



С.В. Авдашкевич

«30» августа 2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
профессионального модуля  
**ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ**

Специальность СПО: *43.02.10 Туризм*  
Программа подготовки: *базовая*  
Форма обучения: *очная, заочная*  
Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ: *основное общее образование*  
Профиль получаемого профессионального образования: *социально-экономический*

**Согласование с работодателем:**

Наименование организации	Должность	Подпись	ФИО
<i>ООО «Европа-Тур»</i>	<i>ген. директор</i>	 <i>«Европа-Тур»</i>	<i>Тимофеева Е.Н.</i>

Разработчик (и)

Путрова А.С.

преподаватель

ОБСУЖДЕНО

на заседании ПЦК 43.02.10 Туризм

«29» августа 2017 г., протокол № 1

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	4
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	6
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	7
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	17
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	18

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## 1.1. Область применения рабочей программы

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

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

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

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

## 1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля<sup>1</sup>:

С целью овладения указанным видом 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;

<sup>1</sup> Требования к результатам освоения профессионального модуля указываются в соответствии с ФГОС. Требования к результатам освоения профессионального модуля, добавленные за счет часов вариативной части ППСЗ, отмечаются символом «\*».

- 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;
- налаживать контакты с иностранными принимающими компаниями\*;
- использовать эффективные методы общения с иностранными организациями\*;
- оформлять документы для заключения договоров финансового обеспечения туроператорской деятельности\*;
- налаживать контакты с гостиничными, транспортными предприятиями, местами питания и экскурсионными компаниями\*;
- бронировать услуги необходимые при планировании программ турпоездок\*;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты\*.

**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 турпоездок;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами;
- требования российского законодательства к правилам осуществления туроператорской деятельности\*;
- правила бронирования туруслуг\*;
- основные формы работы туроператора с гостиничными, транспортными предприятиями, местами питания и экскурсионными компаниями\*;

- планирование программ турпоездок\*;
- специфику эффективного делового общения, протокол и этикет\*;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований\*.

В рамках рабочей программы используются следующие активные и интерактивные формы проведения занятий: метод «мозгового штурма», мультимедиа-презентация, проблемная лекция, учебная дискуссия.

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

всего – 492 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 384 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 256 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 128 часов;

производственной практики (по профилю специальности) – 108 часов.

*заочная форма обучения*

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 78 часов;

самостоятельной работы обучающегося - 306 часов;

производственной практики (по профилю специальности) - 108 часов.

Распределение часов, добавленных за счет вариативной части ППССЗ, представлено в Приложении 1.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности предоставление туроператорских услуг, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями<sup>2</sup>:

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.

<sup>2</sup> Требования к результатам освоения профессионального модуля указываются в соответствии с ФГОС. Требования к результатам освоения профессионального модуля, добавленные за счет часов вариативной части ППССЗ, отмечаются символом «\*».

ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

##### 3.1.1. Очная форма обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов**	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, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Раздел 1 ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	216	144	20	20	72	-	-	
	Раздел 2 ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	168	112	24	-	56	-	-	
	Всего	492	256	44	20	128	-	-	108

##### 3.1.2. Заочная форма обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов**	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, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4	Раздел 1 ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	270	54	12	20	162	-	-	54
	Раздел 2 ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	222	24	6	-	144	-	-	54
	Всего	492	78	18	20	306	-	-	108

\* Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной (по профилю специальности) практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

