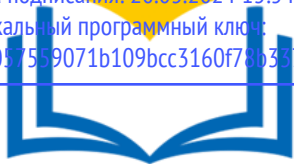


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ивлиев Тимур Юрьевич
Должность: Директор
Дата подписания: 20.03.2024 13:54:53
Уникальный программный ключ:
85c057559071b109bсс3160f78b337f0ba948b3c



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

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности

МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме

**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

№ п/п	Наименование раздела	Стр.
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	14
5	Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (виды профессиональной деятельности)	17

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских 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.03 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 модуля - требования к результатам освоения модуля

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

иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездок, 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;

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.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего	<u>276</u>	часов,
в том числе:		
максимальной учебной нагрузки обучающегося	<u>204</u>	часов,
включая:		
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося	<u>136</u>	часов;
самостоятельной работы обучающегося	<u>68</u>	часов;
учебной практики и производственной практики	<u>72</u>	часов;

2. Результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения программы 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 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.03 Предоставление туроператорских 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 3.1-3.4	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	138	68	48	-	34	-	18	18
ПК 3.1-3.4	МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме	138	68	-	-	34	-	18	18
ПК 3.1-3.4	Учебная практика		-	-	-	-	-	36	-
ПК 3.1-3.4	Производственная практика (по профилю специальности)		-	-	-	-	-	-	36
	Всего:	276	136	48	-	68	-	36	36

**3.2 Содержание обучения профессионального модуля
ПМ.03 Предоставление туроператорских 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
МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности		138	
3 семестр		34	
Тема 1. Основы туроператорской деятельности	Содержание	2	
	1 Разновидности туроператорских фирм.		2
	Практические занятия	12	
	2 Монопрофильные и многопрофильные туроператорские фирмы.		3
	3 Функции туроператоров.		3
	4 Этапы создания турпродукта.		3
	5 Технологическая карта туристского маршрута.		3
	6 Жизненный цикл турпродукта.		3
7 Основы деятельности туроператорских фирм.	3		
Тема 2. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности	Содержание	6	
	8 Международные организации и документы, регулирующие туристские процессы.		2
	9 Развитие и регулирование туристской деятельности в России.		2
	10 Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности.		2
Тема 3. Технология разработки туристского продукта	Содержание	2	
	11 Понятие технологии и разработки туристского продукта.		2
	Практические занятия	12	
	12 Основные потребительские свойства туристского продукта.		3
	13 Особенности и классификации туристского продукта.		3
	14 Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов. Условия создания оптимального турпродукта.		3
	15 Основные правила и методика составления программ туров.		3
	16 Современная классификация турпродукта.		3
17 Контрольная работа	3		
4 семестр		34	
Тема 4. Изучение и анализ туристских ресурсов для выбора туристской	Содержание	4	
	1 Понятие о туристских ресурсах.		2
	2 Использование природно-климатических ресурсов в создании турпродукта.		2

дестинации.	Практические занятия		10	
	3	Особо охраняемые природные территории (ООПТ).		3
	4	Использование историко-культурных достопримечательностей в создании турпродукта.		3
	5	Народные промыслы.		3
	6	Использование инфраструктурных ресурсов для создания турпродукта.		3
	7	Критерии выбора туристской дестинации. Выбор схемы работы в дестинации.		3
Тема 5. Виды и формы договорных отношений между турфирмой оператором и партнерскими организациями.	Содержание		4	
	8	Туроператорская и турагентская деятельность.		2
	9	Правила расчета с турагентствами и методы их поощрения. Расчет комиссионного вознаграждения.		2
	Практические занятия		6	
	10	Технология предреализационных процессов в сфере туризма.		2
	11	Ведение документооборота с использованием информационных технологий.		2
12	Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродуктов. Формирование контрагентской сети.		2	
Тема 6. Туристские формальности.	Содержание		2	
	13	Паспортные и визовые формальности. Особенности оформления виз в некоторые страны.		2
	Практические занятия		2	
14	Визовые ограничения. Таможенные формальности.	3		
Тема 7. Организация страхования в туроператорской деятельности.	Практические занятия		2	
	15	Страховое и медицинское обеспечение путешествий. Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения. Вопросы безопасности в туризме. Предоставление сопутствующих услуг.		3
Тема 8. Использование информационных технологий в туроператорской деятельности.	Практические занятия		4	
	16	Работа с информационно-справочными материалами. Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. Использование каталогов и ценовых предложений.		3
	17	Зачет		3
Учебная практика			18	3
Виды работ:				
1. Знакомство с планированием программ турпоездок, составлением программ тура и турпакета.				
2. Планирование программ турпоездок.				
3. Составление программ тура и турпакета.				
4. Знакомство с порядком предоставления сопутствующих услуг.				
5. Знакомство с организацией работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг.				
6. Знакомство с порядком взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта.				

