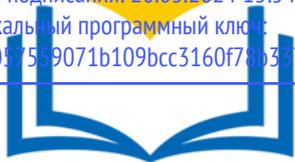


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ивлиев Тимур Юрьевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 20.03.2024 13:54:53  
Уникальный программный ключ:  
85c057559071b109bсс3160f78b337f0ba948b3c



109439, г. Москва, ул. Волгоградский проспект,  
дом 138, корпус 3

Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
**«Интерколледж»**  
(АНО ПО «Интерколледж»)

тел. 8 (495) 379-01-62  
Web-сайт: <http://intercollege.su/>  
e-mail: [info@intercollege.su](mailto:info@intercollege.su)

## **Рабочая программа профессионального модуля**

ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

---

МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта

---

МДК.01.02. Технология и организация турагентской деятельности

---

**Специальность 43.02.10 Туризм  
(базовая подготовка)**

Москва 2023

ОДОБРЕНА

Предметно-цикловой комиссией  
туристских дисциплин

Рабочая программа профессионального модуля  
разработана на основе Федерального государственного  
образовательного стандарта среднего  
профессионального образования по специальности  
43.02.10 Туризм

Протокол № 4  
от « 15 » декабря 20 23 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии  
туристских дисциплин

  
(Подпись)

А.И. Левина  
(Ф.И.О.)

Заместитель директора по учебно-  
методической работе

  
(Подпись)

О.В.Данилина  
(Ф.И.О.)

Составитель: \_\_\_\_\_ Левина А.И.  
Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, место работы

Рецензент: \_\_\_\_\_ Барсукова Н.А.  
Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, место работы

## Содержание

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование раздела</b>	<b>Стр.</b>
1	Паспорт рабочей программы профессионального модуля	4
2	Результаты освоения профессионального модуля	6
3	Структура и содержание профессионального модуля	7
4	Условия реализации рабочей программы профессионального модуля	16
5	Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (виды профессиональной деятельности)	18

# 1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Предоставление турагентских услуг является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **43.02.10 Туризм, укрупненная группа 43.00.00 Сервис и туризм**.

В части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): ПМ.01 Предоставление турагентских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.

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

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

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

ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.

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

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

### **иметь практический опыт:**

- выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;
- взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
- оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;
- оказания визовой поддержки потребителю;
- оформления документации строгой отчетности;

### **уметь:**

- определять и анализировать потребности заказчика;
- выбирать оптимальный туристский продукт;
- осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);
- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;
- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;
- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;
- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;
- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;
- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);

- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
- принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;
- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;

**знать:**

- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;
- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;
- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;
- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;
- технологии использования базы данных;
- статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;
- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;
- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;
- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;
- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;
- правила оформления деловой документации;
- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;
- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;
- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;
- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.

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

Всего	495	часов,
в том числе:		
максимальной учебной нагрузки обучающегося	351	часов,
включая:		
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося	234	часов;
самостоятельной работы обучающегося	117	часов;
учебной практики и производственной практики	144	часов;

## 2. Результаты освоения профессионального модуля

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

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 1.1.	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК 1.2.	Информировать потребителя о туристских продуктах.
ПК 1.3.	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК 1.4.	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
ПК 1.5.	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
ПК 1.6.	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
ПК 1.7.	Оформлять документы строгой отчетности.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

### 3. Структура и содержание профессионального модуля

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

Код профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практика)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Аудиторная учебная работа обучающегося (обязательные учебные занятия)			Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающегося,		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1-1.7	МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта	186	124	100	20	62	-		
ПК 1.1-1.7	МДК.01.02. Технология и организация турагентской деятельности	309	110	70	-	55	-	72	72
ПК 1.1-1.7	Учебная практика		-	-	-	-	-	72	-
ПК 1.1-1.7	Производственная практика (по профилю специальности)		-	-	-	-	-	-	72
	<b>Всего:</b>	<b>495</b>	<b>234</b>	170	20	<b>117</b>	-	<b>72</b>	<b>72</b>