\*\* Максимальная учебная нагрузка и практики



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

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов								Уровень освоения <sup>3</sup>
		Очная форма				Заочная форма				
		Всего	в том числе			Всего	в том числе			
ЛЗ	ПЗ + ЛР + КР		СР	ЛЗ	ПЗ + ЛР + КР		СР			
Раздел 1 ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг		492	192	64	128	492				
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности		216	104	40	72	216	22	32	162	
Раздел 1.1. Основы организации туроператорской деятельности		44	22	6	16	44	6	3	35	
Тема 1.1.1. Понятие и виды деятельности туроператора	<b>Содержание учебного материала</b>	10	4	2	4	10	2	1	7	1,2
	Понятия туроператорская деятельность и туроператор. Возникновение туроперейтинга. Основная задача деятельности туроператора. Туроператор в роли производителя туристских продуктов и в роли оптового дилера туристских услуг. Основные различия между туроператором и турагентом.		4				2			
	<b>Практические занятия</b> Анализ ресурсов выбранной дестинации.			2				1		
Тема 1.1.2. Виды, типы и функции туроператоров	<b>Содержание учебного материала</b>	14	8	2	4	14	2	1	11	1,2
	Классификация туроператоров по виду деятельности и по месту деятельности. Понятие и деятельность аутгоинговых, инкаминговых и инсайд – туроператоров. Типы аутгоинговых туроператоров. Инициативные и рецептивные туроператоры. Функции туроператоров.		8				2			
	<b>Практические занятия</b> Анализ деятельности туроператоров и их классификация.			2				1		
Тема 1.1.3. Нормативно – правовая база осуществления туроператорской деятельности	<b>Содержание учебного материала</b>	20	10	2	8	20	2	1	17	1,2
	Федерального закона «Об основах туристской деятельности в РФ» № 132-ФЗ от 24.11.1996. Закон РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 07.02.1992. Финансовое обеспечение при		10				2			

<sup>3</sup> 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).

	<p>осуществлении туроператорской деятельности. Договор страхования гражданской ответственности туроператора. Банковская гарантия исполнения обязательств туроператора. Размер финансового обеспечения для различных видов туроператорской деятельности. Срок действия финансового обеспечения. Объединение туроператоров в сфере выездного туризма. Требования к членству туроператора в объединении туроператоров в сфере выездного туризма. Реестр туроператоров. Внесение и исключение сведений о туроператоре в реестр.</p>									
	<p><b>Практические занятия</b>  Заклучение договора страхования гражданской ответственности туроператора.  Заклучение договора о предоставлении банковской гарантии исполнения обязательств по договору о реализации туристского продукта.</p>			2				1		
<b>Раздел 1.2. Формирование туристского продукта</b>		<b>102</b>	<b>54</b>	<b>10</b>	<b>38</b>	<b>102</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>86</b>	
<b>Тема 1.2.1. Понятие туристский продукт и документационное обеспечение его разработки</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	20	12	2	6	20	2	1	17	2,3
	<p>Понятие туристский продукт в деятельности туроператора. Потребительские свойства туристского продукта. Структура туристского продукта. Набор технологической документации для разработанного туристского продукта. Технологическая карта туристского путешествия. График загрузки туристского предприятия группами туристов. Информационный листок к путевке туристского путешествия.</p>		12				2			
	<b>Практические занятия</b>			2				1		
	<p>Оформление технологической документации тура.</p>									
<b>Тема 1.2.2. Проектирование тура и программы обслуживания</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	30	16	2	12	30	2	1	27	2,3
	<p>Понятие тур и программа обслуживания. Турпакет. Особенности разработки индивидуальных и групповых туров. Преимущества и недостатки инклюзив-туров. Этапы разработки тура. Составление программы обслуживания туристов в зависимости от цели путешествия. Составление оптимальных программ обслуживания туристов с учетом расположения объектом размещения, питания, экскурсионных объектов и т.д. Работа гида и экскурсовода с группой. Классы обслуживания туристов. Составление</p>		16				2			

