

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ АВТОНОМНАЯ
НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНİZАЦИЯ
«ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»**



УТВЕРЖДАЮ
Директор ПО АНО «ПКЭИП»
Л.Д. Джавадова
«28» июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

**для специальности
43.02.10 «Туризм»**

**Квалификация:
Специалист по туризму**

Форма обучения – заочная

Год набора – 2023

Дербент 2024

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 43.02.10 «Туризм».

Организация-разработчик: Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация «Педагогический колледж экономики и права»

Разработчики:

Ст. преподаватель _____ Г.Ю. Казимов
Ст. преподаватель _____ С.Э. Насиров
(занимаемая должность) (подпись) (степ., инициалы, фамилия)

Одобрено на заседании ПЦК
Естественнонаучных и социально-экономических дисциплин
«28» 06 2024г., протокол № 06

Председатель ПЦК _____ Г.Ю. Казимов
(степ., инициалы, фамилия)

Лист переутверждения

Программа переутверждена на 2024/2025 учебный год без изменений и дополнений.

Председатель ПЦК ЕСЭд _____ Г.Ю. Казимов

Основание: протокол № 06 от «28» июня 2024г.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	23
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	26

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 01 «Предоставление турагентских услуг»

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее - рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) ПО 43.02.10. Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Предоставление турагентских услуг»

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК).

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (профессиональная переподготовка и курсы повышения квалификации), а также для профессиональной подготовки по очной / заочной формам по специальности ПО 43.02.10.«Туризм» и профессиональной подготовке специалистов в области гостиничного сервиса и туризма при наличии среднего (полного) образования, а также администраторов и педагогов – организаторов.

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:

- 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 использованием современной офисной техники;
- оформления и расчета стоимости турпакета (или элементов) по заявке потребителя;
- оказание 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 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 обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
- принимать денежные средства в оплату туристской 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 потребителей;

- 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 без актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;
- технологии использования базы данных;
- статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятие 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. Распределение часов и форм промежуточной аттестации по семестрам:

Курс	Семестр	ПМ, МДК, практика	Максимальная учебная нагрузка	Самостоятельная работа	Обязательная учебная нагрузка	В том числе			Формы промежуточной аттестации
						Теор. обучение	Лаб. и пр. занятия	Курс проект	
2	3	МДК 01.01	134	90	44	24	20	-	Диф.зачет.
2	3	МДК 01.02	108	62	46	26	20	-	Диф.зачет.

2	3	УП.01.01.	144					Диф.зачет.
Итого			242	152	90	50	40	-

**Экзамен
Квалификационный**

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
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
ПК 2.1	Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут.
ПК 2.2	Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте.
ПК 2.3	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте.
ПК 2.4	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте.
ПК 2.5	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной.
ПК 2.6.	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.
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.
ПК 4.1	Планировать деятельность подразделения.
ПК 4.2	Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.
ПК 4.3	Оформлять отчетно-планирующую документацию.
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

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., теоретич. занятия), часов	Всего, часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1-1.7. ПК 2.1-2.6. ПК 3.1-3.4. ПК 4.1-4.3 ОК 1-ОК 9	Раздел 1. Технология продаж и продвижения турпродукта	134	44	20	24	90	-	144	-
	Раздел 2. Технология и организация турагентской деятельности	108	46	20	26	62	-		
	Учебная практика	144							
	Всего:	386	90	40	50	152	-	144	-

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов					
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками			
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия
МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта	134	90	44	24	20	
4 семестр	66	50	16	8	8	-
Тема 1. Понятие турпродукта. Структура и уровни турпродукта.	12	-	12	8	4	-
Тема 2. Услуги туристского профиля в составе турпродукта.	14	14	-	-	-	-
Тема 3. Продвижение туристского продукта: понятие и сущность	10	10	-	-	-	-
Тема 4. Подготовка продаж	12	12	-	-	-	-
Тема 5. Технологическая документация сопровождения продаж	8	8	2	-	2	-
Тема 6. Реклама как средство продвижения туристского	6	6	2	-	2	-

