

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»

ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа


Л.Н. Мозуль
(подпись) (Ф.И.О.)
«31» августа 2021 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПМ.01 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ**

Специальность
43.02.10 Туризм

Квалификация выпускника: специалист по туризму
(базовая подготовка)

Согласовано:

Начальник отдела СПО УОД

Г.М. Шульц
(подпись) (Ф.И.О.)
«31» августа 2021 г.

Разработчик:

Преподаватель ГЭК НовГУ

Т.П. Петрова
(подпись) (Ф.И.О.)
«30» августа 2021 г.

Заместитель директора по УМ и ВР

О.Е. Тимошенко
(подпись) (Ф.И.О.)
«31» августа 2021 г.

Заместитель директора по УПР

Н.В. Яицкая
(подпись) (Ф.И.О.)
«31» августа 2021 г.

Рассмотрена:

Предметной (цикловой) комиссией
профессионального цикла

Протокол № 1

от «31» августа 2021 г.

Председатель предметной (цикловой)
комиссии


(подпись)

Э.В. Чупина
(Ф.И.О.)

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности среднего
профессионального образования
43.02.10 Туризм

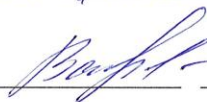
приказ Министерства образования и
науки РФ от «07» мая 2014 г. № 474

Согласовано:

Внешний эксперт (работодатель)

Наименование организации: ООО "Непелли-тур"

Руководитель/Главный бухгалтер
(должность)


(подпись) Васильева И.И.
Ф.И.О.



«31» 08/2021г.

СОДЕРЖАНИЕ

1	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
	1.1 Область применения рабочей программы.....	3
	1.2 Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля	3
	1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля	3
2	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
	3.1 Структура профессионального модуля	7
	3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю	8
4	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	18
	4.1 Требования к материально-техническому обеспечению.....	18
	4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение.....	19
	4.3 Общие требования к организации образовательного процесса.....	19
	4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса.....	19
5	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	21
	5.1 Структура фонда оценочных средств.....	21
	5.2 Рекомендации по использованию оценочных средств.....	25
6	ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ.....	33

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 «Туризм» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): выполнении работ по предоставлению турагентских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.

ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).

ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке.

1.2 Цель 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:

выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта; проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;

взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники; оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя; оказания визовой поддержки потребителю, оформления документации строгой отчетности;

уметь:

- определять и анализировать потребности заказчика;
- выбирать оптимальный туристский продукт;
- осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);
- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам,
- проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;
- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
- принимать участие в семинарах, обучающих программах,
- ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;
- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
- разрабатывать и формировать рекламные материалы,
- разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках,

-ярмарках, форумах; представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;

-оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;

-оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;

-составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);

-предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;

-доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;

знать:

-структуру рекреационных потребностей;

-методы изучения и анализа запросов потребителя;

-требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;

-различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;

-методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;

-технологии использования базы данных;

-статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;

-особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;

-основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;

-виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;

-характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;

-правила оформления деловой документации;

-правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;

-перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;

-перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;

-требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

Всего 326 часов

в том числе, в форме практической подготовки 230 часов,

Из них на освоение

МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта - 178 часов

в том числе самостоятельная работа 68 часов

МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности - 148 часов

в том числе самостоятельная работа 62 часа

Практики, в том числе
учебная - 36 часов
производственная - 108 часов

Промежуточная аттестация:
по МДК 01.01 – дифференцированный зачет – 4 семестр, экзамен – 5 семестр
по МДК 01.02 - экзамен – 6 семестр
по учебной практике – зачет – 5 семестр
по производственной практике – дифференцированный зачет – 5,6 семестр

Итоговая аттестация: экзамен (квалификационный) – 6 семестр

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ПМ)

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Предоставление турагентских услуг, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями.

Таблица 1 - Результаты обучения по профессиональному модулю

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах.
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности

3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Структура профессионального модуля

Таблица 2 – Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов <i>(макс. учебная нагрузка и практики)</i>	В том числе, в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	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	10	11
ПК 1 - ПК 7	Раздел 1 ПМ 01. Организация эффективных продаж туристического продукта	178	40	70	40	10	68	*	*	*
ПК 1 - ПК 7	Раздел 2. ПМ 01. Организация деятельности туристического агента и методы продвижения туристического продукта	148	46	40	46		62	*	*	
	Учебная практика	36	36							36
	Производственная практика (по профилю специальности)	108	108							108
	Всего:	470	230	110	86	10	130	*	36	108

3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю

Таблица 3 – Тематический план и содержание профессионального модуля

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
1	2		3
Раздел ПМ 01. Предоставление турагентских услуг			
МДК 01.01 Технология продаж и продвижение турпродукта			178
Тема 1.1 Туристская индустрия	Содержание		
	1	Введении	2
	2.	Сущность, состояние и этапы развития туриндустрии	2
	3.	Тенденции развития туриндустрии	2
	4.	Тенденции развития туристического спроса	2
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме		
Тема 1.2 Туристский продукт как продукт туристской индустрии	Содержание		
	1.	Основные понятия и определения: продукт, туристский продукт, тур (турпакет), потребность, покупательский спрос, потребительская ценность туристического продукта, качество туристского продукта, степень удовлетворенности клиента	2
	2	Особенности туристического продукта и их влияние на технологии продаж	2
	3	Структурная модель туристского продукта. Элементы продукта в расширенном толковании	2
	4	Классификация турпродукта	2
	Практические занятия (практическая подготовка)		
	№1	Особенности туристического продукта и их влияние на технологии	2
	№2	Классификация турпродукта	2
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме		
Тема 1.3 Способы доведения информации до потребителя туристских услуг. Виды информационных	Содержание		
	1	Информация и информационные ресурсы. Туристские информационные ресурсы	2
	2	Информационные технологии. Информационные технологии управления. Способы доведения информации до потребителя туроператора.	2
	Практическое занятие (практическая подготовка)		

