

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

по специальности 43.02.10 Туризм

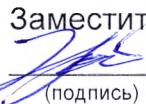
Тюмень 2020

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм (базовой подготовки), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07 мая 2014г. № 474., стандартами Ворлдскиллс Россия по компетенции «Туризм», Функциональной картой по специальности

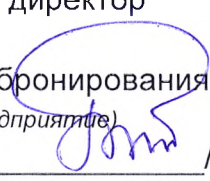

Разработчик: В.Ю. Батурин, к.э.н., доцент, преподаватель первой квалификационной категории

Одобрено
на заседании ПЦК ИКиМ
Протокол № 10 от 28 мая 2020г.
Председатель ПЦК


(подпись) Н.А. Шарипова

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора

(подпись) Н.В. Бочанова

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор
(должность)
ООО "Центр бронирования БУКИТ"
(организация/предприятие)


/  /
2020 г.



СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	19
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	21

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения рабочей программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм (базовой подготовки) в части освоения основного вида деятельности: Предоставление туроператорских услуг и соответствующих профессиональных компетенций:

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

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. 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

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;

работать с запросами клиентов;

оформлять документы;

рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;

работать с агентскими договорами;

составлять программы туров и турпакетов в Тюменском регионе

работать с информационными и справочными материалами;

составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;

использовать каталоги и ценовые приложения;

работать с заявками на бронирование туруслуг;

организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг

проводить маркетинговые исследования на территории Тюменской области с учетом региональных особенностей

проводить рекламные кампании по продвижению турпродуктов Тюменского региона.

знать:

виды рекламного продукта;

правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;

способы обработки статистических данных;

методы работы с базами данных;

правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;

методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;

основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;

правила бронирования туруслуг;

основные правила и методику составления программ 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;

методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;

планирование программ турпоездок;

способы устранения проблем, возникающих во время тура;

основные правила и методику составления программ туров;

техники эффективного делового общения, протокол и этикет;

специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами;

планирование программ турпоездок;

основные правила и методику составления программ туров;

правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;

методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;

экскурсионные объекты Тюменской области;

объекты размещения и питания в Тюменской области;

виды рекламного продукта;

методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;

основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося – **558** часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **288** часов;

- самостоятельной работы обучающегося – **126** часа;

- курсовая работа – **20** часов;

- учебной практики – **72** часа;

- производственной практики (по профилю специальности) – **72** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, часов)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1-3.4	МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	252	180	98		72	20		
ПК 3.1-3.4	МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме	162	108	66		54			
	Учебная практика	72						72	-
	Производственная практика (по профилю специальности)	72							72
	Всего:	558	288	164		126	20	72	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю 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
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности			180	
Раздел 1 Формирование туристского продукта			38	
	Содержание		4	
Тема 1.1. Способы обработки статистических данных			2	1
Тема 1.1.1. Методы статистики и обработки данных	1	Способы сбора и обработки данных в отрасли.	2	1
	2	Методы статистики и обработки данных		
	3	Методики и сущность расчета социально-экономических показателей в туризме.		
Тема 1.1.2. Анализ данных, для решения задач в туризме	1	Анализ данных, необходимых для решения экономических задач в туризме		
	2	Анализ данных, необходимых для решения социальных задач в туризме		
	3	Общая схема анализа		
	Практические занятия			
	1	Практическая работа № 1. Применение методов статистики к обработке данных	4	
	2	Практическая работа № 2. Анализ обработки информации и анализ результатов. Анализ деятельности малого предприятия	2	
Тема 1.2. Методы работы с базами данных			4	
Тема 1.2.1. Базы данных. Виды баз данных	1	Базы данных.	2	1
	2	Виды баз данных		
Тема 1.2.2. Управление базами данных в туризме	1	Система управления базами данных.	2	1
	2	Управление базами данных в туризме		
Тема 1.3. Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту			6	
Тема 1.3.1. Методика работы с материалами по страноведению	1	Методика работы с информационными материалами по страноведению	2	3
	2	Методика работы со справочными материалами по страноведению		
	3	Методика работы с информационными материалами по регионоведению		
Тема 1.3.2. Методика	1	Методика работы со справочными материалами по видам размещения	2	3