**3.2 Содержание обучения профессионального модуля  
ПМ.01 Предоставление турагентских услуг**

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта</b>		<b>186</b>	
<b>Раздел 1. Система продвижения турпродукта</b>		<b>92</b>	
<b>Глава 1. Структура рекреационных потребностей.</b>		<b>4</b>	
	<b>Содержание</b>		
	1 Классификация и характеристика различных видов туристского продукта (турпакетов).	4	2
	2 Структура рекреационных потребностей.		2
<b>Глава 2. Методы изучения и анализ запросов потребителя турпродукта и туруслуг.</b>		<b>10</b>	
	<b>Содержание</b>		
	3 Направления исследований потребителей услуг.	4	2
	4 Модели психографического исследования потребителей турпродукта и туруслуг.		2
	<b>Практические занятия</b>		
	5 Модель AIO/	6	3
	6 Модель VALS.		3
	7 Система «Евростиль»		3
<b>Глава 3. Классификация групп клиентов турфирмы.</b>		<b>8</b>	
	<b>Практические занятия</b>		
	8 Классификация клиентов турфирмы по типу личности.	8	3
	9 «Образные» типологии клиентов турфирмы.		3
	10 Классификация клиентов турфирмы по образу жизни.		3
	11 Профиль потребителя.		3
<b>Глава 4. Стратегии, формы и стили обслуживания клиентов.</b>		<b>12</b>	
	<b>Практические занятия</b>		
	12 Современный подход и организация маркетинга туристической организации.	12	3
	13 Маркетинг взаимодействия.		3
	14 Особенности продажи турпродукта.		3
	15 Внутренний маркетинг.		3
	16 Стили и стратегии обслуживания клиентов турфирмы.		3

	17	Зачет		3
<b>Глава 5. Способы доведения информации до потребителя туристских услуг. Виды информационных ресурсов.</b>			<b>10</b>	
	<b>Содержание</b>			
	1	Информация и информационные ресурсы.	8	2
	2	Туристские информационные ресурсы.		2
	3	Информационные технологии.		2
	4	Информационные технологии управления.		2
	<b>Практические занятия</b>			
	5	Способы доведения информации до потребителя туруслуги.	2	3
<b>Глава 6. Принципы работы маркетинговой службы в турфирме. Методы и нормативно-правовые основы рекламы турпродукта.</b>			<b>6</b>	
	<b>Практические занятия</b>			
	6	Назначение маркетинговой службы.	6	3
	7	Сбор маркетинговой информации.		3
	8	Реклама турпродукта.		3
<b>Глава 7. Виды рекламного продукта, технология его разработки и проведения рекламных мероприятий.</b>			<b>6</b>	
	<b>Практические занятия</b>			
	9	Рекламный продукт и его виды.	6	3
	10	Рекламная кампания.		3
	11	Особенности современной рекламы.		3
<b>Глава 8. Нерекламные методы продвижения турпродукта.</b>			<b>12</b>	
	<b>Практические занятия</b>			
	12	Общие сведения.	12	3
	13	Личные (персональные) продажи.		3
	14	Прямая рассылка и прямой маркетинг.		3
	15	Меры стимулирования продажи или сбыта.		3
	16	Паблик рилейшнз в туризме.		3
	17	Контрольная работа		3
<b>Глава 9. Нестандартные приемы продвижения турпродуктов.</b>			<b>8</b>	
	<b>Содержание</b>			
	1	Анализ эффективности традиционной рекламы турпродукта.	8	2
	2	Нестандартные средства рекламы.		2
	3	Современные направления маркетинга.		2
	4	Ситуация на рынке туристских услуг.		2
<b>Глава 10. Организация пропаганды туризма. PR-средства.</b>			<b>6</b>	
	<b>Практические занятия</b>			
	5	Туристская пропаганда.	6	3