	договорного плана тура. Временная шкала для новой программы инициативного туроператора.									
	<b>Практические занятия</b> Разработка программы обслуживания для российских туристов в Санкт-Петербурге. Разработка программы обслуживания для иностранных туристов в Санкт-Петербурге. Разработка программы тура по Ленинградской области. Разработка программы автобусного тура по Европейским странам. Разработка программы авиа тура (страна по выбору).			2				1		
<b>Тема 1.2.3. Расчет себестоимости турпакета и определение цены туристского продукта</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	32	16	4	12	32	4	1	27	2,3
	Себестоимость туристского продукта. Структура себестоимости туристского продукта. Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Прямые и косвенные расходы. Калькуляция тура. Затраты по реализации тура. Прибыль туроператора. Расчет окончательной цены туристского продукта. Факторы, влияющие на формирование цены продажи. Критическая точка рентабельности.		16				4			
	<b>Практические занятия</b> Расчет стоимости программы обслуживания для российских туристов в Санкт-Петербурге. Расчет стоимости программы обслуживания для иностранных туристов в Санкт-Петербурге. Расчет стоимости программы тура по Ленинградской области. Расчет стоимости программы автобусного тура по Европейским странам. Расчет стоимости программы авиа тура (страна по выбору).			2						
	<b>Лабораторные работы</b> Оформление с использованием технических средств программы тура по России и расчет его стоимости (регион по выбору).			2				1		
<b>Тема 1.2.4. Туристские формальности в туроператорской деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	20	10	2	8	20	2	1	17	1,2
	Виды визовых режимов и правила пересечения границы. Виды виз. Работа с посольскими и консульскими службами. Оформление документов при работе с консульскими учреждениями и государственными организациями. Правила оформления туристского приглашения и регистрации в РФ иностранным гражданам.		10				2			

	Взаимоотношения туроператора и страховых компаний.									
	<b>Лабораторные работы</b> Особенности оформления виз российским гражданам, направляющимся за рубеж. Оформление регистрации иностранным гражданам. Оформление страхового полиса.			2				1		
<b>Раздел 1.3. Организация работы между туроператором и партнерскими организациями</b>		<b>50</b>	<b>28</b>	<b>4</b>	<b>18</b>	<b>50</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>41</b>	
<b>Тема 1.3.1. Сотрудничество туроператора с гостиничными, транспортными предприятиями, местами питания и экскурсионными компаниями</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	28	16	2	10	28	2	1	25	2,3
	Схемы сотрудничества туроператора и предприятий размещения. Аренда гостиницы. Приобретение блоков комнат на условиях комитмента и элотмента. Безотзывное бронирование. Приоритетное бронирование. Повешенная комиссия. Работа по разовым заявкам. Формы сотрудничества туроператоров и предприятий питания. Договорные отношения туроператора с гостиницами и предприятиями питания. Взаимоотношения туроператора и транспортных предприятий. Бронирование авиабилетов. Договор на квоту мест на регулярных авиарейсах. Жесткий и мягкий блок. Агентское соглашение с авиакомпанией. Договор чартера. Организация работы туроператора с предприятиями железнодорожного и автомобильного транспорта. Правила перевозки туристов при автобусном туре. Сотрудничество туроператора с судовладельцами. Фрахт-контракт. Договорные отношения туроператора с экскурсионными организациями и музеями. Экскурсионная программа обслуживания.		16				2			
	<b>Практические занятия</b> Деятельность менеджера туроператорской фирмы по заключению соглашений с поставщиками услуг размещения. Заключение соглашений между туристской фирмой и авиаперевозчиками. Договор с автотранспортным предприятием.			2				1		
<b>Тема 1.3.2. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	11	6	1	4	11	2	1	8	2
	Заключение договоров между иностранными компаниями. Основные условия договора согласно международным нормам. Схема сотрудничества между инициативным и рецептивным туроператором. Важные моменты		6				2			