7. Знакомство с методикой расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение цены турпродукта. 8. Расчет себестоимости турпродукта.			
Производственная практика (по профилю специальности) МДК.03.01.			
Виды работ: 1. Знакомство с планированием программ турпоездки, составлением программ тура и турпакета. 2. Участие в планировании программ турпоездки, составление программ тура и турпакета. 3. Знакомство с порядком предоставления сопутствующих услуг. Участие в предоставлении сопутствующих услуг. 4. Знакомство с методикой расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение цены турпродукта. 5. Проведение расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение цены турпродукта. 6. Знакомство с порядком взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта. 7. Участие в осуществлении взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта. 8. Знакомство с организацией работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг.		18	3
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении МДК.03.01.			
1	Чтение дополнительной литературы.		
2	Подготовка сообщений по темам МДК.03.01.		
3	Работа с конспектом, с дополнительной литературой, интернетом.		
4	Выполнение домашнего задания по разделам.		
5	Ознакомление с Единым федеральным реестром туроператоров.		
6	Мониторинг предложений туроператоров.		
7	Анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг.		
8	Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы.		
9	Сбор и анализ информации в информационных источниках, таких как каталоги, ценовые предложения.		
10	Изучение и анализ основных и сопутствующих услуг.		
11	Составление программ обслуживания для различных категорий туристов.		
12	Выявление и анализ сведений, подлежащих указанию в таможенной декларации.		
13	Сравнительная характеристика поощрения покупок tax free и duty free.		
14	Изучение сведений, содержащихся в Таможенном кодексе.		
15	Анализ публикаций в периодических туристских изданиях и материалов учебных пособий по вопросам эпидемиологической безопасности.		
16	Изучение инструктажа по эпидемиологической безопасности туристов.		
17	Сбор документов на оформление визы.		
18	Оформление рабочего места менеджера турфирмы.		
19	Закрепление навыков делового общения посредством деловых игр.		
Тематика домашних заданий			
1	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специализированной литературы (по вопросам, составленным преподавателем).	34	3

2	Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.		
3	Работа над курсовым проектом		
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме		138	
Глава 1. Сущность и содержание маркетинга в туризме		4	
Содержание			
1	Социально-экономическая сущность маркетинга.	4	2
2	Специфика маркетинга услуг.		2
Глава 2. Концепция маркетинга в туризме.		4	
Содержание			
3	Развитие маркетинга.	4	2
4	Управление маркетингом туристической организации.		2
Глава 3. Содержание и направление маркетинговых исследований в туризме.		8	
Содержание			
5	Сущность и задачи маркетинговых исследований.		2
6	Методы маркетинговых исследований.	8	2
7	Бенчмаркинг как метод маркетинга.		2
8	Маркетинговый менеджмент в туризме.		2
Глава 4. Система маркетинговой информации туристской компании.		4	
Содержание			
9	Классификация маркетинговой информации.	4	2
10	Экспертные оценки. Метод фокус-группы.		2
Глава 5. Исследование среды маркетинга туристской компании.		4	
Содержание			
11	Понятие среды маркетинга. Анализ внутренней среды маркетинга.	4	2
12	Изучение внешней среды маркетинга.		2
Глава 6. Маркетинговые исследования туристского рынка.		4	
Содержание			
13	Структура туристского рынка, емкость рынка. Конкурентная среда туристской компании.	4	2
14	Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг. Значение мотивов поведения потребителей в маркетинговых исследованиях.		2
Глава 7. Спрос и предложение.		6	
Содержание			
15	Понятие и характеристика спроса и предложения.		2
16	Рыночное равновесие спроса и предложения. Эластичность спроса и равновесия.	6	2
17	Контрольная работа.		2

Глава 8. Формирование маркетинговой стратегии		4	
	Содержание		
1	Сущность стратегического маркетингового планирования и разработка маркетингового плана.	4	2
2	Жизненный цикл туристских услуг. Разработка программы маркетинга.		2
Глава 9. Сегментация рынка туристских услуг.		4	
	Содержание		
3	Понятие, критерии и признаки сегментации туристского рынка.	4	2
4	Методы сегментации.		2
Глава 10. Маркетинговая ценовая стратегия туристской компании.		4	
	Содержание		
5	Постановка целей ценообразования.	4	2
6	Ценовая политика, стратегия ценообразования.		2
Глава 11. Маркетинговая сбытовая стратегия туристской компании.		6	
	Содержание		
7	Формирование сбытовой стратегии.	6	2
8	Каналы сбыта туристского продукта. Выбор посредников и формы работы с ними.		2
9	Продвижение туристского товара на рынке. Стимулирование сбыта.		2
Глава 12. Маркетинговая коммуникационная стратегия туристской компании.		4	
	Содержание		
10	Сущность, целевые аудитории маркетинговых коммуникаций. Элементы комплекса коммуникаций.	4	2
11	Стратегия коммуникации в туризме. Выбор структуры комплекса коммуникаций. Разработка бюджета и анализ результатов коммуникационной стратегии.		2
Глава 13. Организация и контроль маркетинга туристской компании.		4	
	Содержание		
12	Комплекс маркетинга. Маркетинг-микс. Система маркетингового контроля. Контроллинг в системе маркетинга.	4	2
13	Объекты и субъекты маркетинговой деятельности. Эффективность управления маркетингом.		2
Глава 14. Международный маркетинг.		8	
	Содержание		
14	Внешнеэкономический маркетинг.	8	2
15	Формы и способы выхода туристской компании на международный рынок.		2
16	Специфика международного маркетинга в России.		2
17	Зачет		2
Учебная практика			
Виды работ:		18	3
1. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.			

