


Министерство образования, науки и молодежной политики Краснодарского края  
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
Краснодарского края «Армавирский механико – технологический техникум»

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг**

2021 г.

ОДОБРЕНА ипшин  
Цикловой кс Тур ей иностранных языков,  
сервисных дот «20» ин и МДК  
Председатель Тур Н.С. Турилина  
Протокол № 12 от «20» 05 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ  
Директор ВПОУ КК АМТТ  
Пелих  


Рассмотрена  
на заседании педагогического совета  
протокол № 9 от 28.05.2021 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 43.02.10 «Туризм»/43.00.00 Сервис и туризм, утвержденного приказом МОН РФ от 07.05.2014 г. №474, зарегистрированного Минюстом РФ (регистрационный №32806 от 19.06.2014 г)

Организация-разработчик: государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Краснодарского края «Армавирский механико-технологический техникум»

Разработчик:

Тур  
подпись

Турилина Н.С., преподаватель государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Краснодарского края «Армавирский механико-технологический техникум»

Рецензенты:

В.Н.

Макеева В.Н., директор ТА «Mango» квалификация «бакалавр» по направлению подготовки «Туризм»

А.А.

Богачева А.А., менеджер по туризму, ИП Матюхина Е.А. ТА «Пегас Туристик», квалификация по диплому специалист по сервису и туризму

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	4
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	7
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	8
<b>4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	17
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	20

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 «Туризм»/43.00.00 Сервис и туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Предоставление туроператорских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

3.2. Формировать туристский продукт.

3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

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

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области туризма при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

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

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

#### **иметь практический опыт:**

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездов, 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 турагентствами;
- проводить анализ деятельности других туркомпаний;

- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- оформлять страховые полисы;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туруслуг;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;
- *осуществлять финансовые отношения в туристской деятельности по различным направлениям;*
- *анализировать и выявлять наиболее доступный и перспективный для принимающей турфирмы мотивационный сегмент туристских путешествий по России на избранном рынке.*

**знать:**

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездов;

- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами;
- *организацию финансовых отношений в туристской деятельности;*
- *особенности экономического механизма в туризме.*
- *функции туристского рынка;*
- *характеристику предприятий туристской индустрии;*
- *методы сегментации;*
- *основные приоритеты в выборе туристских услуг для разных социальных групп населения;*
- *мотивационные критерии сегментации рынка иностранного туризма.*

### **1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – **843** часа, в том числе:

в форме практической подготовки **346** часов;

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **663** часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **442** часа;

самостоятельной работы обучающегося – **221** час;

производственной практики – **180** часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **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
ЛР 1	Осознающий себя гражданином и защитником великой страны
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций
ЛР 3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально

	опасное поведение окружающих
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»
ЛР 5	Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России
ЛР 6	Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 8	Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства
ЛР 9	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях
ЛР 10	Забочающийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой
ЛР 11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры
ЛР 12	Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания



### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ 03

Предоставление туроператорских услуг

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	В т.ч. в форме практ. 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 (если предусмотрена рассредоточенная практика)	
				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 3.2, 3.3, 3.4	Раздел 1 Организационные основы туроператорской деятельности	459	108	306	100	8	153	-	-	-	-
ПК 3.1	Раздел 2 Технология маркетинговых исследований в туризме	204	58	136	50	8	68	-	-	-	-
	Производственная практика (по профилю специальности), часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)	180	180							180	
	<b>Всего:</b>	<b>843</b>	<b>346</b>	<b>442</b>	<b>150</b>	<b>16</b>	<b>221</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>180</b>