	при заключении договора о сотрудничестве, вытекающие из специфики отрасли и законодательных требований иностранных государств.										
	<b>Практические занятия</b> Заключение договора с иностранной meet-компанией.			1				1			
<b>Тема 1.3.3.</b> <b>Правила организации работы и решение возникающих проблем с партнерскими организациями</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	11	6	1	4	11	2	1	8	2,3	
	Проблемы, возникающие во время тура и меры их устранения. Правила бронирования туристских услуг. Практика делового общения и переписки.		6				2				
	<b>Практические занятия</b> Анализ ситуаций, возникающих во время тура. Техника написания делового письма			1				1			
Курсовая работа (проект) <b>Примерная тематика курсовых работ (проектов)</b> 1. Разработка и продвижение культурно - познавательного тура в Италию. 2. Разработка и продвижение культурно - познавательного тура в Индию. 3. Разработка и продвижение экскурсионного тура в Португалию. 4. Разработка и продвижение культурно - познавательного тура в Китай. 5. Разработка и продвижение конгресс - тура в г. Сочи. 6. Разработка и продвижение спортивного тура в г. Барселону. 7. Разработка и продвижение инсентив - тура в Краснодарский край. 8. Разработка и продвижение инсентив - тура в Чехию. 9. Разработка и продвижение событийного тура в Санкт-Петербург. 10. Разработка и продвижение образовательного тура в Российскую Федерацию. 11. Разработка и продвижение образовательного тура в Китай. 12. Разработка и продвижение образовательного тура в Германию. 13. Разработка и продвижение гастрономического тура в Грецию. 14. Разработка и продвижение гастрономического тура в Армению. 15. Разработка и продвижение гастрономического тура в Испанию. 16. Разработка и продвижение шоп - тура в Италию. 17. Разработка и продвижение рекламного тура в Санкт-Петербург. 18. Разработка и продвижение экологического тура по Ленинградской области. 19. Разработка и продвижение гастрономического тура по Российской Федерации. 20. Разработка и продвижение приключенческого тура по Южной Африки. 21. Разработка и продвижение экскурсионного тура для школьных групп по Тульской области. 22. Разработка и продвижение познавательного тура по Рязанской области. 23. Разработка и продвижение экскурсионного тура по Орловской области. 24. Разработка и продвижение специализированного тура			20	20		20		20			

<p>по Костромской области.</p> <p>25. Разработка и продвижение культурно – познавательного тура по Калужской области.</p> <p>26. Разработка и продвижение экскурсионного тура для групп иностранных туристов по Владимирской области.</p> <p>27. Разработка и продвижение историко – патриотического тура для детей по Белгородской области.</p> <p>28. Разработка и продвижение делового тура по Свердловской области.</p> <p>29. Разработка и продвижение этнографического тура по Республике Тыва.</p> <p>30. Разработка и продвижение экологического тура по Республике Бурятия.</p> <p>31. Разработка и продвижение экскурсионного тура по Архангельской области.</p> <p>32. Разработка и продвижение культурно – развлекательного тура для детей по Вологодской области.</p> <p>33. Разработка и продвижение познавательного тура по Калининградской области.</p> <p>34. Разработка и продвижение событийного тура по Псковской области.</p> <p>35. Разработка и продвижение культурно – познавательного тура по Республике Татарстан.</p> <p>36. Разработка и продвижение этнографического тура по Чукотскому автономному округу.</p> <p>37. Разработка и продвижение культурно – познавательного тура по Хабаровскому краю.</p> <p>38. Разработка и продвижение экологического тура Сахалинской области.</p> <p>39. Разработка и продвижение специализированного тура по Якутии.</p> <p>40. Разработка и продвижение познавательного тура по Приморскому краю.</p> <p>41. Разработка и продвижение историко – патриотического тура по Волгоградской области.</p> <p>42. Разработка и продвижение автобусного тура в Республику Беларусь.</p> <p>43. Разработка и продвижение культурно – познавательного тура в Грузию.</p> <p>44. Разработка и продвижение свадебного тура на Сейшельские острова.</p> <p>45. Разработка и продвижение культурно – познавательного тура на Кубу.</p> <p>46. Разработка и продвижение свадебного тура в Италию.</p> <p>47. Разработка и продвижение развлекательного тура для молодежи в Турцию.</p> <p>48. Разработка и продвижение культурно – познавательного тура в Республику Молдова.</p> <p>49. Разработка и продвижение экологического тура в Турцию.</p> <p>50. Разработка и продвижение спортивного тура по Республике Башкортостан.</p> <p>51. Разработка и продвижение этнографического тура в г. Казань.</p> <p>52. Разработка и продвижение экологического тура по Российской Федерации.</p> <p>53. Разработка и продвижение гастрономического тура в Грузию.</p> <p>54. Разработка и продвижение культурно-познавательного тура в Тайланд.</p>									
<p><b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг МДК 03.01</b></p>	72			72	162				162