	6	PR- деятельность в интернет-СМИ.		3
	7	Реклама и интегрированные маркетинговые коммуникации.		3
<b>Глава 11. Специфика выставочной деятельности турфирмы. Особенности презентации туров на выставках, ярмарках и форумах.</b>			<b>10</b>	
	<b>Практические занятия</b>		10	
	8	Сущность и роль маркетинговых коммуникаций		3
	9	Формирование коммуникативной политики туристской организации.		3
	10	Особенности выставочной деятельности.		3
	11	Организация выставочной презентации.		3
	12	Фирменный стиль туристской организации.		3
<b>Раздел 2. Стимулирование продаж турпродукта.</b>			<b>32</b>	
<b>Глава 12. Анализ требований российского законодательства к правилам реализации туристского продукта и информации, предоставляемой потребителю.</b>			<b>8</b>	
	<b>Практические занятия</b>		8	
	13	Анализ требований российского законодательства к правилам реализации туристского продукта		3
	14	Анализ требований российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю.		3
	15	Анализ основных изменений в законодательстве о туристской деятельности.		3
	16	Обеспечение экстренной помощи туристам.		3
<b>Глава 13. Средства стимулирования потребителей.</b>			<b>4</b>	
	<b>Практические занятия</b>		4	
	17	Построение системы продажи турпродукта, организация работы с агентскими сетями.		3
	18	Средства стимулирования потребителей		3
<b>Глава 14. Технология продаж готового турпродукта. Организация онлайн продаж туров.</b>			<b>12</b>	
	<b>Практические занятия</b>		12	
	19	Особенности современного туристского рынка.		3
	20	Формирование сбытовой стратегии		3
	21	Процесс продажи турпродукта.		3
	22	Каналы сбыта туристского продукта.		3
	23	Выбор посредников и формы работы с ними.		3
	24	Достоинства и недостатки видов продаж туристского продукта.		3
<b>Глава 15. Системы мер по созданию положительного имиджа турфирмы на рынке.</b>			<b>8</b>	
	<b>Практические занятия</b>		8	
	25	Имидж туристской организации и его составляющие.		3
	26	Имидж туристской организации и его составляющие.		3
	27	Имидж туристской организации и его составляющие.		3
	28	Создание бренда.		3

		Экзамен		
		<b>Курсовая работа (проект)</b>		
<b>Тематика курсовых работ (проектов)</b>				
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методы распространения и продвижения турпродукта.</li> <li>2. Система маркетинговых коммуникаций и их цели.</li> <li>3. Понятие целевой аудитории. Схема процесса коммуникации.</li> <li>4. Сравнительная характеристика личных продаж, стимулирования сбыта, пропаганды, рекламы их достоинства и недостатки, особенности применения в сфере туризма.</li> <li>5. Понятие рекламы и ее задачи в туризме.</li> <li>6. Основные этапы развития рекламы в России.</li> <li>7. Общая характеристика законодательного регулирования рекламы в России.</li> <li>8. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.</li> <li>9. Роль государственных антимонопольных органов по контролю в области рекламы.</li> <li>10. Классификация видов рекламы в туризме.</li> <li>11. Влияние рекламы на модель потребительского поведения.</li> <li>12. Факторы, влияющие на восприятие рекламы.</li> <li>13. Социально-психологические особенности рекламы в туризме.</li> <li>14. Цели рекламных исследований потребителей туристских услуг. Основные методы сбора информации: опрос и наблюдение.</li> <li>15. Технология создания рекламных обращений (в сфере туризма).</li> <li>16. Использование цвета в рекламе.</li> <li>17. Средства распространения рекламы в туризме.</li> <li>18. Понятие и цели формирования фирменного стиля, его особенности в сфере туризма.</li> <li>19. Товарный знак и его функции в туризме.</li> <li>20. Разработка рекламной компании.</li> <li>21. Классификация рекламных кампаний.</li> <li>22. Цели рекламной кампании: экономические, коммерческие, имиджевые, социальные.</li> <li>23. Рекламные агентства и их функции.</li> <li>24. Типы рекламных агентств и их функции.</li> <li>25. Ведущие рекламные агентства мира и России</li> <li>26. Оценка эффективности рекламной деятельности.</li> <li>27. Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности.</li> <li>28. Международный кодекс рекламы.</li> <li>29. Интернет-технологии в маркетинговых коммуникациях.</li> <li>30. Анализ современного состояния использования информационных технологий в сфере туризма.</li> <li>31. Туристские Интернет-проекты и их виды.</li> <li>32. Пути совершенствования использования Интернет-технологий в сфере туризма.</li> </ol>		20	3	
		<b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении МДК.01.01.</b>		
1	Чтение дополнительной литературы.		62	3