продукта						
5 семестр	68	40	28	16	12	-
Тема 1. Офисная технология - как основа технологии продаж. Личные продажи.	12	-	12	6	6	-
Тема 2. Туристские выставки и ярмарки	18	12	6	6	-	-
Тема 3. Информационные технологии в продвижении туристского продукта	10	10	-	-	-	-
Тема 4. Стимулирование сбыта.	12	12	-	-	-	-
Тема 5. Формирование общественного мнения	6	-	6	4	2	-
Тема 6. Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии	10	6	4	-	4	-
Промежуточная аттестация	Дифф. Зачет					
МДК 01.02. Технология и организация турагентской деятельности	108	62	46	26	20	-
4 семестр	54	38	16	8	8	
Тема 1. Роль и место турагентской деятельности в индустрии туризма	12	6	6	4	2	-
Тема 2. Нормативно-правовая база турагентской деятельности	8	8	-	-	-	-
Тема 3. Государственное регулирование турагентской деятельности	8	8	-	-	-	-
Тема 4. Организационно-правовые формы создания турагентств	12	6	6	4	2	-
Тема 5. Основы менеджмента турагентства	14	10	4	-	4	-
5 семестр	54	24	30	18	12	
Тема 1. Классификация групп клиентов	14	2	12	8	4	-
Тема 2. Формы и стили обслуживания потребителей	6	6	-	-	-	-
Тема 3. Технологии и методы продаж турпродуктов	14	4	10	6	4	-

турагентами						
Тема 4. Документационное обеспечение потребителей в процессе продажи турпродукта	6	6	-	-	-	-
Тема 5. Постпродажное обслуживание потребителей	6	-	6	4	2	-
Тема 6. Роли и виды международных организаций в туризме	8	6	2	-	2	-
Промежуточная аттестация	Дифф. зачет					
Всего	242	152	90	50	40	-
Учебная практика	144	-	-	-	-	-
Квалификационный экзамен						
Всего (с практикой)	386	152	90	50	40	-

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, контрольная работа (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта		134	
4 семестр		66	
Тема 1. Понятие турпродукта. Структура и уровни турпродукта.	Содержание учебного материала	8	1
	Туристский продукт как комплекс товаров и услуг, потребляемых туристом.		
	Уровни турпродукта.		
	Структура национального туристского продукта.		

	<p>Факторы, влияющие на качество турпродукта. Соотношение факторов внешней и внутренней среды в туризме, влияющих на качество турпродукта.</p> <p>Практические занятия Раскройте понятие «национальный турпродукт». Уровни национального турпродукта</p>		
Тема 2. Услуги туристского профиля в составе турпродукта.	Самостоятельная работа обучающихся	4	2
	Услуги туроператоров и турагентов, их общие и отличительные черты.	14	3
	Транспортные услуги в составе турпродукта.		
	Услуги размещения как одна из составляющих турпродукта.		
	Виды предприятий, предоставляющих услуги размещения.		
	Услуги питания в составе турпродукта. Основные виды питания.		
	Услуги развлекательного характера как составляющая часть турпродукта.		
	Перечислите основные услуги туристского профиля, входящие в состав турпродукта.		
	Назовите основные виды туристских транспортных средств и опишите плюсы и минусы каждого из них.		
	Назовите виды предприятий, предоставляющие услуги размещения.		
Тема 3. Продвижение туристского продукта: понятие и сущность	Самостоятельная работа обучающихся	10	3
	Понятие продвижения туристского продукта.		
	Система продвижения туристского продукта.		
	Продвижение туристского продукта турагентом. Договор турагента с туроператором.		
	Что такое турпродукт в соответствии с ФЗ "Об основах туристской деятельности".		
	На какие элементы туристского/потребительского рынка направлена система продвижения туристского продукта.		
Тема 4. Подготовка продаж	На основании какого документа турагент осуществляет продвижение туристского продукта. Его краткая характеристика.	12	3
	Самостоятельная работа обучающихся		
	Этапы совершения покупки.		
	Подготовка к продажам.		
	Методы анализа потребностей потребителей туристских услуг.		