ресурсов	№3	Анализ информационных ресурсов	2
Тема 1.4 Понятие и структура продвижения в туризме	Содержание		
	1	Комплекс маркетинга в туризме. Понятие маркетинговых коммуникаций.	2
	2	Продвижение в структуре комплекса маркетинга. Структура продвижения.	2
	3	Понятие рекламы. Основные рекламные средства и их сравнительная характеристика. Рекламный продукт и его виды. Рекламные компании.	2
	4	Нерекламные методы продвижения турпродукта.	2
	5	Стимулирование продаж в туризме.	2
	6	Прямая рассылка и прямой маркетинг	2
	7	Организация пропаганды туризма. PR средства.	2
	8	Личные (персональные) продажи	2
	9	Специфика выставочной деятельности турфирмы. Особенности презентации туров на выставках, ярмарках и форумов.	2
	10		
	11	Имидж туристической организации и ее составляющие. Фирменный стиль предприятия туристской индустрии и особенности его разработки.	2
	12	Сайт предприятия как элемент продвижения туристических продуктов и услуг	2
	13	Брендинг как технология продвижения города или региона на туристическом рынке. Примеры эффективного продвижения российских городов на туристическом рынке.	2
	14	Брендинг города: основные понятия (бренд, имидж города, городская идентичность, основные параметры городской идентичности	2
	Примерная тематика домашних заданий		
	Ответить на контрольные вопросы по теме		
	Практическое занятие (практическая подготовка)		
	№4	Стимулирование продаж в туризме	1
	№5	Стимулирование продаж в туризме	1
	№6	Оценка эффективности PR –деятельности турфирмы	1
	№7	Оценка эффективности PR –деятельности турфирмы	1
	№8	Составление словесной презентации тура	1
	№9	Составление словесной презентации тура	1
	№10	Семинар по теме: «Выставочно-ярмарочная деятельность в туризме»	1
	№11	Семинар по теме: «Выставочно-ярмарочная деятельность в туризме»	1
	№12	Анализ сайта предприятия туристической индустрии	1
	№13	Анализ сайта предприятия туристической индустрии	1
	№14	Сравнительный анализ сайтов различных турфирм	1
	№15	Сравнительный анализ сайтов различных турфирм	1
	№16	Фирменный стиль предприятия туристической индустрии	1

	№17	Фирменный стиль предприятия туристской индустрии	1
	№18	Анализ эффективности брендинга Великого Новгорода	1
	№19	Анализ эффективности брендинга Великого Новгорода	1
Тема 1.5 Технология продаж готового турпродукта. Организация онлайн-продаж туров.	Содержание		
	1	Процесс продажи турпродукта	2
	2	Достоинства и недостатки видов продаж туристского продукта	2
	Практическое занятие (практическая подготовка)		
	№20	Анализ мобильных приложений для туристов	2
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме		
Тема 1.6 Покупательское поведение потребителя туристских услуг	1	Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж	2
	2	Психологические процессы, влияющие на технологии продаж Процесс принятия клиентом решения о покупке	2
	Практическая работа (практическая подготовка)		
	№21	Анализ мотиваций туриста	2
	№22	Анализ мотиваций туриста	2
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме		
Тема 1.7 Технологии персональной продажи в туристской индустрии	Содержание		
	1	Основные направления подготовки продавца-менеджера. Управление контактом с клиентом. Технология управления контактом. Приемы воздействия на клиента. Исследование потребностей клиента	2
	Практическая работа (практическая подготовка)		
	№23	Исследование потребностей клиента	2
	№24	Исследование потребностей клиента	2
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме		
Тема 1.8 Презентация туристского продукта	Содержание		
	1	Цели презентации. Взаимодействие покупателя и продавца на этапе презентации. Правила и рекомендации проведения презентации. Переговоры о цене.	2
	Практическая работа (практическая подготовка)		
	№25	Разработка текста презентации турпродукта	2
	№26	Разработка текста презентации турпродукта	2
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме		
Тема 1.9	Содержание		

Управление возражениями клиента	1	Общие положения. Диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. Сопротивление как источники возражений. Общий алгоритм обработки возражений. Способы и методы обработки возражений.	2
	Практическая работа (практическая подготовка)		
	№27	Управление возражениями клиента	2
	№28	Управление возражениями клиента	2
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме		
Тема 1.10 Влияние продавца на принятие клиентом решения о покупке. Послепродажное обслуживание.	Содержание		
	1	Стимулирование клиента на покупку. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворенности клиента.	2
	2	Работа с жалобами и претензиями. Документационное обеспечение продаж турпродукта.	2
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме		
Тема 1.11 Взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Содержание		
	1	Анализ требований российского законодательства к правилам реализации туристского продукта и информации, предоставляемой потребителю.	2
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме		
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 1. Самостоятельная работа №1 Ответить на контрольные вопросы по теме Самостоятельная работа № 2 Ответить на контрольные вопросы по теме. Самостоятельная работа №3 Ответить на контрольные вопросы по теме Самостоятельная работа № 4 Ответить на контрольные вопросы по теме Самостоятельная работа №5 Ответить на контрольные вопросы по теме Самостоятельная работа № 6 Ответить на контрольные вопросы по теме. Самостоятельная работа №7 Ответить на контрольные вопросы по теме Самостоятельная работа № 8 Ответить на контрольные вопросы по теме			68

Учебная практика (практическая подготовка) Виды работ - Поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных); - Анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, - Маркетинг существующих предложений от туроператоров - Оформление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); - Консультация потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов по оформлению виз. - Анализ и формирование баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках - Анализ законодательных основ взаимодействия турагента и туроператора. - Анализ и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов - Анализ видов рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий.		36	
Производственная практика (по профилю специальности) (практическая подготовка) Виды работ - Определение и анализ потребности заказчика. - Выбор оптимального туристского продукта - Бронирование с использованием современной офисной техники - Участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организовываемых туроператорами. - Представление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям - Обеспечение своевременного получения потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки. - Приём денежных средств в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности. - Оказание визовой поддержки потребителю; - Выявление и анализ потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта. - Проведение сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта. - Взаимодействие с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники; - Оформление и расчет стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя; - Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта		108	
Раздел ПМ 2 Организация деятельности туристического агента и методы продвижения туристического продукта		148	
МДК 01.02 Технология и организация		148	