работы с материалами по местам размещения	2	Методика работы с информационными материалами по местам размещения и питания		
	3	Методика работы с информационными материалами по видам размещения и питания		
Тема 1.3.3. Методика работы с материалами по экскурсионным объектам	1	Методика работы со справочными и информационными материалами по экскурсионным объектам	2	3
	2	Методика работы с информационными материалами по транспорту		
	3	Методика работы со справочными материалами по транспорту		
	Практические занятия		6	
	1	Практическая работа № 3. Анализ методики работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению	2	
	2	Практическая работа № 4. Анализ работы с информационными и справочными материалами по местам и видам размещения и питания	2	
	3	Практическая работа № 5. Анализ работы с информационными и справочными материалами по экскурсионным объектам и транспорту	2	
Тема 1.4. Планирование программы турпоездов			8	1
Тема 1.4.1.Проектирование тура	1	Структура составления турпакетов	2	
	2	Требование к проектированию тура		
	3	Структура составления турпакетов с использованием иностранного языка		
Тема 1.4.2. Туристский продукт и пакет услуг	1	Туристский продукт и пакет услуг	2	3
	2	Требования к туристскому продукту и пакету услуг		
	3	Дополнительные услуги		
Тема 1.4.3. Основные и дополнительные услуги	1	Основные услуги	2	3
	2	Структура основных услуг		
	3	Структура дополнительных услуг		
Тема 1.4.4. Проектирование тура и программа обслуживания	1	Проектирование тура	2	3
	2	Требования к проектированию тура и программе обслуживания		
	3	Программа обслуживания		
	Практические занятия		8	
	1	Практическая работа № 6. Анализ составления турпакетов с использованием иностранного языка	2	
	2	Практическая работа № 7. Анализ получения дополнительных услуг	2	
	3	Практическая работа № 8. Анализ составления проекта тура и программы обслуживания	4	

	1	Самостоятельная работа № 1 Разработать туристский маршрут	4	
Раздел 2. Технология реализации и продвижения туристского продукта через турагентства			120	
Тема 2.1. Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров			8	
Тема 2.1.1. Агентская сеть	1	Агентская сеть	2	1
	2	Принципы агентской сети		
	3	Методика создания агентской сети		
	4.	Специфика создания агентской сети		1
Тема 2.1.2. Документооборот в туристской деятельности	1	Документооборот в туристской деятельности	2	3
	2	Понятие документооборота в туристской деятельности		
	3	Документооборот с использованием информационных технологий		
Тема 2.1.3. Агентские договора	1	Содержание агентских договоров	2	1
	2	Форс-мажорные обстоятельства в агентском договоре		
	3	Особенности заключение агентских договоров		
	4	Структура заключения агентских договоров		3
Тема 2.1.4. Заключение договоров	1	Порядок заключения гражданско-правовых договоров	2	3
	2	Порядок и исполнения гражданско-правовых договоров		
	Практические занятия		6	
	1	Практическая работа № 9. Анализ ведения документооборота с использованием информационных технологий	2	
	2	Практическая работа № 10. Анализ работы с агентскими договорами	2	
	3	Практическая работа № 11. Анализ заключения и исполнения гражданско-правовых договоров в Тюменском регионе	2	
	1	Самостоятельная работа № 2 <i>Сформировать тур.</i>	4	
Тема 2.2. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта			20	
Тема 2.2.1. Технологии в туристском бизнесе	1	Понятие технологии в туристском бизнесе	2	1
	2	Автоматизация деятельности туристских фирм		
	3	Технологии в туристском бизнесе		
Тема 2.2.2. Реализация туристского продукта	1	Реализация туристского продукта	2	3
	2	Формирование туристского продукта		
	3	Продвижение туристского продукта		