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

#### ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

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
1	2	3	4
Раздел 1 Организационные основы туроператорской деятельности		459	
МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности		306	
Тема 1.1 Туропреитинг: организация деятельности	Содержание	154	
	1 Основные понятия и тенденции развития туроперейтинга.	2	2
	2 Понятие «туроператор». Роль туроператора на туристском рынке. Контрольная работа (входной контроль)	1 1	2
	3 Тенденции развития туристской индустрии.	2	2
	4 Горизонтальная и вертикальная интеграция.	2	2
	5 Факторы устойчивости туроператора на рынке.	2	2
	6 Дифференциация туристского предложения и специализация производства.	2	2
	7 Совершенствование стандартов обслуживания и унифицирование технологии обслуживания.	2	2
	8 Функции и задачи туроператора.	2	2
	9 Виды и типы туроператоров. Функции туроператора.	2	2
	10 Схемы работы туроператора. Основные этапы.	2	2
	11 Профессиональные задачи туроператора.	2	2
	12 Концепция создания туристского продукта.	2	2
	13 Формирование привлекательного туристского продукта.	2	2
	14 Потребительские свойства туристского продукта.	2	2
	15 Концепция гостеприимства.	2	2
	16 Стратегия гостеприимства.	2	2
	17 Культурный шок. Стадии культурного шока.	2	2
	18 Факторы влияющие, на приспособляемость туристов к чужой среде.	2	2
	19 Способы снятия барьеров и «культурного шока».	2	2
	20 Классы обслуживания. Класс «люкс».	2	2
	21 Первый класс.	2	2
	22 Туристский класс. Экономический класс.	2	2
23 Туристский продукт и пакет услуг. Понятие туристского продукта	2	2	

24	Схема разработки туристского продукта.	2	2
25	Туристский пакет и его виды.	2	2
26	Проектирование тура и программа обслуживания.	2	2
27	Требования к проектированию тура.	2	2
28	Программа обслуживания: основные этапы проектирования туристских услуг.	2	2
29	Программа обслуживания: схема взаимодействия с организациями, предоставляющими отдельные туристские услуги.	2	2
30	Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту.	2	2
31	Планирование программ турпоездок. Основные правила и методика составления программ туров	2	2
32	Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы.	2	2
33	Договорной план. Туристский маркетинг, тенденции развития.	2	2
34	Подбор поставщиков услуг (средства размещения, авиакомпания).	2	2
35	Подбор поставщиков услуг (предприятия питания, экскурсионные бюро).	2	2
36	Способы обработки статистических данных. Методы работы с базами данных.	2	2
37	Временная шкала туроперейтинговой программы.	2	2
38	Переговоры с поставщиками услуг. Техники делового общения.	2	2
39	Нравственные нормы делового общения	2	2
40	Основные психологические аспекты делового общения.	2	2
41	Протокол и этикет.	2	2
42	Заключение договоров с поставщиками услуг.	2	2
43	Нормативная база заключения договоров с поставщиками услуг.	2	2
44	Основные положения договоров с гостиничными предприятиями	2	2
45	Основные положения договора с авиакомпанией	2	2
46	Основные положения договора с предприятиями питания	2	2
47	Договор между инициативным и рецептивным туроператорами	2	2
48	Нормативные документы для работы между туроператорами.	2	2
49	Основные позиции договорных взаимоотношений между туроператорами.	1	2
	Контрольная работа (оперативный контроль)	1	
50	Договорные взаимоотношения между туроператорами	2	2
51	Договор комиссии	2	2
52	Договор поручительства	2	2
53	Атрибуты контракта на путешествие. Приложения к контракту на путешествие: квота мест	2	2
54	Приложения к контракту на путешествие: форма ваучера	2	2
55	Нормы общения с иностранными клиентами и агентами.	2	2
56	Туристская документация, ее виды. Технологическая документация тура.	2	2
57	Документация обслуживания: заявка на бронирование	2	2