	уникальных турпродуктов.		
Тема 5. Технологическая документация сопровождения продаж	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Нормативно-правовые документы, необходимые для продажи турпродукта.</p> <p>Внутренние документы (документы турфирмы).</p> <p>Документы для туриста.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Анализ Федерального Закона «О защите прав потребителей».</p> <p>Составить макеты документов, которые турфирма обязана предоставить туристу при продаже турпродукта.</p>	8	3
Тема 6. Реклама как средство продвижения туристского продукта	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Особенности рекламы в туризме.</p> <p>Рекламные средства для продвижения турпродукта.</p> <p>Технология организации рекламной компании турпродукта.</p> <p>Проблема оценки эффективности рекламной компании турагентства.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Таблица «Плюсы и минусы различных рекламных средств».</p>	2	2
5 семестр		68	
Тема 1. Офисная технология - как основа технологии продаж. Личные продажи.	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Офисная технология - как основа технологии продаж. Контактная зона</p> <p>Личные продажи как средство продвижения туристского продукта. Профессиональные компетенции. Клиентоориентированности</p> <p>Основные требования к офису турфирмы и персоналу.</p> <p>Формирование собственных контингентов потребителей туристских услуг.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Основные принципы техники личных продаж.</p> <p>Требования к офису турфирмы.</p> <p>Требования к персоналу.</p>	6	1
Тема 2. Туристские выставки и ярмарки	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Понятие выставки и ярмарки.</p> <p>Классификация выставочных мероприятий.</p> <p>Виды туристских выставок.</p> <p>Организации участия туристской фирмы в работе выставки.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Дайте определение понятиям "выставка" и "ярмарка". В чем основные сходства и различия</p>	6	1
		12	3

	выставок и ярмарок. Характеристика основных этапов туристской выставки, ярмарки. Перечислите виды туристских выставок.		
Тема 3. Информационные технологии в продвижении туристского продукта	Самостоятельная работа обучающихся Возможности Интернет - технологий в продвижении туристского продукта. Электронная почта. Прямая почтовая рассылка. Электронная реклама. Веб-сайт фирмы. Средства продвижения турпродукта в Интернете.	10	3
Тема 4. Стимулирование сбыта.	Самостоятельная работа обучающихся Стимулирование сбыта: понятие и сущность. Стимулирование клиентов. Стимулирование сотрудников турфирмы. Ознакомительные (рекламные) туры. Стимулирование посредников (турагентов). Понятие стимулирования сбыта. Цель стимулирования сбыта. Основные методы стимулирования клиентов, сотрудников, посредников.	12	3
Тема 5. Формирование общественного мнения	Содержание учебного материала Понятие «связи с общественностью (publicrelations)» в туризме. PR мероприятия в туризме. Основные PR-мероприятия в туризме. Практические занятия Дайте определение понятия "связи с общественностью".	4	1
Тема 6. Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии	Самостоятельная работа обучающихся Типы клиентов. Основы психологии влияния в процессе продаж услуг туристской индустрии Презентация. Методы презентации турпродукта. Практические занятия Перечислите основные типы клиентов. Основные средства психологического влияния на потребителя в процессе продажи турпродукта.	6	3
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой (дифференцированного зачета) в 5 семестре			
МДК 01.02. Технология и организация турагентской деятельности		108	
4 семестр			
Тема 1. Роль и место турагентской деятельности	Содержание учебного материала Структура индустрии туризма.	4	1