Тема 2.2.3. Ценовые предложения	1	Каталоги в туристском бизнесе	2	3
	2	Ценовые предложения		
	3	Онлайн предложения в туристском бизнесе		
Тема 2.2.4. Рекламные туры	1	Рекламные туры для турагентов	2	3
	2	Рекламные туры в туристском бизнесе		
	3	Технологии рекламных туров		
Тема 2.2.5. Реализация тур.продуктов	1	Контроль за реализацией туристских продуктов	2	3
	2	Послепродажное обслуживание		
	3	Реализация тур.продуктов		
Тема 2.2.6. Рекламная политика	1	Разработка рекламной политики	2	
	2	Рекомендации при планировании рекламной политики		
	3	Планирование рекламной политики		
Тема 2.2.7. Продвижение турпродукта	1	Продвижения турпродукта	2	
	2	Нестандартные приемы продвижения турпродукта		
	3	Спонсорство, благотворительность		
Тема 2.2.8. Онлайн бронирование	1	Повышение технологичности туроператора	2	2
	2	Повышение технологичности туроператора для привлечения турагента		
	3	Онлайн бронирование		
Тема 2.2.9. Оплата турпродукта	1	Оплата турпродукта.	2	
	2	Круглосуточная поддержка клиентов ТА		
Тема 2.2.10. Взаимоотношение туроператора с турагентами	1	Технологии взаимоотношений туроператора с турагентами	2	1
	2	Ответственности сторон при заключении договоров о реализации туристских продуктов		
	3	Ответственности сторон при заключении договоров об оказании туристских услуг		
	Практические занятия		12	
	1	Практическая работа № 12. Анализ налаживания контактов с торговыми представительствами других регионов и стран	2	
	2	Практическая работа № 13. Анализ использования каталогов и ценовых приложений	2	
	3	Практическая работа № 14. Анализ консультирования партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта	2	
	4	Практическая работа № 15. Содержание информации, предоставляемой турагентам по рекламным турам	2	
	5	Практическая работа № 16. Организация контроля за реализацией туристских продуктов и послепродажным обслуживанием, выполнением туроператором	2	

		обязательств по заключенным договорам		
	6	Практическая работа № 17. Анализ обеспечения заключения договоров о реализации туристских продуктов, оказании туристских услуг	2	
	1	Самостоятельная работа № 3 <i>Оценить экономическую эффективность тура.</i>	2	
Тема 2.3. Правила расчетов с турагентами и способы их поощрения.				
Тема 2.3.1. Правила расчета с турагентами	1.	Правила расчета с турагентами. Условия расчета с турагентами	2	1
	2	Специфика комиссионных вознаграждений		
	3	Не выплата комиссионных вознаграждений		
	Практические занятия		4	
	1.	Практическая работа № 18. Анализ использования различных методов поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение		
	1.	Самостоятельная работа № 4 Проанализировать статистику туристских доходов и расходов.	4	
Тема 2.4. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями			2	
Тема 2.4.1 Оформление визовых документов	1.	Документы для консульств, оформление регистрации иностранных граждан Отказ в оформлении регистрации иностранных граждан	2	3
	2.	Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями		1
	3.	Правила оформления документов при работе с государственными организациями		1
	4.	Правила оформления документов при работе со страховыми компаниями		3
	Практические занятия		4	
	1.	Практическая работа № 19. Анализ оформления документов для консульств, регистрация иностранных граждан	2	
	2.	Анализ оформления страховых полисов	2	
	1.	Самостоятельная работа № 5 Проанализировать статистику туристских потоков.	4	
Тема 2.5. Правила бронирования туров			4	
Тема 2.5.1. Бронирование туров	1.	Правила бронирования туров.	2	3
	2	Виды бронирования туров		
	3	Бронирование туров		
Тема 2.5.2. Бронирование других видов услуг	1.	Бронирование проездных билетов	2	3
	2	Продажа проездных билетов		

	3	Бронирование мест в гостиницах Тюменской области		
		Практические занятия	8	
	1.	Практическая работа № 20. Работа с заявками на бронирование туруслуг	2	
	2.	Практическая работа № 21. Анализ проведения бронирования и продажи проездных билетов, бронированием мест в гостиницах Тюменской области	2	
	3.	Практическая работа № 22. Проведение деловой игры: «Бронирование тура для иностранных туристов в Тюменской области»	4	
		Самостоятельная работа № 6.	2	
	1.	Оформить документы для получения общегражданских и специальных заграничных паспортов.		
	2.	Самостоятельная работа № 7. Оформить визовый запрос.	1	
	3.	Самостоятельная работа № 8. Оформить ваучеры.	1	
Тема 2.6. Способы устранения проблем, возникающих во время тура			4	
Тема 2.6.1. Проблемы во время тура	1.	Проблемы во время тура	2	3
	2.	Способы решения проблем, возникающих во время тура		
	3.	Проблемы, возникающие во время тура		
Тема 2.6.2. Конфликты в организации	1.	Конфликты в организации	2	1
	2.	Способы решения конфликтов		
	3.	Способы решения конфликтов в организации		
		Практические занятия	2	
	1.	Практическая работа № 23. Анализ и решение проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы		
	1.	Самостоятельная работа № 9. Сформировать сбытовую сеть.	4	
	2.	Самостоятельная работа № 10. Подобрать партнеров по сбыту.	4	
	3.	Самостоятельная работа № 11. Оформить агентское соглашение.	2	
Тема 2.7. Техника эффективного делового общения, протокол и этикет			2	
Тема 2.7.1. Эффективные методы общения	1.	Эффективные методы общения с клиентами на русском языке		2
	2.	Эффективные методы общения с клиентами на иностранном языке		
	3.	Особенности проведения переговоров с иностранными партнерами		
		Практические занятия	2	
	1.	Практическая работа № 24. Использование эффективных методов общения с		