58	Документация обслуживания: подтверждение бронирования	2	2
59	Документация, входящая в пакет тура: памятка туристу	2	2
60	Документация, входящая в пакет тура: авиабилет, страховой полис	2	2
61	Визовая поддержка. Оформление виз российским гражданам, выезжающим за рубеж. Прием иностранных туристов.	2	2
62	Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями	2	2
63	Страхование при поездках. Правовые основы страхования.	2	2
64	Виды страхования: личное медицинское, имущественное страхование	2	2
65	Договор обязательного медицинского страхования. Основные положения	2	2
66	Договор обязательного медицинского страхования. Дополнения	2	2
67	Страховые риски. Страхование туристов, выезжающих за рубеж	2	2
68	Страхование въездного и внутреннего туризма. Безопасность путешествий. Туристская полиция	2	2
69	Безопасность туристов в месте временного пребывания, во время поездки	2	2
70	Способы устранения проблем, возникающих во время тура. Контрольная работа (рубежный контроль)	2	2
71	Технология предреализационных процессов в сфере туризма.	2	2
72	Разработка радиального туристского маршрута.	2	2
73	Разработка кольцевого и линейного туристского маршрута.	2	2
74	Технология формирования тура. Оценка экономической эффективности тура.	2	2
75	Продвижение туристского продукта на выставке.	2	2
76	Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках.	2	2
77	Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами	2	2
	<b>Практические занятия</b>	<b>78</b>	
1	Анализ рекламы туроператоров по материалам периодической печати. Обработка информации и анализ результатов.	2	
2	Анализ рекламы туроператоров по материалам телевизионных передач и сети Интернет. Современный туристский рынок в цифрах и фактах.	2	
3	Анализ рекламы инклюзив-туров. Туроператоры и турагенты как профессиональные посредники по организации путешествий. Предоставление информации турагентам по рекламным турам	2	
4	Автобусные туры: сравнительная оценка потребительских свойств	2	
5	Оздоровительные туры: сравнительная оценка потребительских свойств	2	
6	Экспертная оценка оптимальности обслуживания туристов на исследуемых турах. Использование эффективных методов общения с клиентами на русском и иностранном языках	2	
7	Автобусные туры: разработка плана-программы обеспечения гостеприимства	2	
8	Оздоровительные туры: разработка плана-программы обеспечения гостеприимства	2	

9	Составление «идеального» тура с точки зрения минимизации «культурного шока».	2
10	Работа с информационными и справочными материалами. Составление программы обслуживания туристов.	2
11	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	2
12	Составление турпакетов с использованием иностранного языка	2
13	Составление программы обслуживания делового тура	2
14	Составление программы обслуживания тематического тура	2
15	Составление программы обслуживания оздоровительного тура	2
16	Составление программы обслуживания культурно-познавательного тура	2
17	Составление проекта программы автобусного тура по маршруту Армавир – Элиста – Астрахань	2
18	Определение поставщиков услуг для организации горнолыжного тура.	2
19	Определение поставщиков услуг для организации конгрессного тура.	2
20	Определение поставщиков услуг для организации оздоровительного тура	2
21	Определение поставщиков услуг для организации культурно-познавательного тура	2
22	Определение поставщиков услуг для организации делового тура	2
23	Составление договорного плана фирмы по организации предложенного тура.	2
24	Оформление типовых договоров с гостиницами и предприятиями питания.	2
25	Оформление типового договора с автотранспортным предприятием.	2
26	Разработка проекта договора с авиакомпанией.	2
27	Разработка проекта договора с экскурсионным бюро.	2
28	Заполнение типового договора комиссии. Консультирование партнеров по турпродуктам, оказание помощи в продвижении и реализации турпродукта	2
29	Заполнение типового агентского договора, договора поручительства. Работа с агентскими договорами.	2
30	Оформление технологической карты по маршруту.	2
31	Оформление листа бронирования тура. Работа с запросами клиентов, в том числе и иностранных	2
32	Оформление ваучера туристического путешествия.	2
33	Оформление документации, входящей в пакет тура.	2
34	Разбор документов, необходимых для оформления Шенгенской визы. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам	2
35	Оформление страховых полисов	2
36	Анализ и решение проблем, возникающих во время тура, принятие мер по устранению причин, повлекших возникновение проблемы	2
37	Расчет страховки от невыезда	2
38	Организация продвижения туристского продукта. Работа на специализированных выставках	2

		с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации		
	39	Разработка каталога туроператора. Использование каталогов и ценовых приложений	2	
Тема 1.2 Финансово-экономические аспекты туроперейтинга	Содержание		22	
	1	Финансовая схема работы туроператора. Система комиссионных вознаграждений турагентств	2	2
	2	Структура работы инициативного туроператора. Структура работы рецептивного туроператора.	2	2
	3	Ценообразование. Цены и ценовая политика.	2	2
	4	Методы расчета цен.	2	2
	5	Постоянные и переменные издержки. Расчет себестоимости турпродукта.	2	2
	6	Затраты, включаемые в себестоимость турпродукта.	2	2
	7	Рентабельность и прибыль.	2	2
	8	Методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.	2	2
	9	Организация финансовых отношений в туристской деятельности. Особенности экономического механизма в туризме.	2	2
	10	Методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта.	2	2
	11	Функции туристского рынка. Характеристика предприятий туристской индустрии	2	2
	Практические занятия		12	
	1	Расчет стоимости проживания.	2	
	2	Расчет стоимости питания.	2	
	3	Расчет стоимости транспортного обслуживания.	2	
	4	Расчет стоимости экскурсионного обслуживания.	2	
	5	Расчет себестоимости турпакета	2	
	6	Определение цены турпродукта.	2	
Тема 1.3 Организационно-правовые основы взаимодействия туроператора и турагента	Содержание		22	
	1	Договорные отношения с партнерами.	2	2
	2	Создание агентской сети.	2	
	3	Содержание агентских договоров.	2	
	4	Договор комиссии.	2	
	5	Договор поручения.	2	
	6	Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров	2	
	7	Формы работы с турагентами. Правила бронирования туров.	2	
	8	Методика организация рекламных туров.	2	
	9	Расчеты с турагентами. Агентские сети и франчайзинг	2	
	10	Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.	2	
	11	Правила расчетов с турагентами и способы их поощрения	2	2
	Практические занятия		10	
1	Разработка проекта агентского договора. Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран	2		