в индустрии туризма	Турагенты и туроператоры: общие и специфические черты.		
	Турагент: понятие, основные задачи, формы.		
	Практические занятия Сравнительный анализ туроператорской и турагентской деятельности.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Туризм как феномен культуры и объект профессиональной деятельности. Факторы развития туризма. Соотношение между типами и категориями туризма.	6	3
Тема 2. Нормативно-правовая база турагентской деятельности	Самостоятельная работа обучающихся ФЗ «Об основах туристской деятельности». ФЗ «О защите прав потребителей».	8	3
	Требования к организации турагентской деятельности.		
	Анализ статей ФЗ «Об основах туристской деятельности».		
	Работа с национальными стандартами в области туризма.		
	Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности». Формы государственной поддержки туристской сферы. Права и обязанности турфирм и туристов.		
Тема 3. Государственное регулирование турагентской деятельности	Самостоятельная работа обучающихся Государственные органы по регулированию туристской деятельности.	8	3
	Стратегия и программы развития туризма в Российской Федерации.		
	Программы перспективного развития индустрии туризма в России.		
	Характеристика и направления деятельности Федерального Агентства по туризму.		
	Перспективные виды национального туризма.		
Тема 4. Организационно-правовые формы создания турагентств	Содержание учебного материала Организационно-правовые формы создания турфирмы.	4	1
	Основные документы туристской фирмы.		
	Основные этапы создания туристского агентства. Порядок регистрации турфирмы.		
	Порядок ликвидации, реорганизации, банкротства турфирмы.		
	Практические занятия Сравнительный анализ индивидуального и коллективного турбизнеса.		
	Самостоятельная работа обучающихся Составные элементы учредительного договора и устава туристического предприятия Агентский договор. Должностная инструкция руководителя туристской группы.	6	3
Тема 5. Основы	Самостоятельная работа обучающихся	10	3

менеджмента турагентства	Позиционирование туристской фирмы на рынке.		
	Выбор стратегии управления турфирмой. Стиль и методы управления.		
	Организация работы с персоналом турфирмы. Обучение и повышение квалификации сотрудников. Основные требования к работе менеджера по продажам.		
	Организация работы туристской фирмы с деловыми партнерами.		
	Профессиональные и этические компетенции руководителя и сотрудников турфирмы.		
	Разработка обучающего тренинга для менеджеров по продаже турпродукта.		
	Правила проведения бизнес-встреч и деловых мероприятий в туризме.		
5 семестр	Практические занятия Основные стратегии позиционирования турфирмы. Профессиональные компетенции сотрудников турфирмы. Профессиональная этика работников туристского бизнеса. Формирование коммуникативных навыков персонала турфирмы.	4	2
Тема 1. Классификация групп клиентов	Содержание учебного материала Сегментирование рынка. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Типы потребителей. Классы обслуживания.	8	1
	Практические занятия Учет специфических характеристик различных типов туристов при подборе турпродукта. Таблица «Тип клиента и правила работы с ними». Сравнительная таблица «Требования к различным классам обслуживания». Анализ и учет факторов, влияющие на поведение потребителей, со стороны турфирмы.		
	Самостоятельная работа обучающихся Классификация групп клиентов турфирмы. Сравнительная характеристика индивидуального и группового туризма. Формы и стили обслуживания клиентов.		
	Самостоятельная работа обучающихся Понятие "контактная зона". Требования к контактной зоне.		
	Культура обслуживания клиентов. Клиентоориентированность.	6	3
	Психологический аспект процесса общения с потребителями.		
	Влияние художественно-эстетического оформления контактной зоны в турфирме на уровень спроса.		

	Разработка этического кодекса работника сферы туризма. Разработка тренинга для развития у сотрудников навыка клиентоориентированного сервиса. Характеристика этапов личной продажи в туроператорстве Методика работы с жалобами туристов. Преодоление возражений клиентов.		
Тема 3. Технологии и методы продаж турпродуктов туроператорами	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Реклама как средство продвижения туристского продукта.</p> <p>Офисная технология - как основа технологии продаж Личные продажи.</p> <p>Туристские выставки и ярмарки.</p> <p>Интернет - технология в продвижении туристского продукта.</p> <p>PR-компании.</p> <p>Практические занятия</p> <p>Разработка рекламных материалов для турфирмы.</p> <p>Разработка PR-материалов для турфирмы.</p> <p>Разработка алгоритма личных продаж в турфирме.</p> <p>Характеристика сайта туристской фирмы.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Анализ современных (нестандартных) рекламных средств.</p> <p>Специфика пост продажного обслуживания в туроператорстве.</p> <p>Использование национальной символики в системе продвижения национального турпродукта.</p> <p>Использования площадок онлайн-бронирования, глобальных систем бронирования в туризме.</p> <p>Рекламные и пресс-туры: специфика организации, использование в работе менеджера.</p>	6	1
Тема 4. Документационное обеспечение потребителей в процессе продажи турпродукта	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Основы договорных отношений с клиентом. Порядок рассмотрения претензий.</p> <p>Документационная база для туриста: туристская путевка, ваучер, информационный листок, памятка туристу.</p> <p>Организация расчетов с потребителем.</p> <p>Макеты документов, выдаваемых туристу.</p> <p>Правила оформления загранпаспорта, различных типов виз.</p> <p>Разработка памятки туриста для различных стран.</p> <p>Особенности оформления виз в некоторые страны. Страховое и медицинское обеспечение путешествий</p>	4	3
Тема 5. Постпродажное обслуживание потребителей	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Работа с туристом после завершения путешествия.</p> <p>Создание постоянной клиентской базы.</p>	4	1