		клиентами на русском и иностранном языках		
Тема 2.8. Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами			2	
Тема 2.8.1. Этикет в туристской деятельности	1.	Соблюдение протокола и этикета в туристской деятельности		2
	2	Основные аспекты работы в туристской деятельности		
	3	Аспекты работы, которые регулируются этикетом		
	1	Самостоятельная работа № 12. Разработать рекламу туристского продукта.	2	
	2	Самостоятельная работа № 13. Сформировать план продвижения туристского продукта на выставке.	4	
	3	Самостоятельная работа № 14. Разработать мероприятия по стимулированию продажи и пропаганды туристского продукта.	4	
Тема 2.9. Технология разработки нового маршрута			20	
	Практические занятия			
	1	Практическая работа № 25. Разработка и обоснование концепции нового маршрута	4	
	2	Практическая работа № 26. Отбор регионов в соответствии с маршрутом, объектов показа в соответствии с заданной темой	8	
	3	Практическая работа № 27. Определение оптимальности схемы маршрута	4	
	4	Практическая работа № 28. Оформление технологической карты маршрута	4	
Тема 2.10. Программный туризм			8	
	Практические занятия			
	1	Практическая работа № 29. Составление программы обслуживания для определённых групп туристов	4	
	2	Практическая работа № 30. Составление программ туров и турпакетов в Тюменском регионе	4	
Тема 2.11. Технология разработки турпродукта			12	
	Практические занятия			
	1	Практическая работа № 31. Разработка турпродукта для определенной категории туристов	6	
	2	Практическая работа № 32. Разработка массового турпродукта	6	
	1	Самостоятельная работа № 15. Сформулировать направления совершенствования статистики международного туризма.	10	

	2	Самостоятельная работа № 16. Разработать дополнительный пакет услуг.	6	
		Самостоятельная работа № 17. Разработать программу обслуживания.	6	
Примерная тематика курсовых работ (проектов)			20	
1. Сущность и содержание маркетинговых технологий в туризме 2. Концепция маркетинга в туризме 3. Содержание и направления маркетинговых исследований в туризме 4. Система маркетинговой информации 5. Исследование среды маркетинга туристской компании 6. Маркетинговые исследования туристского рынка 7. Формирование маркетинговой стратегии 8. Маркетинговая ценовая стратегия туристской компании 9. Маркетинговая сбытовая стратегия туристской компании 10. Маркетинговая коммуникационная стратегия 11. Организация и контроль маркетинга туристской компании 12. Международный туристский маркетинг 13. Нормативно-правовые основы маркетинговых технологий в туризме 14. Инновационные методы проведения маркетинговых исследований в туризме 15. Специфика проведения рекламной компании в турфирме 16. Перспективы развития маркетинга индустрии туризма в России 17. Смысл и назначение комплексного маркетингового исследования 18. Этапы осуществления маркетингового исследования 19. Виды маркетинговых исследований. Их характеристика 20. Технология разработки брендовой компании турфирмы 21. Обоснование составляющих маркетинг-микса туристского предприятия 22. Контроль в маркетинге туризма. 23. Обеспечение качества и конкурентоспособности туристского товара. 24. Маркетинговый подход к ценообразованию и ценовой политикой туристского предприятия. 25. Определение уровня конкурентоспособности туристской продукции на рынке услуг 26. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций предприятия. 27. Эффективность маркетинговых решений в деятельности туристского предприятия 28. Бизнес-план и его связь с программой маркетинга. 29. Особенности маркетинга в различных сферах туристской деятельности. 30. Международный маркетинг в деятельности предприятия.				
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме. Раздел Маркетинговые технологии в туризме			108	
Тема 3.1. Виды рекламного продукта			6	

Тема 3.1.1. Виды рекламного продукта	1.	Введение	2	1
	2	Понятие рекламы		2
	3	Виды рекламного продукта		2
	4	Классификация рекламного продукта		2
Тема 3.1.2. Тенденции развития рекламы	1	Современные тенденции развития рекламы	2	3
	2	Современные тенденции развития рекламы в туристической фирме		
Тема 3.1.3. Специфика развития рекламы	1	Специфика развития рекламы	2	2
	2	Специфика развития рекламы в России		
	Практические занятия		8	
	1	Практическая работа № 33. Анализ спроса на реализуемые туристские продукты, потребности покупателей и заказчиков туристских услуг Тюменского региона	4	
	2	Практическая работа № 34. Выбор оптимальных online и offline инструментов продвижения	4	
	1.	Самостоятельная работа № 18. Сбор информации о сформировавшемся спросе на виды туристического продукта	2	
	2.	Самостоятельная работа № 19. Ознакомление с требованиями к маркетологу	2	
	3.	Самостоятельная работа № 20. Анализ тенденций развития рынка туристических услуг	1	
	4.	Самостоятельная работа № 21. Проведение оценки факторов внешней среды на конкретном примере	1	
Тема 3.2. Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках			6	
Тема 3.2.1. Дизайн рекламных материалов	1	Методика формирования содержания дизайна рекламных материалов	2	1
	2	Выбор дизайна рекламных материалов		2
Тема 3.2.2. Выставочная деятельность	1	Специфика выставочной деятельности	2	1
	2	Правила работы на выставках		2
Тема 3.2.3. Анализ выставочной деятельности	1	Методы анализа результатов деятельности на выставках	2	3
	2	Анализ проведения выставочной деятельности		2
	Практические занятия		4	
	1.	Практическая работа № 35. Анализ работы на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации		

	1.	Самостоятельная работа № 22. Проведение анализа методов изучения спроса на конкретном примере	2	
	2.	Самостоятельная работа № 23. Выделение факторов, влияющих на потребительские предпочтения	2	
	3.	Самостоятельная работа № 24. Разработка анкеты	2	
	4.	Самостоятельная работа № 25. Проведение сбора информации по изучаемой проблеме	2	
Тема 3.3. Основы маркетинга и методика проведения маркетинговых исследований			10	
Тема 3.3.1. Основы маркетинга	1	Основы маркетинга	2	1
	2	Основные понятия в маркетинге туризма		2
Тема 3.3.2. Маркетинговые исследования	1	Маркетинговые исследования и их специфика	2	3
	2	Методика проведения маркетинговых исследований		2
Тема 3.3.3. Методики маркетинга	1	Теория и методики маркетинга туристских продуктов	2	2
	2	Виды маркетинговых исследований		2
Тема 3.3.4. Конъюнктура рынка туристских услуг	1	Конъюнктура рынка	2	2
	2	Конъюнктура рынка туристских услуг		
	3	Конъюнктура рынка туристских услуг Тюменской области		
Тема 3.3.5. Сегментация рынка	1	Сегментация рынка	2	2
	2	Сегментация рынка туруслуг		
	3	Сегментация рынка туруслуг Тюменской области		
	Практические занятия		20	
	1	Практическая работа № 36. Анализ осуществления маркетинговых исследований	4	
	2	Практическая работа № 37. Использование результатов исследований при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами	2	
	3	Практическая работа № 38. Проведение анализа деятельности туркомпаний Тюменской области	4	
	4	Практическая работа № 39. Проведение маркетингового исследования на территории Тюменской области с учетом региональных особенностей	6	
	5	Практическая работа № 40. Маркетинговые исследования Тюменских туробъединений	4	

	1.	Самостоятельная работа № 26. Проведение анализа методов изучения спроса на конкретном примере	2	
	2.	Самостоятельная работа № 27. Выделение факторов, влияющих на потребительские предпочтения	2	
	3.	Самостоятельная работа № 28. Разработка анкеты	1	
	4.	Самостоятельная работа № 29. Проведение сбора информации по изучаемой проблеме	1	
	5.	Самостоятельная работа № 30. Проведение анализа собранной информации по конкретной проблеме	2	
	6.	Самостоятельная работа № 31. Разработка рекомендаций по устранению конкретной проблемы	2	
Тема 3.4. План маркетинга туроператорской компании			8	
Тема 3.4.1. Анализ маркетинговой ситуации	1	Анализ текущей маркетинговой ситуации.	4	
	2	Определение цели продвижения турпродуктов.		
	3	Выбор целевого сегмента.		
Тема 3.4.2. Планирование маркетинговых мероприятий.	1	Планирование маркетинговых мероприятий.	4	
	2	Поддержка продаж.		
	3	Планирование рекламы.		
	Практические занятия		12	
	1	Практическая работа № 41. Разработка план-графика маркетинговых мероприятий по продвижению турпродукта	4	
	2	Практическая работа № 42. Соотнесение этапов реализации программы продвижения с бюджетом рекламной кампании	4	
	3	Практическая работа № 43. Определение ценовой и статусной характеристики турпродукта	4	
	1.	Самостоятельная работа № 32. Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг и оценка их деятельности Тюменской области	4	
	2.	Самостоятельная работа № 33. Проведение сегментирования рынка турпродукта	2	
	3.	Самостоятельная работа № 34. Формирование ассортимента предоставляемых услуг	2	
	4.	Самостоятельная работа № 35. Проведение анализа конкурентоспособности турпродукта	2	
Тема 3.5. Техника проведения рекламной компании			4	
Тема 3.5.1. Сущность рекламной компании	1.	Сущность и понятие рекламной компании	2	1
	2	Анализ проведения рекламной компании		1

Тема 3.5.2. Проведение рекламной компании	1.	Техника проведения рекламной компании	2	3
	2	Специфика проведения рекламной компании		1
	Практические занятия		8	
	1	Практическая работа № 44. <i>Проведение рекламной компании туристской фирмы г. Тюмени</i>	8	
	1.	Самостоятельная работа № 36. Создание потребительских предпочтений в заданных ситуациях	5	
	2.	Самостоятельная работа № 37. Разработка рекламной кампании по продвижению турпродукта на конкретном примере.	5	
Тема 3.6. Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов			8	
Тема 3.6.1. Дизайна рекламы	1	Понятие дизайна рекламы	2	2
	2	Подборка материалов для дизайна рекламы туристского предприятия		2
Тема 3.6.2. Дизайн рекламных материалов	1	Методика формирования содержания дизайна рекламных материалов	2	2
	2	Выбор дизайна рекламных материалов		2
Тема 3.6.3. Брендсовая политика	1	Брендсовая политика	2	2
	2	Брендсовая политика туристского предприятия		
Тема 3.6.4. Брендсовая политика туристского предприятия	1	Брендсовая политика туристского предприятия	2	2
	2	Анализ брендсовой политики туристского предприятия		
	Практические занятия		14	
	1	Практическая работа № 45. <i>Анализ содержания дизайна рекламы туристского продукта Тюменской области</i>	4	
	2	Практическая работа № 46. <i>Анализ проектирования рекламных буклетов туристского продукта</i>	4	
	3	Практическая работа № 47. <i>Содержание формирования и реализации бренда туристской организации Тюменской области</i>	6	
	1	Самостоятельная работа № 36. Проведение оценки рекламы на конкретном примере	4	
	2	Самостоятельная работа № 37. Изучение примеров использования антимаркетинга в России	2	
	3	Самостоятельная работа № 38. Посещение специализированных выставок, ярмарок.	2	
	4	Самостоятельная работа № 39. Проведение оценки работы компаний, участвующих в специализированных выставках.	2	
Учебная практика			72	

