечислить основные виды и размеры скидок туристского предприятия, указать условия их применения.</p> <p><b>Задание 4.2.</b> Изучить прайс-листы туристского предприятия, выявить факторы, влияющие на цену туристских продуктов. Определить схему образования цен на туристские продукты организации.</p> <p>Приложить: договор между туристским предприятием и туристом, вариант прайс-листа.</p> <p><b>Тема 5. Учетная политика и налогообложение</b></p> <p><b>Задание 5.1.</b> Ознакомиться с системой налогообложения и учетной политикой туристской организации.</p> <p><b>Задание 5.2.</b> Проанализировать счета, выставяемые поставщиками туристских услуг и варианты их оплаты.</p> <p><b>Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме</b></p> <p><b>Тема 1. Туристский маркетинг: сущность и основы использования</b></p> <p><b>Задание 1.1.</b> Перечислить цели, функции, принципы и виды маркетинга, используемые в туристской организации.</p> <p><b>Задание 1.2.</b> Описать процесс управления маркетингом, обозначить его цели и задачи.</p> <p><b>Тема 2. Туристский рынок как условие и экономическая основа маркетинга</b></p> <p><b>Задание 2.1.</b> Перечислить и охарактеризовать основные составляющие маркетинговой среды туристской организации.</p> <p><b>Задание 2.2.</b> Описать процедуры сегментация рынка, выбора целевых сегментов рынка и позиционирования туристских продуктов туристской организации.</p> <p><b>Тема 3. Управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия</b></p> <p><b>Задание 3.1.</b> Описать маркетинговую информационную систему туристской организации и методы сбора информации.</p> <p><b>Задание 3.2.</b> Представить этапы процесса проведения маркетинговых исследований туристской организации.</p> <p><b>Задание 3.3.</b> Охарактеризовать организацию маркетинговой деятельности туристской организации, описать структуру службы маркетинга (при наличии).</p> <p>Приложить: блок-схему маркетинговой информационной системы туристской организации, процесса маркетингового исследования, образец опросного листа.</p> <p><b>Тема 4. Формирование сбытовой сети</b></p> <p><b>Задание 4.1.</b> Охарактеризовать взаимоотношения туристской организации с туристскими агентствами.</p> <p><b>Задание 4.2.</b> Охарактеризовать особенности агентских соглашений туристской организации.</p> <p>Приложить: образец соглашения между туристской организацией и туристским агентством.</p> <p><b>Тема 5. Реклама и нерекламные виды продвижения туристского продукта</b></p> <p><b>Задание 5.1.</b> Изучить виды туристской рекламы и нерекламные методы продвижения туристского продукта, используемые на туристском предприятии.</p> <p><b>Задание 5.2.</b> Изучить различные виды каталогов туристской организации и график участия в туристских выставках/ярмарках.</p> <p>Приложить: варианты исполнения туристских каталогов.</p> <p><b>Тема 6. Информационные технологии продвижения туристского продукта</b></p> <p><b>Задание 6.1.</b> Изучить информационные технологии, используемые в деятельности туристской организации.</p> <p><b>Задание 6.2.</b> Описать процесс онлайн-бронирования туристской путевки.</p>		
<b>Всего</b>	407	

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Для обучения студентов данному модулю имеются в наличии: учебный кабинет «Турагентской и туроператорской деятельности», оборудованные мультимедийными средствами обучения; компьютерные классы, где имеется возможность выхода в Интернет; присутствует полный комплект лицензионного обеспечения, необходимый для работы компьютерных программ.

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных и тренинговых кабинетов, в т.ч. кабинета информатики, оснащенный специализированными компьютерными программами, используемыми в деятельности туристских предприятий.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

специализированные компьютерные программы, используемые в деятельности туристских предприятий.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **а) основная литература**

1. Дурович, А. П. Организация туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. - Минск : РИПО, 2020. - 295 с. - ISBN 978-985-7234-10-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1214836>
2. Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие / Н.А. Зайцева – М: ИНФРА-М, 2021. – 366 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=377398>

3. Дурович, А. П. Маркетинг туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. - Минск : РИПО, 2020. - 246 с. - ISBN 978-985-503-989-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1088328>