	2	<b>Разработка проекта договора комиссии.</b> Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионного вознаграждения	2
	3	<b>Разработка проекта договора поручения.</b>	2
	4	<b>Оформление бронирования услуг.</b> Работа с заявками на бронирование туруслуг	2
	5	<b>Ведение документооборота с использованием информационных технологий</b>	2
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1</b>			<b>153</b>
<p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).</p> <p>Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p>			
<p><b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Страны-поставщики и страны, принимающие туристов.</li> <li>2. Инклюзив-тур, интенсив-тур: основные отличия.</li> <li>3. Категории средств размещения.</li> <li>4. Международная классификация транспортных средств.</li> <li>5. Франкфуртская таблица штрафов.</li> <li>6. Каталог туроператора.</li> <li>7. Типы шенгенских виз.</li> <li>8. Проблемы развития туризма в документе ВТО «Программа действий XXI века».</li> <li>9. Сертификация туристских услуг.</li> <li>10. Международные организации, уделяющие внимание внедрению экологических методов управления туристскими предприятиями.</li> <li>11. Социальный туризм.</li> <li>12. Основные проблемы, связанные с развитием клубного отдыха в России.</li> <li>13. Самостоятельный туризм.</li> <li>14. Должностные обязанности работников туристской индустрии</li> </ol>			
<p><b>Тематика курсовых работ по разделу 1:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Планирование тура.</li> <li>2. Использование туристской документации в организации тура.</li> <li>3. Содействие туроператора в визовой поддержке тура.</li> <li>4. Использование программного туризма как основы современного туроперейтинга.</li> <li>5. Использование анимационных программ в программе обслуживания туристов.</li> <li>6. Разработка стратегии туристского предприятия.</li> <li>7. Создание привлекательного туристского продукта.</li> <li>8. Проектирование тура.</li> <li>9. Реализация требований, предъявляемых менеджеру туроперейтинга.</li> <li>10. Создание безопасного туристского продукта.</li> <li>11. Деятельность туристской фирмы по страхованию туристов.</li> <li>12. Организация обслуживания туристов.</li> <li>13. Организация выставочной деятельности в туризме.</li> <li>14. Использование каталога туроператора как основного носителя информации для продвижения турпродукта.</li> <li>15. Роль туристской фирмы в подготовке выезжающих за пределы РФ к выполнению туристских формальностей.</li> </ol>			<b>8</b>
<b>Промежуточная аттестация по МДК 03.01 в форме экзамена</b>			