	Практические занятия Методы анализа потребительских оценок качества турпродукта. Маркетинговые исследования уровня спроса на туристские услуги – их назначение, влияние на деятельность турфирмы, на ассортиментную политику. Составление портфолио гостя-правила составления, содержательная сторона.	2	2
Тема 6. Роли и виды международных организаций в туризме	Самостоятельная работа обучающихся Роль международных туристских объединений и организаций. Правовое регулирование международного туризма. Роль Всемирной туристской организации в развитии современного туризма. Российские национальные организации в сфере туризма. Практическая работа. Взаимодействие международных и национальных туристских объединений и организаций. Практическая работа. Таблица «Международные и национальные организации в области туризма и гостиничной индустрии»	6	3
	Практические занятия Компенсация за не предоставленные услуги и возмещение убытков туристам.	2	3
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой (дифференцированного зачета) в 5 семестре			
Всего		242	
Учебная практика. Виды работ:	1. Ознакомление с содержанием и задачами практики, с правилами техники безопасности в учебном заведении 2. Проведение экономической оценки подбора оптимального турпродукта для клиента 3. Составление сравнительного анализа форм продажи продуктов турииндустрии 4. Разработка технологии персональной продажи в турииндустрии 5. Составление анализа систем продвижения турпродуктов 6. Изучение нормативной базы организаций турагентских продаж 7. Участие турагента в организации рекламы и продвижения турпродукта 8. Составление психологического портрета поведения турагента в процессе продажи туристской путевки 9. Оформление документов по турпродукту 10. Использование информационных технологий в организации работы турагента 11. Изучение организации офиса-турфирмы – агента и квалификационных требований к персоналу 12. Использование информационных источников обеспечения продаж турпродукта	144	
Квалификационный экзамен			

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Кабинет турагентской и туроператорской деятельности

368600,

Республика Дагестан,

г. Дербент,

ул. Кобякова, д.32,

ауд № 12 (1 эт.)

Учебная мебель (столы и стулья ученические, преподавательские стул и стол)

доска – 1 шт.;

мультимедийный проектор (переносной) – 1 шт.;

проекционный экран - 1 шт.;

компьютер с возможностью подключения к сети «Интернет»;

наглядные пособия, схемы;

комплект лицензионного ПО (операционная система - Windows 10 Pro, текстовый редактор - Microsoft Word 2016

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Кольчугина, Т. А., Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебно-методическое пособие / Т. А. Кольчугина. — Москва: КноРус, 2024. — 52 с. — ISBN 978-5-406-12096-5. — URL: <https://book.ru/book/950312> — Текст: электронный.

Косолапов, А. Б., Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Практикум: практикум / А. Б. Косолапов. — Москва: КноРус, 2024. — 280 с. — ISBN 978-5-406-12076-7. — URL: <https://book.ru/book/950436>

3. Валеева, Е. О. Организация туристской индустрии: учебное пособие / Е. О. Валеева. — Саратов: Вузовское образование, 2015. — 242 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/31939>

Дополнительные источники:

1. Романюк, А.В. Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства, туризма и спорта: сборник материалов / Романюк А.В. — Москва: Русайнс, 2019. — 245 с. — ISBN 978-5-4365-3770-2. —

URL: <https://book.ru/book/933868>

2. Косолапов, А. Б., Менеджмент в туристической фирме: учебное пособие / А. Б. Косолапов. — Москва: КноРус, 2024. — 256 с. — ISBN 978-5-406-12927-2. — URL: <https://book.ru/book/953121> (дата обращения: 14.02.2024).