**б) дополнительная литература**

1. Докторов А.В. Организация транспортного обслуживания в туризме: учебное пособие / А.В. Докторов, О.Е. Мышкина. – М: ИНФРА-М, 2021. – 208 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=378175>
2. Быстров, С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учебное пособие / С. А. Быстров. - Москва : Форум : ИНФРА-М, 2021. - 400 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-589-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967459>

**в) нормативно-правовые документы**

1. ГОСТ Р ЕН 13809-2012 Туристские услуги. Туроператоры и турагенты. Терминология
2. ГОСТ 54600-2011. Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования. Дата введения: 01.01.2013.
3. ГОСТ 53522 2009. Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения. Дата введения: 15.12.2009.
4. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Дата введения: 01.07.2011.

**г) справочно-библиографическая литература**

1. Справочно-правовая система «Консультант-Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

**д) периодические издания**

1. Современные проблемы сервиса и туризма // Режим доступа: [https://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=26229](https://elibrary.ru/title_about.asp?id=26229)
2. Сервис PLUS // Режим доступа: [https://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=26228](https://elibrary.ru/title_about.asp?id=26228)
3. Журнал "Общество и право" // Режим доступа: [https://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=25801](https://elibrary.ru/title_about.asp?id=25801)

#### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

В соответствии с рабочей программой и тематическим планом изучение модуля проходит в виде аудиторной и самостоятельной работы студентов.

Образовательные технологии, способствующие формированию компетенций:

*используемые на занятиях лекционного типа:*

– лекции-беседы с использованием мультимедийных средств поддержки образовательного процесса;

– лекции с проблемным изложением учебного материала;

*используемые на занятиях практического типа:*

– регламентированная самостоятельная деятельность студентов;

– частично-поисковая деятельность при выполнении методических разработок частей занятия;

– решение проблемных ситуаций для реализации технологии коллективной мыслительной деятельности.

Используемые виды образовательных технологий:

1. Работа в команде – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

2. Контекстное обучение – мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением.

3. Обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента за счет ассоциации и собственного опыта с предметом изучения.



На лекциях раскрываются следующие основные темы изучаемого курса, которые входят в рабочую программу: основы туроператорской деятельности, технология и организация формирования туристского продукта, продвижение туристского продукта.

На практических занятиях более подробно изучается программный материал в целях отработки практических умений и навыков и усвоения следующих тем: организация обслуживания, специфика маркетинга в туризме, управление и анализ маркетинговой деятельности туристского предприятия.

Самостоятельная работа студентов направлена на углубленное изучение студентами материала дисциплины.

*Цель самостоятельной работы* – подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

*Изучение понятийного аппарата дисциплины.* Вся система индивидуальной самостоятельной работы должна быть подчинена усвоению понятийного аппарата, поскольку одной из важнейших задач подготовки современного грамотного специалиста является овладение и грамотное применение профессиональной терминологии. Лучшему усвоению и пониманию дисциплины помогут различные энциклопедии, словари, справочники и другие материалы, указанные списке литературы.

*Углубленное изучение тем.* Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и вопросов в целях более углубленного изучения дисциплины. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности. Самостоятельная работа студента направлена на более глубокое усвоение теоретических основ, раскрытия сущности основных категорий дисциплины, изучения проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

*Работа над основной и дополнительной литературой.* Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций. Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую для учебной и научной работы литературу. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках. Для аккумуляции информации по изучаемым темам рекомендуется формировать личный архив, а также каталог используемых источников. При этом если уже на первых курсах обучения студент определяет для себя наиболее интересные сферы для изучения, то подобная работа будет весьма продуктивной с точки зрения формирования библиографии для последующего написания дипломной работы на выпускном курсе.

*Самоподготовка к практическим занятиям.* При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что данный блок дисциплин тесно связан с ранее изученными и параллельно изучаемыми дисциплинами: «Психология делового общения», «Организация туристской индустрии», «Деловые коммуникации в туризме», «Технология продаж и продвижения турпродукта».

На собеседовании студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать. Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы изучаемой дисциплины;

- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;
- 4) подготовить краткое выступление по каждому из вопросов для самопроверки по изученной теме.

При презентации материала на практическом занятии можно воспользоваться следующим алгоритмом изложения темы: определение и характеристика основных категорий, эволюция предмета исследования, оценка его современного состояния, существующие проблемы, перспективы развития. Весьма презентабельным вариантом выступления следует считать его подготовку в среде Power Point, что существенно повышает степень визуализации, а, следовательно, доступности, понятности материала и заинтересованности аудитории к результатам научной работы студента.

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных специалистов в сфере туризма. Итоговой формой контроля успеваемости студентов по модулю является квалификационный экзамен. Бесспорным фактором успешного завершения очередного модуля является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего периода изучения модуля. В этом случае подготовка к экзамену будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

Вначале рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к экзамену по данной дисциплине, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы, разработанные кафедрой по данной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом существа того или иного вопроса за счет:

- а) уточняющих вопросов преподавателю;
- б) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах;
- в) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям.

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников наиболее оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения. После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к экзамену, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к лекционному материалу, материалам практических занятий, уточнить терминологический аппарат темы, а также проконсультироваться с преподавателем.

*Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет.* Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. Формой итогового контроля знаний студентов по модулю является квалификационный экзамен, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения практических задач.

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников гостиничных предприятий, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и прочее) и имеющих

стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получили дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует выше указанной области профессиональной деятельности, не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 33 Сервис, оказание услуг населению, в общем числе педагогических работников, реализующих образовательную программу, должна быть не менее 25 процентов. Квалификация педагогических работников образовательной организации отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и профессиональном стандарте.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	<p><b>Иметь практический опыт (ПЗ.1):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг.</li> </ul> <p><b>Уметь (УЗ.1):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентами;</li> <li>– проводить анализ деятельности других туристских компаний;</li> <li>– обрабатывать информацию и анализировать результаты;</li> <li>– работать с информационными и справочными материалами;</li> <li>– вести документооборот с использованием информационных технологий.</li> </ul> <p><b>Знать (ЗЗ.1):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;</li> <li>– способы обработки статистических данных;</li> <li>– методику работы с базами данных;</li> <li>– методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;</li> <li>– основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований.</li> </ul>	Практические задания, собеседование, выполнение отчета по практике, защита отчета
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	<p><b>Иметь практический опыт (ПЗ.2):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– планирования программ туристских поездок, составления программ тура и турпакета;</li> <li>– предоставления сопутствующих услуг.</li> </ul> <p><b>Уметь (УЗ.2):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работать с запросами клиентов, в том числе и</li> </ul>	

	иностраннх; – работать с информационными и справочными материалами; – составлять программы для российских и зарубежных клиентов; – составлять турпакеты с использованием иностранных языков.	
	<b>Знать (ЗЗ.2):</b> – основные правила и методику составления программ туров; – основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; – правила бронирования туруслуг.	
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	<b>Иметь практический опыт (ПЗ.3):</b> – расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта.	
	<b>Уметь (УЗ.3):</b> – рассчитывать стоимость проживания питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; – рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта, работать с агентскими договорами; – использовать каталоги и ценовые приложения.	
	<b>Знать (ЗЗ.3):</b> – методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; – методики расчета себестоимости турпакета и цены турпродукта; – правила расчета с турагентами и способы их поощрения.	
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	<b>Иметь практический опыт (ПЗ.4):</b> – взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта.	
	<b>Уметь (УЗ.4):</b> – работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; – консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; – предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; – использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение.	
	<b>Знать (ЗЗ.4):</b> – методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; – основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; – методику организации рекламных туров; – техники эффективного делового общения, протокол и этикет; – специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.	

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

Результаты (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	Проявление интереса к решению профессиональных задач в сфере туризма	Интерпретация результатов наблюдений за

Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Эффективная организация собственной деятельности, использование методов оценки ее качества	деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Способность осуществлять оперативное принятие решений в различных ситуациях туристской деятельности	
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Эффективный поиск необходимой информации, использование различных источников, в том числе и электронных	
Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач	
Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Проявлять навыки эффективного взаимодействия с коллегами, руководством и потребителями	
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Нести ответственность за выполнение заданий подчиненными (членами команды)	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Эффективно осуществлять самообразование, стремиться к постоянному развитию и повышению квалификации	
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Применять наиболее прогрессивные технологии осуществления деятельности в сфере туризма	