2. Анализ туристского спроса. Факторы, влияющие на изменение туристского спроса. 3. Графический анализ спроса на туристские услуги. Пути повышения спроса на туристские услуги. 4. Проведение анализа деятельности организации – конкурента. 5. Маркетинговые исследования группы потребителей. 6. Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта. Формирование маркетинговой стратегии. Определение целевого. 7. Разработка комплекса маркетинга. 8. Взаимодействие с субъектами рынка по реализации и продвижению туристского продукта.			
Производственная практика (по профилю специальности) МДК.03.02.			
Виды работ:			
1. Знакомство с порядком проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам. 2. Участие в маркетинговых исследованиях и создании базы данных по туристским продуктам. 3. Участие в планировании программ турпоездов, составление программ тура и турпакета. 4. Предоставление сопутствующих услуг. 5. Проведение расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение цены турпродукта. 6. Проведение расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение цены турпродукта. 7. Участие в осуществлении взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта. 8. Участие в осуществлении взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта		18	3
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении МДК.03.02.			
1	Чтение дополнительной литературы.		
2	Подготовка сообщений по темам МДК.03.02.		
3	Работа с конспектом, с дополнительной литературой, интернетом.		
4	Выполнение домашнего задания по разделам.		
5	Написание доклада по темам.		
Тематика домашних заданий			
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.		
Всего:		276	

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.03 Предоставление туроператорских 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 и организация туроператорской деятельности: учебное пособие для студ. сред. проф. образования.	Н.Л. Любавина, Т.А. Кроленко, Т.А. Нечаева.	М.: Издательский центр «Академия», 2014.
2	Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие.	А.Б. Косолапов.	М.: КНОРУС, 2015.
3	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.
4	Технология продаж и продвижения турпродукта: учебное пособие для студ. учреждений сред. проф. образования.	Д.Г. Гребенюк.	М.: Издательский центр «Академия», 2016.
5	Туризм: учебник.	В.Ф. Буйленко.	Ростов н/Д: Феникс; Краснодар: Неоглори, 2008.
6	Индустрия гостеприимства: Учебное пособие.	Т.Ю. Сивчикова, Н.С. Носова.	М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», Саратов: ООО «Альтэк», 2014.
7	Маркетинг в туристическом бизнесе: Учебное пособие.	Т.Л. Дашкова.	М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014.
8	Организация туристской индустрии: учебное пособие.	Ю. А. Матюхина.	М., Альфа-М: ИНФРА-М, 2014.
9	Основы рекламы: учебное пособие.	Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова.	М., Альфа-М: ИНФРА-М, 2014..
10	Сервисная деятельность:	Под общ. ред.	Ростов нг/Д: Издательский центр

	учебное пособие.	Ю.М. Карнаухова.	«МарТ»; Феникс, 2010.
11	Маркетинг туризма: учебное пособие.	А.П. Дурович.	Минск: Современная школа, 2010.
12	Маркетинг в туризме: учебное пособие.	Е.В. Сарафанова.	М., Альфа-М: ИНФРА-М, 2015.

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	Маркетинг в туризме: учебное пособие.	А.В. Яцук.	М., Альфа-М: ИНФРА-М, 2015.
5	Индустрия гостеприимства: Учебное пособие.	Т.Ю. Сивчикова, Н.С. Носова.	М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», Саратов: ООО «Альтэк», 2014.
6	Маркетинговые исследования рынка: учебник.		М., ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2009.

Интернет ресурсы

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 – свободная энциклопедия «Википедия»
www.hemi.nsu.ru – электронная энциклопедия.
[http://xumuk.ru/](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 туроператорских услуг» необходимы знания следующих дисциплин: психология делового общения, организация туристской индустрии, безопасность жизнедеятельности, история туризма и гостеприимства, туристское регионоведение России, страноведение, правовое регулирование туристской деятельности, организация рекламной деятельности в туризме, профессионального модуля ПМ.01 Предоставление турагентских услуг, ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов..

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).

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла.

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)**

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата
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.
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий.
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта.
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	Эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта. Подготовка электронной презентации тура. Разработка качественного рекламного продукта; Оценка эффективности программы продвижения турпродукта; Разработка фирменного стиля туристской фирмы.
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	Взаимодействие с обучающимися,

общаться с коллегами, руководством, потребителями.	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.