Виды работ 1. Ознакомление с требованиями к специалисту по туризму 2. Проведение оценки факторов внешней среды на конкретном примере 3. Проведение анализа методов изучения спроса на конкретном примере 4. Выделение факторов, влияющих на потребительские предпочтения 5. Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг и оценка их деятельности 6. Проведение сегментирования рынка турпродукта 7. Проведение анализа конкурентоспособности турпродукта 8. Проведение оценки рекламы на конкретном примере 9. Проведение презентаций рекламной компании 10. Технология работы на выставках 11. Расчет стоимости турпакетов 12. Анализ каталогов и ценовых приложений 13. Определение цены турпродукта. Проведение анализа расчета показателей		
Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ 1. Прохождение инструктажа по технике безопасности. 2. Ознакомление с правилами оформления отчета по практике. 3. Получение индивидуального задания. 4. Формирование у студентов системные знания в сфере туроператорской деятельности 5. Дать представление студентам об основных тенденциях в области организации и управления туроператорской деятельности 6. Раскрыть на примере практики реального предприятия особенности и проблемы организации и управления туристическими организациями – туроператором 7. Определить место и роль туроператора в рыночной экономики 8. Знать понятийно-категориальный аппарат в области туроперейтинга и турагентской деятельности 9. Определить функциональную структуру туроператора и турагентства 10. Определить сферы и виды деятельности специалиста в области туроперейтинга и агентской деятельности 11. Работа по организации маркетинговых исследований турфирмы 12. Сбор информации о деятельности организации 13. Оформление статистической отчетности. 14. Работа по организации маркетинговых исследований. 15. Ознакомление с планом работы по осуществлению маркетинговых исследований 16. Проведение исследования и анализ результатов маркетинговой политики турфирмы 17. Сбор данных при помощи тестирования и опроса 18. Определение цены турпродукта 19. Сопоставление конкурентной способности турфирмы 20. Сбор информации о работе туристской организации	72	

21. Разработка рекламной компании турфирмы		
Всего	558	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия:

- учебных кабинетов географии туризма, информационно-экскурсионной деятельности, турагентской и туроператорской деятельности.

Оборудование и оснащение:

Стол письменный -12, стул-24, стол преподавателя -1, стул преподавателя -1, моноблок, шкаф для документов -1, доска магнитно- меловая-1, флип-чарты - 3;

Учебно-методический комплекс УД, ПМ;

- лаборатории коммуникативных тренингов, учебной (тренинговой) фирмы по предоставлению туристических услуг (турфирма), учебного (тренингового) офиса.

Оборудование и оснащение:

Стойка администратора Отель-1 шт., телефон светлый корпус HA9988TSD, моноблок Lenovo 23" черный корпус-3 шт., Шкаф со стеклом бежевый-1 шт., парта светлая-10 шт., стулья серые -25 шт., телевизор "Sony"-1 шт., стол светлый -1 шт., стул преподавателя-1шт., МФУ лазерное цветное Canon LASER -1 шт., комплект мягкой мебели 4 кресла; 2 журнальных столика

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Гребенюк, Д. Г. Технологии продаж и продвижения турпродукта [Электронный ресурс]: учеб. пособ. для учреждений СПО /Д. Г. Гребенюк. – М.: Издат. центр «Академия», 2016. – 288 с. - <http://www.academia-moscow.ru>

2. Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; отв. ред. В. П. Нехорошков. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2018. - 205 с. - (Профессиональное образование). - www.biblio-online.ru.

3. Маркетинг [Текст]: учебник / под ред. В. П. Федько. - 2-е изд. – Москва : Инфра-М; Академ-центр, 2015. - 368 с.

4. Барышев А.Ф. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / А. Ф. Барышев. - 14-е изд., стер. – Москва : Академия, 2018. - 224 с.

Дополнительные источники:

5. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиничных и туристических комплексах [Текст]: учеб. / А. В. Сорокина. – Москва : Инфра-М., 2017. – 304 с.

Нормативно-правовые документы:

1. Об основах туристической деятельности в Российской Федерации: федер. закон РФ от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ // Российская газета. – 1996. – №231.

2. О защите прав потребителей: Закон Российской Федерации от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. от 04.06.2018 г.) // Российская газета. – 1992.

3. О миграционном учёте иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации: федер. закон РФ от 18 июля 2006 г. №109-ФЗ // Российская газета. – 1992. – № 156.

4. О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации:

федер. закон от 25 июля 2002 г. №115-ФЗ // Российская газета. – 2002. – № 140.

5. ГОСТ Р 53423-2009 Туристические услуги. Гостиницы и другие средства размещения. Термины и определения. – Введ. 2010-07-01. – М.: Стандартинформ, 2010

6. ГОСТ Р 54603-2011 Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу. – Введ. 2013-01-01. – М.: Стандартинформ, 2013

7. ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. – Введ. 2009-07-01. – М.: Стандартинформ, 2009

8. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения. – Введ. 2014-01-01. – М.: Стандартинформ, 2009

9. ГОСТ Р 50644-2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. – Введ. 2010-07-01. – М.: Стандартинформ, 2010.