<b>Технология и организация туроператорской деятельности</b> <i>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</i>										
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров.</li> <li>• Мониторинг предложений туроператоров.</li> <li>• Анализ и корректировка программы тура (по выбору).</li> <li>• Разработка текста продвижения туристского продукта.</li> <li>• Анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг.</li> <li>• Изучение основ делового этикета сотрудников туристской фирмы.</li> <li>• Сбор и анализ информации в информационных источниках, таких как каталоги, ценовые предложения.</li> <li>• Составление программ обслуживания для различных категорий туристов.</li> <li>• Калькуляция оптимальной программы тура.</li> <li>• Разработка договорного плана тура (по выбору).</li> <li>• Выявление и анализ сведений, подлежащих указанию в таможенной декларации.</li> <li>• Сравнительной характеристики поощрения покупок tax free и duty free.</li> <li>• Изучение сведений, содержащихся в таможенном кодексе.</li> <li>• Сбор документов на оформление визы.</li> <li>• Оформление рабочего места менеджера турфирмы.</li> <li>• Разбор и анализ ситуаций, связанных некачественным предоставлением туристских услуг</li> </ul>										
<b>Раздел 2 ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг</b>		168				168				
<b>МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме</b>		168	88	24	56	168	18	6	144	
<b>Раздел 2.1. Организация маркетинговой деятельности в туризме</b>		106	58	18	30	106	12	3	91	
<b>Тема 2.1.1. Основы маркетинга и специфика организации маркетинговых исследований в туризме</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	38	24	6	8	38	6	1	31	1,2
	Понятие маркетинг. Зарождение маркетинга в туристской сфере. Функции маркетинга в туризме. Концепция маркетинга в туризме. Уровни маркетинга в сфере туризма. Принципы маркетинга. Технология реализации концепции маркетинга в туристской фирме. Сущность и задачи маркетинговых исследований. Правила, процедуры и формы организации маркетинговых исследований. Исследование среды маркетинга туристской фирмы. Маркетинговые исследования туристского рынка, туристского продукта, конкурентов и потребителей туристских услуг.		24				6			
<b>Тема 2.1.2. Туристская реклама в</b>	<b>Практические занятия</b>			6				1		
	Анализ конкретных ситуаций в маркетинге туризма. Составление анкеты для проведения опроса. Устный опрос по пройденной теме.									
<b>Тема 2.1.2. Туристская реклама в</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	38	20	8	10	38	4	1	33	1,3
	Особенности рекламы в сфере		20				4			

<b>комплексе маркетинга туроператора</b>	туризма. Характеристика рекламного процесса. Виды рекламного продукта. Проведение рекламной кампании. Рекламные исследования. Определение целей рекламы. Принятие решения о рекламном обращении. Выбор средств распространения рекламы. Разработка рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной кампании. Формирование содержания и выбора дизайна рекламных материалов.										
	<b>Практические занятия</b> Разработка элементов фирменного стиля туристской фирмы. Составление рекламного обращения. Разработка проекта рекламного буклета, визитки туристской фирмы.			6					1		
	<b>Контрольные работы</b> Проведение письменной проверочной работы по темам 2.1.1 и 2.1.2.			2							
<b>Тема 2.1.3. Выставочная деятельность в работе туроператора</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	30	14	4	12	30	2	1	27	1,3	
	Характеристика выставочных мероприятий. Процесс участия туроператора в работе выставки. Оформление выставочного стенда. Стендист и особенности его работы на выставке.		14					2			
	<b>Практические занятия</b> Деловая игра «Проведение туристской выставки».			4					1		
<b>Раздел 2.2. Особенности организации работы туроператора с турагентами</b>		<b>62</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>26</b>	<b>62</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>53</b>		
<b>Тема 2.2.1. Работа с турагентами по продвижению и реализации туристского продукта</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	22	12	2	8	22	2	1	19	2,3	
	Основные формы работы с турагентами. Причины работы туроператора с большим количеством турагентов. Процедура поиска и выбора агентов. Содержание агентских договоров. Классификация агентов по степени зависимости от туроператора. Свободные и несвободные агентства. Полномочия, предоставляемые туроператором турагентству. Каталоги туроператора и методика работы с ними.		12					2			
	<b>Практические занятия</b> Деловая игра «Проведение семинара для турагентов» (направление по выбору)			2					1		
<b>Тема 2.2.2. Стимулирование активности туристских агентств</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	22	10	2	10	22	2	1	19	2,3	
	Агентские сети. Стратегии создания агентских сетей. Способы стимулирования турагентов. Материальный и нематериальный способ поощрения турагентов.		10					2			