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Справочно-правовые системы

1. Консультант Плюс

Интернет-ресурсы:

1. Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО «PROФобразование»// www.profspo.ru/.
2. Электронная библиотечная система BOOK.ru // www.book.ru/.
3. Система дистанционного обучения [www.LMS Moodle.ru](http://www.LMS_Moodle.ru)
 1. www.ratanews.ru
 2. www.russiatourism.ru
 3. www.world-tourism.org

Периодические профессиональные издания:

1. Турбизнес (режим доступа: <http://www.tourbus.ru/>)
2. Туризм: практика, проблема, перспективы
3. Официальная туристская газета TTG (режим доступа:<http://www.ttg-russia.ru>)

4.3. Используемые образовательные технологии

Методы, используемые в технологии, удовлетворяют современным образовательным целям и направлены на формирование общих компетенций, в т.ч:

- *метод создания условий для свободы выбора в учебном процессе*, в частности, в случае отработки пропусков, студент может на выбор, написать реферат от руки, выполнить домашнюю контрольную, лабораторно-практическую работу, защитить проект или создать кейс по пропущенной теме. В качестве творческого задания может составить на выбор терминологический тест, кроссворд и т.п.

- *метод - опережающая самостоятельная работа*, предполагает выполнение упражнений, докладов, рефератов, работу с раздаточным материалом, что отражено в системе разного рода творческих заданий, включая домашние самостоятельные работы.

- *метод побуждение к рефлексии* формирует способности к самоанализу учебной и профессиональной деятельности, умения студента к выявлению собственных затруднений и ошибок. Метод применяется в системе уроков практикумов, предполагающих работу в парах и группах, что по определению способствует формированию специальной и технологической, а также рефлексивной и коммуникативной компетенций. Поскольку организация деятельности по само- и взаимоконтролю предполагает, как минимум, необходимость взглянуть на собственный способ действия со стороны.

- метод обучения профессиональным умениям и навыкам путем «погружения» в профессиональную деятельность, реализуется, в частности, через постановку проблемных вопросов, в контрольных материалах в соответствии с «точками контроля», которые являются показателем способности студента к переносу знаний в измененную ситуацию, стало быть, являются доказательством наличия или отсутствия продуктивного мышления. В рамках названного метода применяются разновидности проблемного: ситуативный, микропреподавание, дидактические игры, сущность которых заключается в вызывании интереса при рассмотрении какой-либо ситуации, заставляет анализировать, выделяя в проблеме известные и неизвестные факты, выдвигать предположения по решению проблемы и проверке правильности этих предположений.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	- разрабатывает анкеты; - составляет опросные листы; - информирует анкетируемого о последовательности проведения социологического исследования; - обрабатывает полученные результаты; - ведет документация на электронных и бумажных носителях.	Беседа. Наблюдение. Защита практических занятий
ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.	- информирование потребителя о видах услуг; - изучение потребителей туристского продукта	Беседа. Наблюдение.
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	- ведение переговоров с поставщиками тур услуг; - проведение рекламной компании по продвижению туристского продукта - заполняет разовые заявки под конкретного и реального клиента; - ведет документацию на электронных и бумажных носителях	Беседа. Наблюдение. Защита практических занятий.
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	- рассчитывает стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя; - ведет документацию на электронных и бумажных носителях	Беседа. Наблюдение. Защита практических занятий.
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	- оформляет турпакет; - оформляет ваучеры; - оформляет страховые полисы; ведет документацию на электронных и бумажных носителях	Беседа. Защита практических занятий.
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	- оформляет анкеты на получение визы - знает классификацию виз в туризме	
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности	- заполняет бланки формы Тур-1 "Туристская путевка"; - ведет документацию на электронных и бумажных носителях	Беседа. Защита практических занятий.

Результаты	Основные показатели	Формы и методы
-------------------	----------------------------	-----------------------

(освоенные общие компетенции)	оценки результата	контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося
ОК2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- сбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области туристской индустрии; - оценка эффективности и качества выполнения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области туризма	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- производить маркетинговые исследования с использованием технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной работы - ответственность за работу подчиненных	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

ОК 9 . Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- анализ инноваций в области туризма	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
--	--------------------------------------	--

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