турагентской деятельности			
Тема 2.1 Понятие и виды деятельности турагента, турпродукт	Содержание		1,2,
	1	История развития туристско-экскурсионного дела. Значение туризма в жизни общества. Цели и задачи туристской отрасли. Туристские организации Туроператоры и турагенты. Различия между туроператором и турагентом. Роль туроператора на туррынке. Основные направления в работе туроператора Виды туроператорских компаний. Инициативные и рецептивные туроператоры.	2
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме		
Тема 2.2. Взаимосвязь туроператорской и турагентской деятельности: договорные и технологические аспекты	Содержание		1,2,3,
	1	Специфика договорных отношений между туроператором и турагентом. Бронирование туров. Автоматизация работы туристских фирм.	2
	Практическое занятие (практическая подготовка)		
	№ 1.	Составлений сходств и различий между туроператором и турагентом	2
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме		
Тема 2.3. Специфика оформления выездных документов граждан	Содержание		2
	1	Общегражданский загранпаспорт. Выезд за границу несовершеннолетних детей.	1,2,3,
	Практическое занятие (практическая подготовка)		
	№ 2	Заполнение документов для несовершеннолетних детей	4
Тема 2.4. Визовая поддержка туристов	Содержание		2
	1	Степень ответственности сторон, виды визовых режимов, «Шенгенское» пространство: история возникновения, регламентирующие документы. Специфика оформления шенгенских виз. Специфика оформления национальных виз.	1,2,3,
	Практическое занятие (практическая подготовка)		
	№3	Формирование пакетов консульств Чехии, Италии, Испании	4
	Примерная тематика домашних заданий Заполнить анкеты для получения заграничного паспорта. Ответить на контрольные вопросы по теме.		
Тема 2.5. Таможенные формальности	Содержание		1,2,3,
	1	Степень ответственности сторон. Декларирование и перемещение товаров через границу. Информационное обеспечение туристов о правилах перемещения товаров. через границу разных стран.	2

	Практическое занятие (практическая подготовка)			
	№4	Заполнения деклараций.	4	
	Примерная тематика домашних заданий Заполнение деклараций по конкретным ситуациям			
Тема 2.6. Страхование туристов	Содержание		2	1,2,3,
	1	Правила принципы, виды страховых случаев, международный страховой полис, дополнительные услуги, страхование от невыезда, оплата страховых случаев, формирование стоимости страхового полиса.		
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме.			
Тема 2.7. Авиационные пассажирские перевозки в формировании туристского продукта	Содержание		2	1,2
	1	Виды пассажирских авиаперевозок. Характеристика аэропортов. Характеристика авиакомпаний		
Тема 2.8. Железнодорожные пассажирские перевозки в формировании туристского продукта	Содержание		2	1,2,
	1	Европейские железные дороги. Туристские поезда		
Тема 2.9. Специфика формирования, продвижения и реализации автобусных туров.	Содержание		2	1,2,3,
	1	Документы, регламентирующие организацию автобусных туров. Классификация автобусных туров по организационным признакам.		
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме.			
Тема 2.10. Формирование пакета документов для туристов	Содержание		2	
		Состав пакета, договор о реализации туристского продукта, Туристическая путевка, туристский ваучер, проездные документы		
	Практическое занятие (практическая подготовка)		4	
	№5	Составление пакета документов для туриста		
	Примерная тематика домашних заданий Ответить на контрольные вопросы по теме.			
Тема 2.11 Менеджмент и стратегия обслуживания	Содержание		2	1,2,
	Значение стратегического планирования при обслуживании туристов. Основные компоненты стратегии обслуживания. Основные составляющие стратегии развития			
Тема 2.12	Содержание		2	1,2,

Программный туризм как основа современной организации туризма	1	Понятие программного обслуживания. Базисная основа программ обслуживания. Требования, предъявляемые к программе обслуживания. Составляющие программного обслуживания. Технология обслуживания в зависимости от программы.		
	Практическое занятие (практическая подготовка)			
	№6	Создать программу обслуживания туристской группы на активном маршруте.	6	
Тема 2.13 Зарубежные представители туроператора	Содержание		2	
	1	Требования, предъявляемые при подборе персонала в зарубежное представительство. Основные функции зарубежных представительств туроператорской компании. Направление сотрудничества. Освоение новых рынков сбыта турпродукта		1,2,
Тема 2.14 Общее понятие безопасности путешествия	Содержание		2	
	1	Зоны риска. Виды техногенных и природных катастроф. Предупреждение рисков. Работа туроператора по информированию туристов о возможных ЧС. Наиболее опасные регионы мира		
	Практическое занятие (практическая подготовка)		4	1,2,3,
	№7	Разработка инструкций по ТБ в зависимости от места путешествия		
	Примерная тематика домашних заданий Лист техники безопасности при перевозке на автомобильном транспорте. Ответить на контрольные вопросы по теме.			
Тема 2.15 Природные и техногенные катастрофы и предотвращение риска	Содержание		2	
	1	Понятие программного обслуживания. Базисная основа программ обслуживания. Требования, предъявляемые к программе обслуживания. Составляющие программного обслуживания. Технология обслуживания в зависимости от программы.		1,2,3,
	Практическое занятие (практическая подготовка)		2	
	№8	Создать программу обслуживания туристской группы на активном маршруте.		
	Примерная тематика домашних заданий Природные и техногенные катастрофы и предотвращение риска			
Тема 2.16 Безопасность туристов, медицинские риски	Содержание		2	
	1	Зоны распространения. Виды эпидемий		1,2,3,
	Практическое занятие (практическая подготовка)		6	
Тема 2.17 Финансовая схема работы туроператора	№9	Регионы повышенного эпидемиологического риска. Анализ регионов.		
	Содержание		2	
	1	Основные финансово-экономические понятия. Стратегия работы туроператора. Освоение новых рынков.		1,2,3,
Практическое занятие (практическая подготовка)			4	

	№10	Калькуляции по основным видам расходов.		
Тема 2.18 Ценообразование в туризме	Содержание		2	1,2,3,
	1	Определение цены и ценообразования. Факторы, влияющие на формирование цены. Методы расчета цен. Определение окончательной цены. Расчетно-сметная документация		
	Практическое занятие(практическая подготовка)		2	
	№11	Факторы, влияющие на ценообразование		
Тема 2.19 Учетная политика турфирмы	Содержание			1,2,3
	1	Основные документы, регламентирующие деятельность туроператорских компаний.	2	
	Практическое занятие(практическая подготовка)		2	
	№12	Заполнение бланков отчетности. Их виды		
Тема 2.20 Налогообложение	Содержание		2	1,2,3
	1	Налоговое законодательство. Виды налогов для туроператорских компаний. Налоговая политика государства.		
	Практическое занятие(практическая подготовка)		2	
	12	Виды налогов. Формы отчетности.		
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 2. Самостоятельная работа №1 Ответить на контрольные вопросы по теме Самостоятельная работа № 2 Ответить на контрольные вопросы по теме. Самостоятельная работа №3 Ответить на контрольные вопросы по теме Самостоятельная работа № 4 Ответить на контрольные вопросы по теме Самостоятельная работа №5 Ответить на контрольные вопросы по теме Самостоятельная работа № 6 Ответить на контрольные вопросы по теме. Самостоятельная работа №7 Ответить на контрольные вопросы по теме Самостоятельная работа № 8 Ответить на контрольные вопросы по теме			62	1,2,3
Учебная практика (практическая подготовка) Виды работ • Поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных); • Анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, • Маркетинг существующих предложений от туроператоров • Оформление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); • Консультация потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов по оформлению виз. • Анализ и формирование баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках • Анализ законодательных основ взаимодействия турагента и туроператора.			36	