	Правила расчетов с турагентами. Организация рекламных туров.										
	<b>Практические занятия</b> Разработка программы рекламного тура для турагентов.			2				1			
<b>Тема 2.2.3.</b> <b>Нормы общения с иностранными клиентами и агентами</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	18	8	2	8	18	2	1	15	1,3	
	Техника делового общения. Протокол и этикет. Специфика общения с иностранными клиентами. Методы общения с клиентами на русском и иностранном языках.		8				2				
	<b>Практические занятия</b> Семинар на тему «Протокол и этикет в общении с иностранными партнерами».			2				1			
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ 03.</b> <b>Предоставление туроператорских услуг МДК 03.02.</b> <b>Маркетинговые технологии в туризме</b> <i>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</i> 1. Систематическая проработка конспектов лекций, учебной и специальной туристской литературы, подготовка к тестовому контролю, выполнение домашних заданий. 2. Разработка текста и слайдов презентации туристского продукта (по выбору). 3. Анализ договора реализации туристского продукта (по выбору). 4. Основные направления маркетинговых исследований. 5. Разработка программы маркетинговых исследований. 6. Изучение конкурентов туристских предприятий Санкт-Петербурга. 7. Разработка маркетинговой стратегии турфирмы. 8. Разработка текста рекламного обращения. 9. Примеры использования маркетинга на туристских предприятиях мира и России. 10. Написание реферативной работы на тему: «Деловой этикет и протокол». 11. Проработка теории мотивации А. Маслоу. Примеры использования теории мотивации А. Маслоу в жизни человека. 12. Разработка слоганов для туристских фирм.		56			56	144			144		
<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b> <i>Виды работ:</i> • Составление программы туров по России и за границу; • Анализ и решение проблем, возникающих во время тура; • Расчет себестоимости турпакета; • Определение полной стоимости туристского продукта; • Оформление калькуляции тура; • Заполнение информационного листа к туристскому путешествию; • Оформление заявки на туристское обслуживание; • Оформление документов для консульств, регистрации иностранным гражданам, страховых полюсов; • Заполнение договоров с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, транспортными предприятиями, музеями и т.д.); • Посещение специализированных выставок с целью сбора информации; • Работа с запросами клиентов, в том числе и иностранных; • Консультирование турагентов по туристским продуктам;		108				108					

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Формирование турагентской сети;</li> <li>• Подготовка презентации по маркетинговому продвижению туристского продукта;</li> <li>• Осуществление маркетинговых исследований рынка туристских услуг;</li> <li>• Проведение анализа деятельности других туристских компаний;</li> <li>• Создание структуры маркетинговых исследований туристского рынка;</li> <li>• Разработка различных методов поощрения турагентов;</li> <li>• Расчет для турагентов комиссионного вознаграждения;</li> <li>• Разработка проекта агентского договора;</li> </ul>									
<b>Всего:</b>	<b>492</b>	<b>192</b>	<b>64</b>	<b>128</b>	<b>492</b>	<b>40</b>	<b>38</b>	<b>306</b>	

#### 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

###### МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности

Кабинет турагентской и туроператорской деятельности;

Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма),  
№ 500, СПб, Рижский пр., д. 26, Лит. Б

###### **Оборудование:**

Персональный компьютер, проектор, доска, экран, плакаты, карты, стенды, столы, стулья, шкаф, программное обеспечение: Microsoft Office, РАРУС 1С "УПРАВЛЕНИЕ отелем", Консультант-Плюс, Гарант

Лаборатория информационно- коммуникационных технологий № 414 СПб, Рижский пр., д. 26, Лит. Б

###### **Оборудование:**

Персональные компьютеры, столы, стулья, доска, экран программное обеспечение: Microsoft Office, РАРУС 1С "УПРАВЛЕНИЕ отелем", АМАДЕУС - учебный терминал, Консультант-Плюс, Гарант, Само-турагент, (договор на учебную версию системы для туроператоров).

###### МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме

Кабинет маркетинга; Кабинет междисциплинарных курсов

№ 403 СПб, Рижский пр., д. 26, Лит. Б

Персональный компьютер, проектор, доска, плакаты, стенды, столы, стулья, программное обеспечение: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, Консультант-Плюс, Гарант

## 4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение

### МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности

#### Основная литература:

Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебное пособие для СПО / В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 165 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02282-7.

Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия : учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 336 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04589-5.

Коленько, С. Г. Менеджмент в социально-культурной сфере : учебник и практикум для СПО / С. Г. Коленько. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-6326-7.

#### Дополнительная литература:

Жукова, М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2014. — 200 с.

Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности (для сеузов). [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2014. — 296 с.

Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях. [Электронный ресурс] / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2015. — 416 с.

### МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме

#### Основная литература:

Маркетинговые исследования : учебник для СПО / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 315 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5368-8.

Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для СПО / Н. П. Реброва. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 277 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2.

Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 213 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3.

#### Дополнительная литература:

Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01582-9.

Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 325 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1.

Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6.

#### Периодические издания

1. Географический вестник [Электронный ресурс] : журнал. — Режим доступа: e.lanbook.com.
2. Маркетинг и маркетинговые исследования [Электронный ресурс] : журнал. — Режим доступа: grebennikon.ru.
3. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : журнал. — Режим доступа: grebennikon.ru.
4. Сервис в России и за рубежом [Электронный ресурс] : журнал. — Режим доступа: elibrary.ru.
5. Современные гуманитарные исследования [Электронный ресурс] : журнал. — Режим доступа: elibrary.ru.

6. Современные проблемы сервиса и туризма [Электронный ресурс] : журнал. – Режим доступа: elibrary.ru.
7. Туризм и гостеприимство [Электронный ресурс] : журнал. – Режим доступа: elibrary.ru.

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы:**

1. ЭБС «Юрайт» (<http://biblio-online.ru>)
2. ЭБД «Издательский дом «Гребенников» (<http://grebennikon.ru/>)
3. ЭБС «Айбукс.ру» ([www.ibooks.ru](http://www.ibooks.ru))
4. ЭБС «Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
5. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (<http://biblioclub.ru>)
6. Архив научных журналов НЭИКОН (<http://arch.neicon.ru>)
7. ЭБС СПбУТУиЭ (<http://libume.ru/jirbis/>)
8. Информационно-справочная правовая система Консультант Плюс (<http://www.consultant.ru>)
9. Научная электронная библиотека elibrary.ru ([elibrary.ru](http://elibrary.ru))
10. Научная электронная библиотека «Киберленинка» ([cyberleninka.ru](http://cyberleninka.ru))
11. справочная правовая система Гарант (<http://www.garant.ru>)

#### **Информационные ресурсы в сети «Интернет»:**

1. Hotelline: портал гостиничного бизнеса (<http://www.hotelline.ru/>)
2. Все о туризме: образовательный туристический портал (<http://tourlib.net>)
3. Всемирная туристская организация (UNWTO) (<http://www.unwto.org/index.php>)
4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru>)
5. Российский союз туриндустрии (<http://www.rostourunion.ru>)
6. Русское географическое общество (<http://www.rgo.ru>)
7. Федеральное агентство по туризму (<https://www.russiatourism.ru>)
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru>)

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

Занятия проводятся в учебных кабинетах и лабораториях, оснащенных необходимым учебным, методическим, информационным, программным обеспечением. Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением.