Раздел 2 Технологии маркетинговых исследований в туризме		204	
МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме		136	
Тема 2.1 Организация и развитие туристского бизнеса	Содержание	20	
	1 Бизнес-планирование. Сущность и основные разделы бизнес-плана.	2	2
	2 Техника составления бизнес-плана. Организация финансовых отношений в туристской деятельности. Особенности экономического механизма в туризме Контрольная работа (входной контроль)	1	2
	3 План маркетинга. Основные направления маркетингового плана. Стратегия и тактика маркетинга.	1	
	4 Маркетинговый контроль. Процедура планирования маркетинга в туризме	2	2
	5 Прогнозирование спроса. Модели прогнозирования спроса.	2	2
	6 Целевой рынок туристских услуг. Понятие целевого рынка.	2	2
	7 Совместные целевые рынки туристских услуг в мире.	2	2
	8 Техника продаж турпродукта. Формирование рекламной политики. Этапы личной продажи.	2	2
	9 Комплекс маркетинговых коммуникаций. Специфика продвижения туруслуг.	2	2
	10 Стимулирование продаж туруслуг. Телефонный маркетинг. Интернет-маркетинг в туризме.	2	2
	11 Формирование ценовой политики в туризме. Сбытовая политика туристской организации. Формирование фирменного стиля турфирмы.	2	2
	Практические занятия	12	
	1 Составление бизнес-плана: юридический статус, название фирмы	2	
	2 Составление бизнес-плана: маркетинг и анализ рынка	2	
	3 Составление бизнес-плана: расчетная часть	2	
	4 Техника продаж турпродукта: определение целей и задач продвижения турпродукта на рынок	2	
	5 Построение сетевой модели продвижения турпродукта на рынок	2	
	6 Определение состава и структуры затрат	2	
	Тема 2.2 Маркетинг туризма	Содержание	50
1 Управление маркетингом. Стратегия маркетинга. Выбор целей и задач.		2	2
2 Основы маркетинга и методика проведения маркетинговых исследований.		2	2
3 Маркетинговые исследования туристского рынка.		2	2
4 Принятие маркетинговых решений в условиях нестабильности туристского рынка.		2	2
5 Процесс планирования маркетинга в сфере туризма.		2	2
6 Управление товарно-ценовой политикой турфирмы.		2	2
7 Управление каналами распределения товаров/услуг и их продвижением.		2	2
8 Сегментация рынка туристских услуг. Демографические и социально-экономические критерии сегментации туристского спроса системы «Евростиль». Методы сегментации.		2	2



	Основные приоритеты в выборе туристских услуг для разных социальных групп населения		
9	<b>Мотивационные, психологические критерии сегментации туристского спроса.</b> Мотивационные критерии сегментации рынка иностранного туризма.	2	2
10	<b>Целевые рынки – рынки транспортных услуг.</b>	2	2
11	<b>Поведенческие стереотипы туристов.</b>	2	2
12	<b>Маркетинговые коммуникации в туристской деятельности.</b> Коммуникационная политика в туризме.	2	2
13	<b>Современное состояние и развитие маркетинговых коммуникаций.</b>	2	2
14	<b>Основные элементы маркетинговых коммуникаций.</b>	2	2
15	<b>Коммуникационный комплекс.</b> Реклама. Виды рекламного продукта.	2	2
16	<b>Продвижение туристского продукта на рынке.</b> Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов.	2	2
17	<b>Паблик рилейшнз.</b>	2	2
18	<b>Персональные продажи.</b> Контрольная работа (оперативный контроль)	1 1	2
19	<b>Организация встреч и инсентив-путешествий.</b>	2	2
20	<b>Рынок делового туризма.</b> Техника проведения рекламной кампании	2	2
21	<b>Внутренний маркетинг.</b> Понятие, содержание и концепция внутреннего маркетинга туризма в России.	2	2
22	<b>Задачи и стратегии маркетинга.</b> Маркетинговое исследование туристского рынка.	2	2
23	<b>Производственная культура как одна из составляющих внутреннего маркетинга.</b> Служба маркетинга туристских предприятий.	2	2
24	<b>Маркетинговый подход к управлению кадрами.</b> Доведение маркетинговых информации до служащих. Система поощрений. Контрольная работа (рубежный контроль)	1 1	2
25	<b>Организация и контроль исполнения туристских услуг.</b>	2	2
	<b>Практические занятия</b>	<b>32</b>	
1	<b>Разработка мотивационных и психологических критериев сегментации туристского спроса в России.</b> Анализ и выявление наиболее доступного и перспективного для принимающей турфирмы мотивационный сегмент туристских путешествий по России на избранном рынке	2	
2	<b>Разработка критериев сегментации туристского спроса в Краснодарском крае.</b>	2	
3	<b>Этапы выбора целевого рынка</b>	2	
4	<b>Основные сегменты потребительского рынка туруслуг</b>	2	
5	<b>Разработка коммуникационной стратегии</b>	2	
6	<b>Разработка решений проблемной ситуации</b>	2	
7	<b>Анализ коммуникационной стратегии</b>	2	
8	<b>Сегментация рынка выбранного продукта</b>	2	
9	<b>Разработка коммуникационного комплекса для конкретной турфирмы</b>	2	
10	<b>Позиционирование туристского продукта на российском рынке</b>	2	

	11	<b>Выбор средства политики продвижения в отношении турпродукта</b>	2	
	12	<b>Эффективное использование средства политики продвижения</b>	2	
	13	<b>Разработка производственной культуры турфирмы</b>	2	
	14	<b>Корпоративная культура как стиль ведения бизнеса</b>	2	
	15	<b>Культура поведения персонала предприятий индустрии гостеприимства</b>	2	
	16	<b>Этика делового общения персонала турфирмы</b>	2	
<b>Тема 2.3 Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации</b>		<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
	1	<b>Субъект рынка иностранного туризма в Российской Федерации. Туристская принимающая фирма (рецептив).</b>	2	2
	2	<b>Основные виды деятельности и функции принимающей фирмы</b>	2	2
	3	<b>Анализ условий развития иностранного туризма в Российской Федерации. Выбор и изучение зарубежных туристских рынков. Зарубежные партнеры российских принимающих туристских фирм.</b>	2	2
	4	<b>Продвижение российского туристского продукта на зарубежных рынках Каналы розничной продажи российского туристского продукта на зарубежных рынках</b>	1	2
		<b>Практические занятия</b>	<b>6</b>	
	1	<b>Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации</b>	2	
	2	<b>Разработка туристского продукта</b>	2	
	3	<b>Продвижение российского туристского продукта на зарубежных рынках</b>	2	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2</b>			<b>68</b>	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.				
<b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b>				
1. Рынок в экономическом смысле.				
2. Маркетинг в туризме.				
3. Эволюция маркетинга.				
4. Отрицательные характеристики маркетинга XIX – начала XX в.				
5. Международные туристские организации, в которые входит Россия на сегодняшний день.				
6. Основные принципы маркетингового исследования.				
7. Сущность бенчмаркетинга как одного из инструментов маркетинга и менеджмента.				
8. Формирование эксперт-групп и фокус-групп.				
9. Национальные, экономические и исторические факторы, повлиявшие на то, что самая распространённая скидка в России – за объем покупки.				
10. Необходимость PR для туристских компаний.				
<b>Тематика курсовых работ по разделу 2:</b>			<b>8</b>	
1. Исследование среды маркетинга туристского предприятия.				
2. Маркетинговые исследования туристского рынка.				

3. Маркетинговые исследования туристского продукта.		
4. Маркетинговые исследования конкурентов.		
5. Маркетинговая ценовая стратегия туристского предприятия.		
6. Маркетинговая продуктовая стратегия туристского предприятия.		
7. Особенности пропаганды и рекламы в сфере туризма.		
8. Виды и средства рекламы в туризме.		
9. Бизнес-план создания туристского предприятия.		
<b>Промежуточная аттестация по МДК 03.02 в форме дифференцированного зачета</b>	<b>1</b>	
<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>	<b>180</b>	
<b>Виды работ</b>		
- проведение маркетинговых исследований и создание базы данных по туристским продуктам;		
- планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета;		
- предоставление сопутствующих услуг;		
- расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта;		
- взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта;		
- работа с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;		
- планирование рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках.		
<b>Промежуточная аттестация по ПМ.03 в форме экзамена квалификационного</b>		
<b>Всего</b>	<b>843</b>	

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов - турагентской и туроператорской деятельности.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинетов:

**Турагентской и туроператорской деятельности:** комплект учебно-методической документации, наглядные пособия, комплект бланков технологической документации, учебные фильмы, мультимедийные презентации.

Технические средства обучения: компьютер, средства мультимедиа.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которая проводится концентрированно.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест: компьютер, принтер, сканер, модем (спутниковая система), программное обеспечение общего и профессионального назначения, туристская документация (бланки путевок ТУР-1, договор реализации турпродукта и др.), каталоги, рекламные проспекты, флипчарт, интерактивная доска с проектором.

### 4.2. Информационное обеспечение обучения

**Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

1. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности., Косолапов А.Б.: учебное пособие, 6-е изд., стер., М.: КНОРУС, 2016, 294 с. – (СПО).
2. Любавина Н.Л. Технология и организация туроператорской деятельности, (4-е изд.) учебное пособие, Москва, Академия, 2019.
3. Акентьева С.И. Организация туристской индустрии, Москва, Академия, 2020 ([www.academia-moscow.ru](http://www.academia-moscow.ru))
4. Маркетинг туризма., Кнышова Е.Н.: учебное пособие, М.: ИД «Форум»: ИНФРА-М, 2015, 352 с. (Профессиональное Образование) ISBN 9785160031415

#### **Журналы**

1. Журнал «Маркетинг», 2016
2. Журнал «Маркетинг», 2017
3. Журнал «Маркетинг», 2018
4. Журнал «Маркетинг», 2019

В качестве информационного обеспечения при изучении модуля рекомендуется регулярное использование обновляющихся Интернет-ресурсов:

- <http://www.rostourunion.ru/>
- <http://unwto.org/>
- <http://www.ratanews.ru/>
- <http://www.russiatourism.ru/>
- <http://tourlib.net/>
- <http://www.turbooks.ru/>
- <http://www.astravel.ru/>
- <http://www.academia-moscow.ru/>

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

Занятия проводятся в учебных кабинетах, оснащенных необходимым учебным, методическим, информационным и программным обеспечением.

В преподавании используются лекционные и практические занятия, информационно-коммуникационные технологии, метод проектов, игровые, практикоориентированные технологии.

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах.

Производственная практика должна осуществляться в соответствующих профильных организациях (в туристических фирмах).

Освоению данного модуля предшествует изучение дисциплин математического и общего естественнонаучного цикла: ЕН.02 География туризма и профессионального цикла ОП.02 Организация туристской индустрии, ОП.04 Безопасность жизнедеятельности, МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта, МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности.

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

**Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:** должны иметь высшее профессиональное образование, соответствующие профилю модуля, должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

**Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:**

Инженерно-педагогический состав: должны иметь высшее профессиональное образование по профилю модуля, должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года, к образовательному процессу должны быть привлечены работники предприятий туризма (турагентств).

Мастера: среднее профессиональное образование (по специальности «Туризм») или высшее профессиональное образование и дополнительная подготовка в области теории и практики туризма.

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

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 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильность выбора метода проведения маркетинговых исследований</li> <li>- правильность использования техники проведения рекламной кампании</li> <li>- точность и скорость сбора данных</li> <li>- грамотность общения с клиентами и поставщиками услуг</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Решение ситуационных задач</li> <li>Решение ситуационных задач</li> <li>Решение ситуационных задач</li> <li>Решение ситуационных задач</li> <li>Защита отчета по производственной практике</li> </ul>
ПК 3.2 Формировать туристский продукт	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обоснованность выбора методики составления программ туров</li> <li>- точность и грамотность работы со справочными и информационными материалами</li> <li>- правильность выбора методов анализа результатов деятельности на выставках</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Решение ситуационных задач</li> <li>Решение ситуационных задач</li> <li>Решение ситуационных задач</li> </ul>
ПК 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильность выбора методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания</li> <li>- правильность методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Решение ситуационных задач</li> <li>Оценка выполнения задания на производственной практике</li> <li>Решение ситуационных задач</li> </ul>
ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильность выбора методики создания агентской</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Защита практической работы</li> </ul>

реализации и продвижению туристского продукта	сети - правильность выбора методики организации рекламных туров - точность и грамотность оформления организационно-правовой документации	Защита практической работы Защита отчета по производственной практики
---	--	--

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.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области продвижения и реализации турпродуктов; - оценка эффективности и качества выполнения	
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области продвижения и реализации турпродуктов - аргументированность принятия решения в производственной ситуации	
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные	
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной	- умение использовать компьютерную технику в профессиональной деятельности	

деятельности.		
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной работы	
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- демонстрация процесса самообучения - глубина анализа тенденций развития туристской индустрии	

Личностные результаты:

Код и наименование личностных результатов, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ЛР1-12 <sup>1</sup>	<i>Выполнение работ в соответствии с установленными регламентами</i>	<i>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</i>

<sup>1</sup> В ходе оценивания могут быть учтены личностные результаты.



## Рецензия

На рабочую программу профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг по специальности 43.02.10 Туризм, выполненную преподавателем Турилиной Н.С.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее - ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.10 Туризм/ 43.00.00 Сервис и туризм, утвержденного приказом МОН РФ от 07.05.2014 №474, зарегистрированного Минюстом РФ (регистрационный №32806 от 19.06.2014.)