• Анализ и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов • Анализ видов рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий.		
Производственная практика (по профилю специальности) (практическая подготовка) Виды работ 1. Определение и анализ потребности заказчика. 2. Выбор оптимального туристского продукта 3. Бронирование с использованием современной офисной техники 4. Участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организовываемых туроператорами. 5. Представление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям 6. Обеспечение своевременного получения потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки. 7. Приём денежных средств в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности. 8. Оказание визовой поддержки потребителю; 9. Выявление и анализ потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта. 10. Проведение сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта. 11. Взаимодействие с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники; 12. Оформление и расчет стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя; 13. Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	*	
Всего	470	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

Реализация учебной дисциплины требует наличия:

учебного кабинета Туризм;
лабораторий учебная Туризм.

Оборудование учебного кабинета Туризм:

Технические средства обучения: компьютеры, мультимедийная установка.

Учебно-наглядные пособия: учебно-методический комплекс по дисциплине.

Специализированная мебель: 15 столов, 30 стульев, доска, рабочее место преподавателя

Оборудование мастерской и рабочих мест мастерской: по компетенции «Туризм».

Технические средства обучения: Ноутбук /компьютер(Intel Core i7)/ Компьютер в составе: сетевой фильтр Гарнизон ЕНВ-6 1.8м 6 розеток; Блок питания Cooler Master 600w; Веб-камера А4 РК-910Н; модуль памяти DIMM 16GB 2 шт; монитор 23.8" BenQ GW2475H; корпус COOLER MASTER; твердотельный накопитель SSD M.2 2280 512GB PCIE; клавиатура Logitech K120; процессор Intel Core i7-9700 3.0 ГГц; мышь Logitech M90; материнская плата с интегрированным WIFI (договор 199/ ЕП (Т)20 - ВБ от 20.10.2020; акт приемки-передачи товара от 09.11.2020); Ноутбук /компьютер(Intel Core i7) / Ноутбук 17,3" FHD, Intel Core i7-10750H, 16Gb, 512Gb SSD, no ODD, Nvidia GTX1650Ti 4 GB,+мышь USB 1000dpi (договор 199/ ЕП (Т)20 - ВБ от 20.10.2020; акт приемки-передачи товара от 09.11.2020); Компьютерная мышь / CBR CM 410 Black, Мышь беспроводная, оптическая, 2,4 ГГц, 1000 dpi, 3 кнопки и колесо прокрутки, выключатель питания, цвет черный (договор 159/Ю от 23.10.2020); Телевизор: разрешение 4K UHD; диагональ 60" (152 см), TFT IPS; Smart TV (webOS), Wi-Fi; HDMI x3, USB x2, DVB-T2; поддержка HDR (для трансляции процессов) / Телевизор LCD 65" 4K LG в комплекте с стойкой на колесиках и кабелем HDMI (договор 199/ ЕП (Т)20 - ВБ от 20.10.2020; акт приемки-передачи товара от 09.11.2020); Интерактивная маркерная доска / Интерактивная доска Interwrite dualBoard 1279 (договор 199/ ЕП (Т)20 - ВБ от 20.10.2020; акт приемки-передачи товара от 09.11.2020); Презентер / Презентер Logitech Wireless Presenter R400, RTL (договор 159/Ю от 23.10.2020); Проектор/Проектор Epson EB-U42 (договор 199/ ЕП (Т)20 - ВБ от 20.10.2020; акт приемки-передачи товара от 09.11.2020); Штатив для проектора/ Мобильная проекционная стойка для презентаций (договор 199/ ЕП (Т)20 - ВБ от 20.10.2020; акт приемки-передачи товара от 09.11.2020); Экран настенный Lumien Eco Picture (рабочая область 195x203 см) Matte White (региональное софинансирование договор 243/ЕП (Т)20-ВБ от 27.10.2020); Пилоты-удлинители / Сетевой фильтр Гарнизон ЕНВ-15 5м 6 розеток черный (договор 199/ ЕП (Т)20 - ВБ от 20.10.2020; акт приемки-передачи товара от 09.11.2020); МФУ Характеристики: А4, 20 стр / мин, 512Mb, цветное лазерное МФУ, факс, DADF, двустор. печать, USB 2.0, сетевой (Например, Canon i-SENSYS MF8550Cdn) / МФУ лазерное Kyocera M5521 cdn пусковой комплект + комплект картриджей (договор 196/ ЕП (Т)20 - ВБ от 20.10.2020; акт приемки-передачи товара от 09.11.2020); Радиомикрофон /Радиосистема Behringer ULM302MIC в комплекте со стойкой для микрофона (региональное софинансирование 243/ЕП (Т)20-ВБ от 27.10.2020); Звукоусилительный комплект/ Звукоусилительный комплект Behringer PPA2000BT (региональное софинансирование 243/ЕП (Т)20-ВБ от 27.10.2020); Комплект SMART (SBM777V-43+INV30+WTH130)(интерактивный) (региональное софинансирование 243/ЕП (Т)20-ВБ от 27.10.2020); Проектор Acer S 1286H {DLP 3D, XGA, 3500lm, 20000/1, HMDI, short throw 0.6, 2.7 kg .(региональное софинансирование договор 243/ЕП (Т)20-ВБ от 27.10.2020); 1С: Предприятие.8. Турагентство (договор ИТБП-001215 от 22.10.2020); Дополнительная лицензия на 20 рабочих мест /1С: Предприятие 8 ПРОФ. Клиентская лицензия на 20 рабочих мест (договор ИТБП-001215 от 22.10.2020)

Учебно-наглядные пособия: презентации по темам.