Производственная практика (по профилю специальности) проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся, в соответствии с программой практики.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) является получение необходимых знаний в рамках профессионального модуля.

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

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам) и осуществляющих руководство практикой: наличие высшего образования, соответствующее профилю преподаваемого модуля; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

Преподаватели должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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.	Оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований; - качество организации и проведения сбора данных - качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований	Оценка в рамках текущего контроля: <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов работы на практических занятиях;</li> <li>• результатов выполнения индивидуальных домашних заданий;</li> <li>• результатов тестирования.</li> </ul> Оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий	Оценка в рамках текущего контроля: <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов работы на практических занятиях;</li> <li>• результатов выполнения индивидуальных домашних заданий;</li> <li>• результатов тестирования.</li> </ul> Оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта	Оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по	Эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и	Оценка в рамках текущего контроля: <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов работы на практи-</li> </ul>

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
реализации и продвижению туристского продукта.	продвижению туристского продукта; подготовка электронной презентации тура; разработка качественного рекламного продукта, оценка эффективности программы продвижения; разработка фирменного стиля туристской фирмы	ческих занятиях; <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов выполнения индивидуальных домашних заданий;</li> <li>• результатов тестирования.</li> </ul> Оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики

<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	Наличие положительных отзывов по итогам практики. Участие в студенческих научно-практических конференциях.	Наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике. Наблюдение и оценка активности студента при проведении учебно-воспитательных мероприятий профессиональной направленности
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач. Точность, правильность и полнота выполнения профессиональных задач.	Наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач,	Оперативность поиска и использования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. Широта использования раз-	Наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
профессионального и личностного развития	личных источников информации, включая электронные	производственной практике.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Оперативность и точность осуществления профессиональных задач с использованием общего и специализированного программного обеспечения	Наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике. Наблюдение и оценка использования студентом информационных технологий при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной тематики
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Коммуникабельность при взаимодействии с обучающимися, преподавателями и руководителями практики в ходе обучения	Наблюдение и оценка коммуникативной деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике. Наблюдение и оценка использования студентом коммуникативных методов и приёмов при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной тематики

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчинённых), результат выполнения заданий	<p>Ответственность за результат выполнения заданий.</p> <p>Способность к самоанализу и коррекции результатов собственной работы.</p>	<p>Наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях при работе в малых группах, при выполнении работ по производственной практике.</p> <p>Наблюдение и оценка уровня ответственности студента при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной тематики.</p> <p>Наблюдение и оценка динамики достижений студента в учебной и общественной деятельности</p>
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Способность к организации и планированию самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	<p>Наблюдение и оценка использования студентом методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике.</p> <p>Наблюдение и оценка использования студентом методов и приёмов личной организации при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной тематики.</p> <p>Наблюдение и оценка динамики достижений студента в учебной и общественной деятельности</p>
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности	Наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике.



## Распределение часов вариативной части

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Требования к результатам освоения профессионального модуля, включая дополнительные требования	Распределение часов вариативной части		
		Очная форма		Заочная форма
		Максимальная учебная нагрузка (всего)	Обязательная учебная нагрузка (всего)	Максимальная учебная нагрузка (всего)
ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	<p>знать:</p> <p>требования российского законодательства к правилам осуществления туроператорской деятельности; правила бронирования туруслуг; основные формы работы туроператора с гостиничными, транспортными предприятиями, местами питания и экскурсионными компаниями; планирование программ турпоездки; специфику эффективного делового общения, протокол и этикет;</p> <p>уметь:</p> <p>налаживать контакты с иностранными принимающими компаниями; использовать эффективные методы общения с иностранными организациями; оформлять документы для заключения договоров финансового обеспечения туроператорской деятельности; налаживать контакты с гостиничными, транспортными предприятиями, местами питания и экскурсионными компаниями; бронировать услуги необходимые при планировании программ турпоездки.</p>	48	32	48
ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	<p>знать:</p> <p>основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;</p> <p>уметь:</p> <p>обрабатывать информацию и анализировать результаты.</p>	30	20	30
Всего		78	52	78