2	Подготовка сообщений по темам МДК.01.01.		
3	Работа с конспектом, с дополнительной литературой, интернетом.		
4	Выполнение домашнего задания по разделам.		
5	Обзор нормативно-законодательной базы и типовых договоров в сфере туризма. Изучение Федерального закона «Об основах туристской деятельности», ФЗ-132 от 24.11.96		
6	Составление систематизирующую таблицу «Стили обслуживания»		
7	Разработка логотипа туристической компании		
8	Составление таблицы «Виды рекламного продукта»		
9	Составление технического задания для оформления рекламного стенда		
10	Составление программу рекламного культурного мероприятия		
11	Составление программы рекламного семинара		
12	Анализ рг – технологий компании		
13	Составление технического задания для оформления выставочного стенда		
14	Составить программу лояльности для клиентов		
15	Описание цикла продажи турпродукта		
16	Анализ имиджа турфирмы		
<b>Тематика домашних заданий</b>			
1	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специализированной литературы (по вопросам, составленным преподавателем).		
2	Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.		3
3	Работа над курсовым проектом		
<b>МДК.01.02. Технология и организация турагентской деятельности</b>		<b>309</b>	
<b>Тема 1. Понятие туристской деятельности</b>	<b>Содержание</b>		
	1	Туризм как феномен культуры и объект профессиональной деятельности.	2
	2	Международное регулирование туристской деятельности.	2
	3	Развитие и регулирование туристской деятельности в России.	2
<b>Тема 2. Организационно-правовые основы турагентской деятельности.</b>	<b>Содержание</b>		
	4	Туроператорская и турагентская деятельность.	2
	5	Технология предреализационных процессов в сфере туризма.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	6	Документация туристской фирмы.	2
	7	Права и обязанности турфирм и туристов.	2
	8	Компенсация за непредоставленные услуги и возмещение убытков туристам.	2
	9	Ведение туристской отчетности.	2
	<b>Тема 3. Организация взаимодействия турфирмы-</b>	<b>Практические занятия</b>	
10		Выбор турагентом оператора.	2

агента и турфирмы-оператора.	11	Характеристики и рейтинги туроператоров.		2
	12	Формы взаимодействия турагентской и туроператорской фирм.		2
	13	Агентский договор.		2
	14	Договор поручения.		2
	15	Субагентирование и договор купли-продажи.		2
	16	Взаимодействие турагента и туроператора.		2
	17	Контрольная работа		2
Тема 4. Участие турагента в организации рекламы и продвижении турпродукта.	<b>Содержание</b>		6	
	1	Турагентская реклама.		2
	2	Реклама в печатных СМИ.		2
	3	Реклама в электронных СМИ: радио, ТВ, Интернет.		2
	<b>Практические занятия</b>		4	
	4	Наружная реклама.		3
5	Нерекламные методы продвижения турагентских услуг.		3	
Тема 5. Организация офиса турфирмы-агента и квалификационные требования к персоналу.	<b>Содержание</b>		4	
	6	Офис продаж. Мебель и оборудование.		2
	7	Эргономика офиса турагенства.		2
	<b>Практические занятия</b>		8	
	8	Техническое оборудование турагенства.		3
	9	Охрана труда в офисном помещении.		3
	10	Квалификационные требования к работникам туриндустрии (профессиональные стандарты).		3
11	Квалификационные требования к персоналу турагенства: стандарты обслуживания.		3	
Тема 6. Психологические особенности поведения турагента в процессе продажи туристической путевки.	<b>Содержание</b>		4	
	12	Особенности личной продажи туристского продукта.		2
	13	Особенности продажи по телефону.		2
	<b>Практические занятия</b>		6	
	14	Особенности работы с клиентами разных психологических типов.		3
	15	Урегулирование конфликтных ситуаций.		3
16	Формирование лояльности клиентов турфирмы		3	
Тема 7. Информационное обеспечение продаж турпродукта.	<b>Содержание</b>		2	
	17	Обеспечение туриста информацией о турпродукте.		2
	<b>Практические занятия</b>		4	
18	Виды обеспечения туриста информацией о турпродукте.	3		
19	Использование туристической информации турагентами.		3	
Тема 8. Документационное обеспечение продажи турпродукта.	<b>Содержание</b>		2	
	20	Договор о реализации турпродукта.		2
<b>Практические занятия</b>		4		