Интернет ресурсы:

1. О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию [электронный ресурс]: федеральный закон от 15.08.1996 г (действующая редакция) № 114-ФЗ // режим доступа: справочно-правовая система Консультант Плюс.

2. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 № 1085 Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации (с изменениями) // режим доступа: справочно-правовая система Гарант.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия проводятся в учебных кабинетах и лабораториях техникума, оснащенных учебным, лабораторным, специализированным оборудованием, вычислительной техникой, необходимым комплектом программного обеспечения и информационно-образовательными ресурсами в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм.

Производственная практика проводится на предприятиях, соответствующих профилю подготовки обучающихся на основе договоров, заключаемых между организацией и техникумом под руководством преподавателей профессионального цикла и руководителей предприятий. Консультации проводятся преподавателями по утвержденному графику.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля и 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 лет.

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - разработка программы маркетингового исследования; - проведение маркетингового исследования, сбор, обработка информации; - разработка рекомендаций по востребованному туристскому продукту 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устные и письменные опросы, тестирование; - экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях; - выполнение самостоятельной работы; - экзамен (комплексный); - дифференцированный зачет по учебной и производственной практике. Экзамен по модулю
ПК 3.2 Формировать туристский продукт	<ul style="list-style-type: none"> - создание турпродукта на основе проведённых маркетинговых исследований; - планирование программы турпоездки; - соблюдение основных правил и методик составления туров 	
ПК 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - применение основных методик расчёта себестоимости турпакета; - разрабатывать правила расчётов с турагентами и способы их поощрения 	
ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - разработка предложений по продвижению туристского продукта на рынке турагентов; - разработка предложений по продаже туристского продукта 	

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	-демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов деятельности обучающихся через практические, самостоятельные (устные и письменные опросы), индивидуальные задания, промежуточной аттестации

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> -применение и выбор методов и способов решения профессиональных задач в области управления ассортиментом потребительских товаров; -обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач -демонстрация эффективности качества выполнения профессиональных задач 	Интерпретация результатов деятельности обучающихся через практические, самостоятельные (устные и письменные опросы), индивидуальные задания, промежуточной аттестации
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> -решение стандартных и нестандартных профессиональных задач возникающих в процессе товародвижения, приемки, обеспечению сохранности товаров; -анализ и контроль стандартных и нестандартных ситуаций; -проявление ответственности за принятое решение; 	Интерпретация результатов деятельности обучающихся через практические, самостоятельные (устные и письменные опросы), индивидуальные задания, промежуточной аттестации
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<ul style="list-style-type: none"> -эффективный поиск необходимой информации; -использование различных источников; -извлечение и анализ информации из различных источников; -применение найденной информации для решения профессиональных задач; 	Интерпретация результатов деятельности обучающихся через практические, самостоятельные (устные и письменные опросы), индивидуальные задания, промежуточной аттестации
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> -использование информационно-коммуникационных технологий в обеспечении товародвижения; -применение компьютерных навыков; -выбор компьютерной программы в соответствии с решаемой задачей; 	Интерпретация результатов деятельности обучающихся через практические, самостоятельные (устные и письменные опросы), индивидуальные задания, промежуточной аттестации
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<ul style="list-style-type: none"> -взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения 	Интерпретация результатов деятельности обучающихся через практические, самостоятельные (устные и письменные опросы),

		индивидуальные задания, промежуточной аттестации
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	-самоанализ и коррекция результатов собственной работы; -проявление ответственности за работу членов команды, результат выполнения заданий;	Интерпретация результатов деятельности обучающихся через практические, самостоятельные (устные и письменные опросы), индивидуальные задания, промежуточной аттестации
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	-организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; -планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня;	Интерпретация результатов деятельности обучающихся через практические, самостоятельные (устные и письменные опросы), индивидуальные задания
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	-анализ инновации в области разработки технологических процессов хранения, товародвижения, обеспечения сохранности, новых видов продукции; -использование новых решений и технологий для оптимизации профессиональной деятельности;	Интерпретация результатов деятельности обучающихся через практические, самостоятельные (устные и письменные опросы), индивидуальные задания