В результате изучения программного материала обучающиеся овладевают знаниями и умениями по вопросам: оформления документов для консульств, страховых полисов, ведения документооборота с использованием информационных технологий, использования каталогов и ценовых приложений, предоставления информации турагентам по рекламным турам, видам рекламного продукта, правил работы на выставках, с базами данных, основ маркетинга и методики проведения маркетинговых исследований.

Программа состоит из двух разделов, которые детально проработаны, содержат необходимые сведения об основных компетенциях, требованиях к знаниям, условиях реализации профессионального модуля. Значительное количество часов отведено на самостоятельную работу студентов. В том числе предусмотрено выполнение двух курсовых работ по актуальной тематике. В программе приведен обширный перечень учебной литературы, периодических изданий и интернет-источников. Объем часов на выполнение практических работ свидетельствует о практической направленности программы профессионального модуля.

Тематика практических занятий соответствует требованиям подготовки выпускника по специальности и содержанию рабочей программы. Практические занятия позволяют студентам приобрести навыки 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.

Программа изложена доступным языком, в деловом стиле, с применением терминологии соответствующей данному профессиональному модулю.

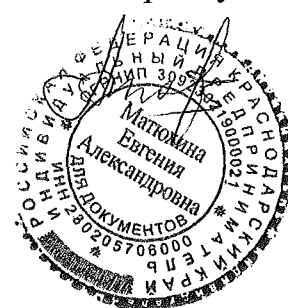
Содержание рабочей программы соответствует современному уровню развития науки, техники и производства, т.к. её освоение подразумевает использование современных учебных пособий, периодических изданий и интернет-ресурсов. Рекомендуется более детально описать самостоятельную работу студентов.

Программа может быть рекомендована для обучения студентов профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг в других профессиональных образовательных учреждениях.

Заключение:

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг может быть использована для обеспечения основной (профессиональной) образовательной программы по специальности 43.02.10 Туризм.

Рецензент Богачева Анна Алексеевна, менеджер по туризму, ИП Матюхина Е.А., квалификация по диплому специалист по сервису и туризму



## Рецензия

На рабочую программу профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг по специальности 43.02.10 Туризм, выполненную преподавателем Турилиной Н.С.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее - ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.10 Туризм/ 43.00.00 Сервис и туризм, утвержденного приказом МОН РФ от 07.05.2014 №474, зарегистрированного Минюстом РФ (регистрационный №32806 от 19.06.2014.)

В результате изучения программного материала обучающиеся овладевают знаниями и умениями по вопросам: осуществления маркетинговых исследований, использования их результатов при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами, работы на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; работы с запросами клиентов, составления программ туров для российских и зарубежных клиентов, методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания, правил бронирования туров, техники эффективного делового общения, протокола и этикета.

Программа состоит из двух разделов, которые детально проработаны, содержат необходимые сведения об основных компетенциях, требованиях к знаниям, условиях реализации профессионального модуля. В рамках изучения данных разделов предусмотрено выполнение двух курсовых работ по актуальной проблемной тематике. Значительное количество часов отведено на самостоятельную работу студентов. В программе приведен обширный перечень учебной литературы, периодических изданий и интернет-источников. Объем часов на выполнение практических работ свидетельствует о практической направленности программы профессионального модуля.

Тематика практических занятий соответствует требованиям подготовки выпускника по специальности и содержанию рабочей программы. Практические занятия позволяют студентам приобрести навыки проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам, предоставления сопутствующих услуг.

Программа изложена доступным языком, в деловом стиле, с применением терминологии соответствующей данному профессиональному модулю.

Содержание рабочей программы соответствует современному уровню развития науки, техники и производства, т.к. её освоение подразумевает использование современных учебных пособий, периодических изданий и интернет-ресурсов. Рекомендуется более детально описать самостоятельную работу студентов.

Программа может быть рекомендована для обучения студентов

профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг в других профессиональных образовательных учреждениях.

Заключение:

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг может быть использована для обеспечения основной (профессиональной) образовательной программы по специальности 43.02.10 Туризм.

Рецензент Макеева В.Н., директор турагентства «Mango», квалификация по диплому бакалавр по направлению подготовки «Туризм»