	21	Туристская путевка.		3
	22	Документы, которые выдаются туристу для совершения путешествия.		3
<b>Тема 9. Использование информационных технологий в процессе организации работы турагента.</b>	<b>Содержание</b>		2	
	23	Использование информационных ресурсов Интернета.		2
	<b>Практические занятия</b>		10	
	24	Интегрированные коммуникативные сети.		3
	25	Веб-сайт. Характеристика туристических серверов.		3
	26	Использование электронных туристических каталогов.		3
	27	Информационные источники продаж турпродукта.		3
28	Зачет	3		
<b>Тема 10. Туристские формальности.</b>	<b>Содержание</b>		2	
	1	Паспортные и визовые формальности. Особенности оформления виз в некоторые страны.		2
	<b>Практические занятия</b>		2	
2	Визовые ограничения. Таможенные формальности.	3		
<b>Тема 11. Формы приема оплаты турпродукта.</b>	<b>Содержание</b>		2	
	3	Организация приема оплаты при реализации турпродукта конечному потребителю.		2
	<b>Практические занятия</b>		4	
	4	Внесение оплаты за турпродукт оператору.		3
5	Формы оплаты.	3		
<b>Тема 12. Организация процедуры продажи турпродукта.</b>	<b>Содержание</b>		6	
	6	Информационный подготовительный этап.		2
	7	Организационный подготовительный этап.		2
	8	Этапы продажи турпродукта.	2	
	<b>Практические занятия</b>		4	
	9	Предоставление турагентских услуг.		3
10	Зачет	3		
<b>Учебная практика</b>			72	3
<b>Виды работ:</b>				
1. Предоставление турагентских услуг				
2. Знакомство с методами и способами анализа, порядком применения результатов анализа рынка потребительского спроса в реализации туристского продукта.				
3. Знакомство с порядком информирования потребителей о туристских услугах.				
4. Туристский продукт				
5. Знакомство с порядком взаимодействия с туроператором по реализации и продвижению турпродукта.				
6. Продвижение и реализация турпродукта				
7. Знакомство с правилами оформления турпакета (турпутевки, ваучера, страхового полиса).				
8. Паспортно-визовые формальности				

9. Знакомство с порядком осуществления визовой поддержки потребителя. 10. Туристская документация 11. Знакомство с правилами оформления документов строгой отчетности. 12. Знакомство с методом расчета стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя.			
<b>Производственная практика (по профилю специальности) МДК.01.02.</b>			
<b>Виды работ:</b> 1. Применение результатов анализа рынка потребительского спроса в реализации туристского продукта. 2. Участие в информировании потребителей о туристских услугах. 3. Участие во взаимодействии с туроператором по реализации и продвижению турпродукта. 4. Участие в расчете стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя. 5. Участие в оформлении турпакета (турпутевки, ваучера, страхового полиса). 6. Участие в осуществлении визовой поддержки потребителя. 7. Участие в оформлении документов строгой отчетности.		72	3
<b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении МДК.01.02.</b>			
1	Чтение дополнительной литературы.		
2	Подготовка сообщений по темам МДК.01.02.		
3	Работа с конспектом, с дополнительной литературой, интернетом.		
4	Выполнение домашнего задания по разделам.		
5	Подготовить сообщение на тему «Международные туристские организации»		
6	Проанализировать агентский договор		
7	Рассчитать стоимость турпродукта		
8	Проанализировать рекламную кампанию турфирмы		
9	Составить таблицу с данными крупнейших туроператоров		
10	Составить визовый запрос		
11	Проанализировать случаи, при которых посольства зарубежных стран отказывают в выдаче визы.		
<b>Тематика домашних заданий</b>			
1	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специализированной литературы (по вопросам, составленным преподавателем).		
2	Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.		
<b>Всего:</b>		<b>495</b>	

## 4. Условия реализации программы профессионального модуля

### 4.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы модуля требует наличия учебных кабинетов: турагентской и туроператорской деятельности, лабораторий: учебный (тренинговый) офис, учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма).

Оборудование учебной лаборатории, мастерской, кабинета и рабочих мест лаборатории мастерской, кабинета: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя, рабочая доска.

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением; экран, проектор.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест: комплект учебно-наглядных пособий по модулю ПМ.01 Предоставление турагентских услуг.