Специализированная мебель: Офисные стулья/Кресло UP_Prestige O, ткань черная С-11 (самба) – 22шт. (договор 208/ЕП (Т) 20-ВБ от 05.11.2020); Тумба/кафедра для выступления / Мебель MON_ Монолит Трибуна ТЛ 03 орех гварнери – 1шт. (договор 208/ЕП (Т) 20-ВБ от 05.11.2020); Огнетушитель углекислотный ОУ-1/ Огнетушитель порошковый ОП-4 (з) АВСЕ (договор 208/ЕП (Т) 20-ВБ от 05.11.2020); Аптечка/ Аптечка универсальная ФЭСТ (полистирол) (договор 208/ЕП (Т) 20-ВБ от 05.11.2020); Офисный стол (договор 208/ЕП (Т) 20-ВБ от 05.11.2020); Офисный стол с перегородкой – 10шт. (договор 208/ЕП (Т) 20-ВБ от 05.11.2020);

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение

а) основная литература

1. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10544-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475808> (дата обращения: 29.08.2021).

2. Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12617-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476733> (дата обращения: 29.08.2021).

3. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448838> (дата обращения: 29.08.2021).

4. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472712> (дата обращения: 29.08.2021).

б) дополнительная литература

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475809> (дата обращения: 29.08.2021).

2. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470714> (дата обращения: 29.08.2021).

3. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474521> (дата обращения: 29.08.2021).

4. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14377-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477475> (дата обращения: 29.08.2021).

5.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484237> (дата обращения: 29.08.2021).

6.Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426329>(дата обращения: 29.08.2021).

7.Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 120 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08449-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470240> (дата обращения: 29.08.2021).

в) Программное обеспечение

Наименование программного продукта	Обоснование для использования (лицензия, договор, счёт, акт или иное)	Дата выдачи
Microsoft Windows 10 for Educational Use	Dreamspark (Imagine) № 370aef61-476a-4b9f-bd7c-84bb13374212	30.04.2015
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 500-999. Node 1 year Educational Renewal License	Договор №148/ЕП(У)20-ВБ, 1С1С-200914-092322-497-674	11.09.2020
Подписка Microsoft Office 365	свободно распространяемое для вузов	-
Microsoft Windows 7	свободно распространяемое	
Microsoft Office (Microsoft.com)	свободно распространяемое	
Zoom	Договор №363/20/90/ЕП(у)20-ВБ	04.06.2020
Adobe Acrobat	свободно распространяемое	-
Teams	свободно распространяемое	-
Skype	свободно распространяемое	-
Zoom	свободно распространяемое	-

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Наименование ресурса	Договор	Срок договора
Профессиональные базы данных		
База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» https://www.biblio-online.ru Коллекция: Легендарные книги	Договор №63/юс от 20.03.2018	бессрочный
База данных «Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» https://www.biblio-online.ru	Договор № 4431/05/ЕП(У)21 от 17.03.2021	31.12.2021
База открытых данных Росфинмониторинга http://www.fedsfm.ru/opendata	в открытом доступе	-
Информационные справочные системы		
Справочно-правовая система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс студенту и преподавателю) www.consultant.ru/edu/	в открытом доступе	-

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

В целях реализации компетентностного подхода при освоении модуля предусматривается использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций).

Использование таких форм проведения занятий создает образовательную и воспитательную среду, благоприятную для формирования личности учащихся, развития навыков самообразования, самовоспитания, самореализации. Результатом включения в образовательный процесс активных и интерактивных форм является интеграция системы знаний с приобретением опыта профессиональной деятельности. Организация деятельности обеспечивает решение следующих задач:

- развитие профессиональных компетенций при помощи имитации ситуации работы бухгалтерии, экономического отдела реального предприятия;
- организация учебных занятий и деятельности, направленной на активное поведение учащихся, связанное с решением практических задач;
- развитие общих компетенций – самостоятельности, творческого отношения к работе, умения принимать решения, работы в команде, способности разрешать конфликты, коммуникабельности.

Реализация программы модуля предполагает выполнение обучающимися практических заданий, включая как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров.

При проведении практических занятий в зависимости от сложности изучаемой темы и технических условий возможно деление учебной группы на подгруппы численностью не менее 5 человек, что способствует индивидуализации обучения, повышению качества обучения.

Профессиональный модуль осваивается на третьем курсе. Освоение программы модуля базируется на изучении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Маркетинг», «Экономика» - и профессионального модуля: «Технология турагентской деятельности».

Производственная практика проводится в организациях, с которыми заключены договоры о проведении практики. Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля является освоение МДК 01.01 «Технология продаж и продвижение турпродукта» и МДК 01.02 «Технология и организация турагентской деятельности».

После освоения профессионального модуля проводится экзамен (квалификационный).

4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу и осуществляющих руководство практикой:

- высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- прохождение стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

5.1 Структура фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств состоит из двух частей:

а) открытая часть – общая информация об оценочных средствах (название оценочных средств, проверяемые компетенции, баллы, количество вариантов заданий, методические рекомендации для применения оценочных средств и пр.), которая представлена в данном документе, а также те вопросы и задания, которые могут быть доступны для обучающегося;

б) закрытая часть – фонд вопросов и заданий, которая не может быть заранее доступна для обучающихся (экзаменационные билеты, вопросы к контрольной работе и пр.) и хранится в колледже.

Таблица 4 – Критерии и методы оценки результатов обучения (освоенные профессиональные компетенции)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	-определение и анализ потребности заказчика; -выбор оптимального туристского продукта	Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающегося в процессе освоения профессионального модуля:
ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах.	-поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из различных источников (печатных, электронных); -составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам; маркетинг существующих предложений от туроператоров; -взаимодействие с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;	-выполнение практических заданий, решения ситуационных задач; -выполнение заданий самостоятельной работы; -устные и письменные опросы с использованием альтернативных вопросов и вопросов со множественным выбором;
ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	-осуществление бронирования с использованием современной офисной техники; -участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами; - обеспечение своевременного получения потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки; - разработка и формирование рекламных материалов, разработка рекламных акций и представление турпродукта на выставках, ярмарках, форумах; - представление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям;	-интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающихся в процессе деловой игры; -интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающихся в процессе прохождения производственной практики; -защита отчётов по производственной практике с отзывами работодателей, руководителей практики. Дифференцированный зачёт по практике
ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчёт различных его вариантов	Экзамен (квалификационный)
ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).	- оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; - составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта (договора, заяв-	

	ки); - приобретение, оформление, ведение, учет и обеспечение хранения бланков строгой отчетности; - принятие денежных средств в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности	
ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.	- предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; - консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;	
ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности	- доставка туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;	

Таблица 5 – Критерии и методы оценки результатов обучения (освоенные общие компетенции)

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация интереса к будущей профессии; - качество обучения по специальности; - участие в олимпиадах, научно-практических конференциях и т.д.	<u>Формы контроля обучения:</u> Наблюдение и экспертная оценка работы студента на практических занятиях, во время учебной и производственной практик.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- оценивает риски и принимает правильные решения в нестандартных ситуациях; находит правильные решения проблем	<u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формирование результатов итоговой аттестации по дисциплине на основе суммы результатов текущего контроля
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	выполнение поиска, анализа и оценки информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач.	<u>Формы оценки:</u> - традиционная система оценок в баллах за каждую выполненную

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- планирует самообразование в условиях постоянного изменения рынка туристских услуг.	работу, на основе которых выставляется итоговая оценка.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	демонстрирует использование информационно-коммуникационных технологий.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	взаимодействует со студентами, преподавателями, руководством учебной организации, руководителями практики, клиентами.	
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	-грамотно формулирует цели своей деятельности и деятельности команды; -анализирует и корректирует результаты деятельности подчинённых; -демонстрирует готовность принятия на себя ответственности за результат выполнения заданий подчинёнными.	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	-проводит самоанализ и корректирует результаты своей деятельности.	
ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.	ориентируется в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	

5.2 Рекомендации по использованию оценочных средств

а) Контрольная работа

При выполнении контрольной работы необходимо обращать внимание на правильность профессиональной терминологии, логичность и фактическую точность в формулировании ответа (в случае заданий, на которые требуется дать развернутый ответ), на последовательность в изложении материала. Ответы необходимо давать с опорой на теоретические знания, полученные во время изучения дисциплины.

Критерии оценки	Кол-во вопросов	Кол-во вариантов заданий
Количество правильных ответов	3	4
Использование профессиональной терминологии		

МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта

Раздел 1. Понятие и структура продвижения в туризме

Контрольная работа №1

Вариант 1

1. Раскройте понятие и содержание рекламных обращений.
2. Опишите метод туристического продукта в процессе личной продажи и его особенности
3. Проанализируйте несколько рекламных обращений туристических организаций, которые, по вашему мнению, особенно эффективны, и сравните их с другими, неэффективными.

Вариант 2

1. Составить словесную презентацию тура (по выбору студента) с учетом модели AIDA: привлечь внимание клиента, вызвать интерес и желание приобрести продукт, побудить к покупке.
2. Раскройте выставочно-ярмарочную деятельность в туризме
3. Приведите примеры мобильных предложений iPhone/ Android/ Googl + для путешественников. Выявите положительные стороны и отрицательные.

Вариант 3

1. Выбрать предприятие индустрии гостеприимства и оценить его фирменный стиль по следующим составляющим: товарный знак; логотип (фирменная шрифтовая надпись); фирменный блок; фирменный цвет (цвета); фирменный комплект шрифтов и др. Сделать презентацию.
2. Охарактеризуйте существующую нормативную правовую базу выставочно-ярмарочной деятельности. Определите основные направления ее совершенствования.
3. Опишите основные положения теорий мотивации Д. Шварца, З. Фрейда и А. Маслоу?

Вариант 4

1. Опишите что такое восприятие, убеждение, установка?
2. Разработайте программу лояльности для клиентов турфирмы.
3. Опишите общий алгоритм обработки возражений.

МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности

Раздел 1. Понятие и структура продвижения в туризме

Контрольная работа №1

Вариант 1.

1.Опишите виды туроператорских компаний. Инициативные и рецептивные туроператоры.

2.Специфика договорных отношений между туроператором и турагентом. Бронирование туров. Автоматизация работы туристских фирм .

3.Туроператоры и турагенты. Различия между туроператором и турагентом.

Вариант 2

1.История развития туристско-экскурсионного дела. Значение туризма в жизни общества.

2. Цели и задачи туристской отрасли. Туристские организации.

3.Опишите правила принципы, виды страховых случаев, международный страховой полис, дополнительные услуги, страхование от невыезда, оплата страховых случаев, формирование стоимости страхового полиса.

Вариант 3

1.Виды пассажирских авиаперевозок.

2.Характеристика аэропортов, характеристика авиакомпаний.

3.Опишите документы, регламентирующие организацию автобусных туров.

Вариант 4

1.Опишите стратегическое планирование при обслуживании туристов.

2.Основные компоненты стратегии обслуживания.

3.Классификация автобусных туров по организационным признакам

б) Экзамен

При подготовке к экзамену можно использовать как конспекты лекций, так и литературу, указанную в рабочей программе дисциплины, в том числе, из дополнительного списка. Разрешается также пользоваться дополнительными достоверными источниками информации, в том числе, размещенными в сети Интернет.

В каждом экзаменационном билете содержится 2 вопроса из разных тематических разделов дисциплины.

Пример экзаменационного билета

МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

Время выполнения задания: 60 минут.

Результаты выполнения задания: представляются комиссии в виде заполненного первичного документа и бланка ответа с решением задачи

1. Правила и рекомендации проведения презентации. Переговоры о цене.

2. Брендинг как технология продвижения города или региона на рынке. Примеры эффективного продвижения российских городов на туристическом рынке.

Задача

Выберите конкретный вид турпродукта. Проведите исследование этого продукта:

а) выпишите достоинства продукта;

- б) выпишите недостатки продукта;
- в) выпишите 10 продуктов, конкурирующих с выбранным вами;
- г) сравните достоинства и недостатки выбранного вами продукта с конкурирующими.

МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

Время выполнения задания: 60 минут.

Результаты выполнения задания: представляются комиссии в виде заполненного первичного документа и бланка ответа с решением задачи

1. Работа туроператора с клиентами по безопасности путешествия
2. Выезд за границу несовершеннолетних граждан РФ

Задача

Начинающая туристская фирма, создавая тур в Таиланд, рассчитанный на высокий сезон, стремилась сделать его насыщенным и интересным. Включив в турпакет авиа билет, проживание в хорошей гостинице, трансферы, трехразовое питание, несколько экскурсий, страховку с покрытием 30 тыс. \$ US, а также свою прибыль, фирма получила цену турпакета, равную 1799 \$ US. Звони ли клиенты, интересовались туром. Но фирма потерпела неудачу, продав в высокий сезон Нового года всего два турпакета.

Были ли в действиях туристской фирмы ошибки? Если нет, то почему она проиграла в конкурентной борьбе другим туристским фирмам? Если ошибки были, назовите их. Каким образом можно было обеспечить приемлемый объем продаж туров в Таиланд?

Критерии оценки	Кол-во билетов
Логичность и последовательность в изложении информации	25
Использование профессиональной терминологии	
Демонстрация теоретических знаний	
Готовность к решению практических задач	

МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта

Перечень экзаменационных вопросов

1. Сущность, состояние туристской индустрии
2. Этапы развития туристской индустрии
3. Тенденции развития туристской индустрии
4. Понятие туристического продукта. Потребительская ценность туристического продукта
5. Особенности туристического продукта . Возможности снижения их негативного влияния
6. Структурная модель туристского продукта и ее применение в практике туристической деятельности
7. Элементы туристского продукта в расширенном толковании
8. Классификация турпродукта.
9. Понятие о информации и информационных ресурсах. Туристские информационные ресурсы
10. Информационные технологии. Информационные технологии управления.
11. Способы доведения информации до потребителя турпродукта
12. Комплекс маркетинговых коммуникаций: понятие, адресаты маркетинговых коммуникаций туристского предприятия
13. Структура маркетинговых коммуникаций турпредприятия.

14. Этапы разработки коммуникационной стратегии
15. Формирование коммуникационной политики туристической организации
16. Продвижение в структуре комплекса маркетинга: понятие и структура
17. Стимулирование продаж как инструмент продвижения: понятие, цель, достоинства и недостатки. Объекты стимулирования
18. Цели стимулирования клиентов. Методы и инструменты стимулирования
19. Цели стимулирования персонала фирмы. Методы и инструменты стимулирования
20. Цели стимулирования посредников. Методы и инструменты стимулирования
21. Связи с общественностью. Функции связей с общественностью в комплексе маркетинговых коммуникаций.
22. Основные направления деятельности туристической организации по связям с общественностью
23. Инструменты PR.
24. Результаты, позволяющие оценить PR-деятельность
25. Методы эффективности PR
26. Методики эффективности PR.
27. Личные продажи: понятие, аспекты, особенности
28. Стадии личной продажи.
29. Выставочно-ярмарочная и конгрессная деятельность, ее значение для продвижения турпродукта
30. Состояние выставочно-ярмарочной деятельности.
31. Основные характеристики выставочной деятельности в РФ. Существующие проблемы.
32. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности, основные направления ее совершенствования.
33. Координация выставочно-ярмарочной деятельности со стороны государства
34. Стратегии участия фирмы в выставке (ярмарке).
35. План выставочного стенда и его оформление
36. Принципы эффективной выставочной коммуникации.
37. Эффективность ярмарочно-выставочной деятельности (для экспонента).
38. Перспективы развития выставочно-ярмарочной деятельности в России.
39. Фирменный стиль предприятия туристской индустрии и особенности его разработки
40. Брендинг как технология продвижения города или региона на рынке. Примеры эффективного продвижения российских городов на туристическом рынке.
41. Брендинг города: основные понятия (бренд, имидж города, городская идентичность, основные параметры городской идентичности. Соотношение основных понятий маркетинга территории: бренд города, брендинг города.
42. Анализ брендинга Великого Новгорода.
43. Сайт предприятия как элемент продвижения туристических продуктов и услуг
44. Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж
45. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж .
46. Процесс принятия клиентом решения о покупке
47. Управление контактом с клиентом.
48. Технология управления контактом.
49. Приемы воздействия на клиента.
50. Исследование потребностей клиента
51. Цели презентации. Взаимодействие покупателя и продавца на этапе презентации.
52. Правила и рекомендации проведения презентации. Переговоры о цене.
53. Диагностика ложных возражений.
54. Общие правила работы с возражениями.
55. Сопротивление как источники возражений.
56. Общий алгоритм обработки возражений.
57. Способы и методы обработки возражений.

58. Стимулирование клиента на покупку.
59. Этапы послепродажного обслуживания. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя
60. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворенности клиента
61. Работа с жалобами и претензиями клиента.
62. Документационное обеспечение продаж турпродукта.
63. Основные каналы распределения турпродукта. Продажа через действующих независимых туроператоров.
64. Организационно-правовые основы работы туристского предприятия
65. Особенности формирования, продвижения и реализации туристского продукта в свете Российского законодательства
66. Телефонные коммуникации в туризме.
67. Речь, как инструмент воздействия на клиента
68. Правила ведения телефонных переговоров

МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности

Перечень вопросов для подготовки к экзамену (устному)

1. Различия между туроператором и турагентом.
2. Зоны распространения.
3. Виды эпидемий
4. Основные виды туров, их преимущества и недостатки
5. Работа туроператора с клиентами по безопасности путешествия
6. Виды программ обслуживания. Их преимущества и недостатки
7. Работа со страховыми компаниями.
8. Виды страховых случаев.
9. Основные поставщики услуг. Их роль в развитии турбизнеса
10. Виды страховых компаний.
11. Ответственность туроператора.
12. Виды паспортов и виз.
13. Формальности, связанные с их оформлением
14. Определение цены и ценообразования
15. Формальности, связанные с оформлением визы для иностранных граждан.
16. Факторы, влияющие на формирование цены.
17. Перечень основных документов, необходимых для оформления визы.
18. Расчетно-сметная документация.
19. Основные каналы сбыта турпродукта.
20. Налоговое законодательство.
21. Виды налогов для туроператорских компаний.
22. Варианты оформления претензий и сроки их предъявлений.
23. Основные документы, регламентирующие сотрудничество с фирмами-поставщиками.
24. Понятие рекламы. Её значение для туроператора.
25. Порядок оплаты счетов. Штрафные санкции за просрочку оплаты.
26. Выезд за границу несовершеннолетних граждан РФ
27. Информационные поездки. Их цели и задачи.
28. Декларирование и перемещение товаров через границу РФ.
29. Международный страховой полис
30. Виды каталогов. Работа по созданию каталога
31. Состав пакета документов для туристов
32. Основное содержание каталога. Подбор материала. Разработка дизайна каталога.

33. Договор о реализации туристского продукта
34. Основные выставки туроператоров. Классификация выставок.
35. Туристская путевка
36. Значение стратегического планирования при обслуживании туристов.
37. Туристский ваучер
38. Понятие программного обслуживания. Базисная основа программ обслуживания.
39. Проездные документы
40. Составляющие программного обслуживания. Технология обслуживания в зависимости от программы.

в) Экзамен (квалификационный)

При подготовке к экзамену можно использовать как конспекты лекций, так и литературу, указанную в рабочей программе профессионального модуля, в том числе, из дополнительного списка. Разрешается также для подготовки к экзамену пользоваться дополнительными достоверными источниками информации, в том числе, размещенными в сети Интернет.

В каждом экзаменационном билете содержится вопрос из разных тематических разделов профессионального модуля и практическое задание.

Критерии оценки	Кол-во билетов
- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе); – полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.); – сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала); – логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); – рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели); – своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств, при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе); – использование дополнительного материала (обязательное условие); – рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).	20

Перечень заданий для подготовки к квалификационному экзамену по МДК 01.01

Задание 1. Разработать критерии для оценки сайта туристического предприятия. Провести анализ сайта (по выбору студента)

Задание 2. Разработать критерии для оценки сайта туристического предприятия. Провести сравнительный анализ двух сайтов туристических предприятий (по выбору студента)

Задание 3. Для туристического предприятия предложить возможные объекты, методы и способы стимулирования клиентов.

Задание 4. Для туристического предприятия предложить возможные объекты, методы и способы стимулирования персонала.

Задание 5. Для туристического предприятия предложить возможные объекты, методы и способы стимулирования посредников

Задание 6. Разработайте текст презентации любого турпродукта.

Задание 7. Проведите презентацию коммерческого предложения продукта

Задание 8. Переформулируйте вопросы так, чтобы они звучали позитивно: «А не хотите ли вы отдохнуть в Таиланде в этом году?»;

Задание 9. Переформулируйте вопросы так, чтобы они звучали позитивно: «Что вас не устраивает в этом предложении?»;

Задание 10. Составьте список наиболее часто встречающихся возражений, определите, какие сопротивления, скорее всего, стоят за ними и придумайте несколько способов обработки этих возражений.

Задание 11. На возражение: «Это слишком дорого» предложите ваши варианты обработки этого возражения, предварительно выяснив, истинное оно или ложное.

Задание 12. Разработайте программу лояльности для клиентов турфирмы.

Задание 13. Разработайте программу лояльности для клиентов гостиничного предприятия.

Задание 14. Разработайте программу лояльности для клиентов предприятия общественного питания.

Задание 15. Выберите из конкретного рекламного издания 10 понравившихся вам и 10 не понравившихся объявлений. Проанализируйте ваши впечатления и чувства, вызванные каждым объявлением, охарактеризуйте каждое из них как «момент истины».

Задание 16. Выберите турпакет в зависимости от целей поездки. Определите главную цель этих туров и определить основные требования туристов к турпакетам данного вида.

Задание 17. Оцените приемы стимулирования сбыта, предлагаемые различными турфирмами для потенциальных и существующих клиентов. Какие приемы встречаются чаще всего и почему?

Задание 18. Выберите один вид турпродукта и проанализируйте весь «клубок мотиваций» туриста, выбирающего этот продукт (например, автобусный тур по Европе).

Задание 19. Выступая в роли покупателя выбранного вами туристского продукта, проанализируйте все этапы процесса принятия решения о покупке и все факторы, оказавшие влияние на вас на каждом этапе.

Задание 20. Проанализируйте практическое использование реальным турпредприятием (по выбору) закономерностей покупательского поведения потребителей и положений теорий мотивации

Задание 21. Сформулируйте 5 открытых вопросов, которые вы можете задать своему клиенту в сконструированной вами ситуации.

Задание 22. Сформулируйте пять цепочек из трех закрытых вопросов, подразумевающих положительный ответ клиента так, чтобы ответ на последний вопрос в цепочке также оказался утвердительным.

Задание 23. Проанализируйте несколько рекламных обращений туристических организаций, которые, по вашему мнению, особенно эффективны, и сравните их с другими, неэффективными. Как бы вы улучшили менее эффективные рекламные обращения?

Задание 24. Каким образом можно повысить наглядность представления туристического продукта в процессе личной продажи?

Задание 25. Некоторые специалисты считают, что фирменный стиль необходимо разрабатывать после того, как туристическая организация уже закрепилась на рынке. Разделяете ли вы подобную точку зрения? Ответ аргументируйте

Задание 26. Проанализируйте на примере туристской фирмы особенности турпродукта. Проанализируйте как каждая особенность турпродукта отражается на процессе продаж и действиях продавца.

Задание 27. Укажите, как нужно учитывать особенность турпродукта в работе предприятия. Разработайте мероприятия для минимизации их негативных аспектов.

Задание 28. Выделите все уровни турпродукта на примере туристической фирмы. Опишите каждый из уровней. Какие уровни обеспечивают функциональное и воспринимаемое качество?

Перечень заданий для подготовки к квалификационному экзамену по МДК 01.02

1. Оформить индивидуальный турпакет «Романтическое путешествие в Париж» для молодой пары сроком на 7-10 дней.

2. Заполнить формы производственного пакета документов к туру — внутренний туризм (экскурсионный).

3. Составьте межрегиональный маршрут по Новгородской и Псковской областям с определенной тематикой. Назовите технологическую документацию к данному туру.

4. Перечислите документацию, необходимую для деятельности туристского предприятия (компания-туроператор).

5. Составить список пакета документов для оформления Шенгенской визы. (Финляндия).

6. Расставьте перечисленные этапы разработки туристского продукта в правильном порядке:

-Разработка состава услуг и туристских пакетов.

-Расчет стоимости туров. Изучение спроса.

-Разработка маршрутов и графиков обслуживания.

-Обслуживание. Продажа. Спецификация спроса.

Объясните причины данного порядка этапов.

7. Составить договор на реализацию туристского продукта

8. Составить договор с музеем.

9. Заполнить технологическую карту тура, Сделать описание маршрута

10. Заполнить анкету для получения загранпаспорт

11. Составить проект договора с предприятием питания для обслуживания туристов.

12. Составьте программу обслуживания туристов в Новгородской области.

13. Вы представляете Новгородскую область на туристкой выставке ITB в Берлине. Опишите Ваш стенд, его участников – обоснуйте выбор.

14. Рассчитайте стоимость турпутевки, исходя из представленных данных: Количество туристов: 2 человека. Продолжительность тура: 5 дней. Стоимость услуг на одного человека:

15. Составить план мероприятий по созданию и поддержанию имиджа турфирмы на рынке услуг.

16. Разработать критерии для оценки сайта туристического предприятия. Провести анализ сайта (по выбору студента)

6 ЛИСТ ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Номер и дата распоря- дительного документа о внесении изменений	Дата внесе- ния изме- нений	Содержание изменений	Ф.И.О. лица, ответственного за изменение	Подпись