### 4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

#### Основные источники

№ п/п	Наименование	Автор	Издательство и год издания
1	Технология продаж и продвижения турпродукта: учебное пособие для студ. учреждений сред. проф. образования.	Д.Г. Гребенюк.	М.: Издательский центр «Академия», 2016.
2	Маркетинг в туристическом бизнесе: Учебное пособие.	Т.Л. Дашкова.	М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014.
3	Организация туристской индустрии: учебное пособие.	Ю. А. Матюхина.	М., Альфа-М: ИНФРА-М, 2014.
4	Сервисная деятельность: учебное пособие.	Под общ. ред. Ю.М. Карнаухова.	Ростов нг/Д: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010.
5	Основы рекламы: учебное пособие.	Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова.	М., Альфа-М: ИНФРА-М, 2014..
6	Маркетинг туризма: учебное пособие.	А.П. Дурович.	Минск: Современная школа, 2010.
7	Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие.	А.Б. Косолапов.	М.: КНОРУС, 2015.
8	Технология и организация турагентской деятельности: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования.	Н.Л. Любавина., Л.А. Кроленко, Т.А. Нечаева.	М.: Издательский центр «Академия», 2014.

#### Дополнительные источники

№ п/п	Наименование	Автор	Издательство и год издания
1	Инновации в туризме и сервисе.	Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков.	Ростов нг/Д: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010.

2	Гостиничный сервис и туризм: учебное пособие.	Д.Г. Брашнов.	М., Альфа-М: ИНФРА-М, 2012.
3	Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие.	А.В. Сорокина.	М., Альфа-М: ИНФРА-М, 2009.
4	Индустрия гостеприимства: Учебное пособие.	Т.Ю. Сивчикова, Н.С. Носова.	М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», Саратов: ООО «Альтэк», 2014.

### **Интернет ресурсы**

[www.iqlib.ru](http://www.iqlib.ru) - электронно-библиотечная система образовательных и просветительских изданий

<http://school-collection.edu.ru> – единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.

<http://slovari.yandex.ru> – Интернет сервис словарей.

[ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org) – свободная энциклопедия «Википедия»

[www.hemi.nsu.ru](http://www.hemi.nsu.ru) электронная энциклопедия.

<http://xumuk.ru/> электронный справочник

### **4.3. Организация образовательного процесса**

Программа подготовки специалистов среднего звена обеспечивается учебно-методическими комплексами (УМК): лекционным материалом, методическими указаниями по проведению практических, семинарных занятий, методическими рекомендациями по выполнению самостоятельной работы.

Студенты имеют доступ к сети Интернет и библиотечному фонду. Организуются консультации для студентов электронно и индивидуально согласно составленному графику консультаций.

Образовательное учреждение предоставляет обучающимся возможность работы специальными программными продуктами.

При реализации профессионального модуля предусматривается учебная и производственная практика.

Учебная практика проводится на базе ОУ в лабораториях с использованием специальных программных продуктов.

Производственная практика проводится концентрированно в фирмах по предоставлению туристских услуг (турфирма) различного уровня.

Для изучения модуля «Предоставление турагентских услуг» необходимы знания следующих дисциплин: психология делового общения, организация туристской индустрии, безопасность жизнедеятельности, история туризма и гостеприимства, туристское регионоведение России, правовое регулирование туристской деятельности, организация рекламной деятельности в туризме.

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

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля.

Преподаватели получают 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  
(вида профессиональной деятельности)**

<b>Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>
ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	-владение приемами и методами выявления и анализа запросов потребителя и использования этих результатов в решении профессиональных задач;
ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.	-владение приемами информирования потребителя о туристских продуктах, в том числе и с применением информационно-коммуникативных технологий;
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	-владение порядком и правилами взаимодействия с туроператором по реализации и продвижению турпродукта;
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	-владение методикой расчета стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя;
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).	- владение правилами оформления турпакета (турпутевки, ваучера, страхового полиса).
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.	-владение порядком оказания визовой поддержки потребителя при въездном и выездном туризме;
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.	-владение правилами оформления документов строгой отчетности
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии. Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности.
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 в области рекламной деятельности.
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.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и в ходе обучения.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Развитие самоменеджмента обучающегося. Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности.