

**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.03 Предоставление туроператорских 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»

Преподаватель ПЦК ЕСЭд

Б.Х. Мамедов

(занимаемая должность)

С.Д. Абдуллаев

(степ., инициалы, фамилия)

Одобрено на заседании ПЦК

Естественнонаучных и социально-экономических дисциплин

«28» 06 2024г., протокол №\_\_\_\_\_

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.
<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>7</b>
<b>3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>9</b>
<b>4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>21</b>
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	<b>24</b>

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 03 «Предоставление туроператорских 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) СПО

43.02.10.

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 СПО 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:**

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- решения проблем, возникающих на маршруте;
- 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 тур, 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 тур услуг;
  - 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 тур;
  - 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 тур услуг;
  - 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. Распределение часов и форм промежуточной аттестации по семестрам

Курс	Семестр	ПМ, МДК, практика	Максимальн ая учебная	Самостоятель ная работа	Обязател ьная учебная нагрузка	В том числе			Формы промежуточной аттестации
						Теор. обучение	Лаб. и пр.заняти	Курс проект	
3	5	МДК.03. 01	108	90	18	10	8	-	Диф.зачет
3	5	МДК.03. 02	108	90	18	10	8	-	Диф.зачет
3	5	ПП.03	144						Диф.зачет
<b>Промежуточная аттестация</b>									<b>Экзамен квалификацион ный</b>
<b>Итого</b>		<b>ПМ.03</b>	<b>360</b>	<b>180</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>-</b>	

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 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 туроператорами 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	Лекционные занятия, часов	Практические занятия, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1 - ПК 1.7 ПК 2.1 - ПК 2.6 ПК 3.1 - 3.4 ПК 4.1 - ПК 4.3 ОК 1 – ОК 9	Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности	108	72	10	8	90	-	-	144
	Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме	108	72	10	8	90	-		
	Производственная практика	144	-	-		-	-		
<b>Квалификационный экзамен</b>									
	<b>Всего:</b>	<b>360</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>180</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>144</b>

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов					
	Всего		Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками			
	Самостоятельная работа	Всего	Лекционные занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	
<b>МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности</b>	<b>108</b>	<b>90</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	-
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности.	12	8	4	2	2	-

Тема 1.2. Правовые основы туроператорской деятельности.	12	10	2	2	-	-
Тема 1.3. Основные характеристики и структура турпродукта.	10	10	-	-	-	-
Тема 1.4. Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание	12	10	2	-	2	-
Тема 1.5. Технология разработки турпродукта	12	12	-	-	-	-
Тема 1.6. Программный туризм	10	10	-	-	-	-
Тема 1.7. Цена туристского пакета	<b>8</b>	8	-	-	-	-
Тема 1.8. Туристская документация	16	12	4	4	-	-
Тема 1.9. Система бронирования туристских услуг	4	-	4	2	2	-
Тема 1.10. Технология взаимодействия туроператоров с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта.	12	10	2	-	2	-
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Зачет с оценкой</b>					
<b>МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме</b>	<b>108</b>	<b>90</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	-
Тема 2.1. Управленческая концепция маркетинга в туризме.	16	14	2	2	-	-
Тема 2.2. Эволюция, основные концепции маркетинга. Маркетинговая среда.	18	14	4	-	4	-
Тема 2.3. Сегментирование туристского рынка.	18	14	4	4		-
Тема 2.4. Методы изучения спроса. Прогнозирование сбыта.	18	16	2	2	-	-
Тема 2.5. Покупательское поведение потребителей.	18	16	2	-	2	-
Тема 2.6. Маркетинговые мероприятия по продвижению туристского продукта. Организация и проведение маркетинговых исследований в туризме.	20	16	4	2	2	-
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Зачет с оценкой</b>					
<b>Всего</b>	<b>216</b>	<b>180</b>	<b>36</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	-

Производственная практика.	144					
<b>Квалификационный экзамен</b>						
Всего с учетом практик	360	180	36	20	16	-

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

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности</b>		108	
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности.	<b>Содержание</b>		
	1 Понятие «туроператор». Роль туроператора на туррынке. Тенденции развития туринастрии. Факторы устойчивости туроператора на рынке.	2	1
	2 Основные различия между туроператором и турагентом.		
3 Виды и типы туроператоров. Операторы массового рынка. Операторы специализированные. Местные туроператоры. Выездные туроператоры. Функции туроператора.			
	<b>Практические занятия</b>		
	1 Исследование основных схем работы туроператора по разработке и реализации турпродукта	2	2
	2 Проведение деловой игры: «Сотрудничество и соперничество туроператоров массового рынка»		
	<b>Самостоятельная работа</b>		
	Функции туроператоров. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Организация туров для внутреннего туризма. Обеспечение прибывающих туристов. Профессиональные задачи туроператора. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта.	8	3
Тема 1.2. Правовые основы туроператорской деятельности.	<b>Содержание</b>		
	1 Государственное регулирование туристской деятельности. ФЗ «Об основах туристской деятельности»	2	1

	2 Условия осуществления туроператорской деятельности. Единый федеральный реестр туроператоров		
	3 Изучение и обсуждение ФЗ «Об основах туристской деятельности»		
	4 Проведение семинара на тему «Проблемы и перспективы правового регулирования туроператорской деятельности»		
Тема 1.3. Основные характеристики и структура турпродукта.	<b>Самостоятельная работа</b>		
	1 Туристский продукт. Потребительские свойства турпродукта. Три составные части турпродукта. Тур, туристско-экскурсионные услуги, товары	10	3
	2 Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта		
	4 Составление анализа оптимального обслуживания туристов во время путешествия.		
	5 Проведение деловой игры «Способы устранения проблем, возникающие во время тура»		
Тема 1.4. Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание	<b>Самостоятельная работа</b>		
	1 Турпакет (пакетный тур). Как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета, передвижение, размещение, услуги, впечатления.	10	3
	2 Факторы. Политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция.		
	3 Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная времененная шкала туроперейтинговой программы. Обработка информационных источников. Основные правила и методика ведения туров		
	4 Принципы выбора мест приема. Принятие решения о месте назначения; средство размещения; продолжительности тура.		
	<b>Практические занятия</b>		
	1 Составление таблицы - временной шкалы для новой туроперейтинговой программы туроператора.	2	2
	2 Составление договорного плана каждого года в виде таблицы		
	3 Составление туристского пакета, на основе проведённого анализа факторов, влияющих на его создание, в конкретном регионе.		

Тема 1.5. Технология разработки турпродукта	<b>Самостоятельная работа</b>		12	3		
	1 Порядок и этапы разработки турпродукта. Туристско-технологическая документация. Нормативно-правовые акты, регламентирующие процесс проектирования тура					
	2 Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок.					
	3 Потребительские свойства тура. Условия и принципы разработки тура.					
	4 Процесс разработки. Вербальная модель тура.					
	5 Разработка турпродукта для определенной категории туристов (vip)					
	6 Разработка массового турпродукта					
Тема 1.6. Программный туризм	<b>Самостоятельная работа</b>		10	3		
	1 Определение программного туризма. Сущность, цели и задачи. Особенности программного туризма.					
	2 Программы обслуживания. Познавательная, спортивная, образовательная, деловая и др.					
	3 Принципы формирования туристско-экскурсионных программ обслуживания.					
	4 Цели программного туризма. С точки зрения: туристского менеджмента; туристского маркетинга; технологии обслуживания туристов.					
	5 Составление программы обслуживания для определённых групп туристов					
	6 Проведение деловой игры: «Бронирование тура для иностранных туристов»					
Тема 1.7. Цена туристского пакета	<b>Самостоятельная работа</b>		8	3		
	1 Особенности ценообразования в туризме. Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета.					
	2 Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления					
	3 Описание методики расчета стоимости определенного тура.					
	4 Описание методики расчета себестоимости турпакета и определение цены турпродукта для турагента					
Тема 1.8. Туристская документация	<b>Содержание</b>		4	1		
	1 Формы сотрудничества туроператоров и предприятий турииндустрии. Формы сотрудничества туроператоров с зарубежными гостиничными предприятиями. Аренда отеля. Покупка блока мест на условиях коммитмента. Покупка блока мест на условиях					

	элотмента. Квотирование. Работа на условиях безотзывного бронирования.		
2	Взаимоотношения туроператоров и транспортных предприятий. Формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний. Чarterные перевозки. Регулярные перевозки.		
3	Формы сотрудничества туроператоров и предприятий питания.		
4	Взаимоотношения туроператоров и экскурсионных компаний.		
5	Договор между инициативным и рецептивным туроператором. Нормативные документы. Основные позиции договорных взаимоотношений между туроператорами. Виды договоров между туроператорами. Атрибуты контракта на путешествие. Приложения к контракту.		
6	Документация тура. Технологическая документация тура. Туристская путевка. Порядок оформления туристской путевки.		
7	Документация обслуживания. Туристский ваучер. Оформление и учет туристских ваучеров. Реестр учета туристских ваучеров.		
<b>Самостоятельная работа</b>			
1	Туристские формальности. Визовая поддержка. Оформление виз российским гражданам, выезжающим за рубеж. Приём иностранных туристов. Таможенные формальности. Санитарные формальности. Памятка туриста.		
2	Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператоров. Нормативная база страхования в туризме. Виды страхования в туризме. Страхование туристов, выезжающих за рубеж. Страхование на внутреннем и въездном туристском рынке. Оформление страховых полисов для туристов. Страхование профессиональной ответственности.		
3	Описание методики расчетов комиссионного вознаграждения для турагентов		
4	Составление типовых договоров между туроператором и предприятиями турииндустрии.		
5	Составление проекта договора между инициативным и рецептивным туроператором		
6	Оформление туристской путевки и туристского ваучера.		
7	Оформление страхового полиса туристов.		

12 3

		8 Оформление консульских документов для получения визы.		
		9 Заполнение таможенной декларации.		
Тема 1.9. Система бронирования туристских услуг	<b>Содержание</b>			
	1 Значение бронирования услуг в туристской деятельности.			
	2 Заявка на бронирование. Способы бронирования. Лист бронирования.			
	3 Возможности автоматизированных систем бронирования и резервирования. Мировые системы бронирования туристских услуг. Системы бронирования туристских услуг в России.			
	4 Сайты туроператоров.			
	<b>Практические занятия</b>			
	1 Знакомство с системами online бронирования с применением информационных технологий.			
	2 Оформление листа бронирования.			
	3 Проведение презентаций российских систем бронирования и резервирования туристских услуг.			
	4 Оформление заявки на бронирование внутренних и международных туров.			
Тема 1.10. Технология взаимодействия туроператоров с турагентами по реализации и продвижению турпродукта.	<b>Самостоятельная работа</b>			
	1 Агентская сеть. Принципы формирования агентской сети. Функции и задачи создания агентских сетей. Виды агентских сетей.			
	2 Особенности взаимодействия туроператора и турагента. Виды турагентов. Агентский договор. Особенности заключения агентского договора в сфере туризма. Права и обязанности сторон в соответствии с условиями договора. Договор поручения в туризме.			
	3 Принципы расчета туроператоров с турагентами. Стоимость турпродуктов и порядок их оплаты. Отчет турагентов по расчетам и платежам. Агентское вознаграждение и возмещение расходов. Штрафные санкции			
	<b>Практические занятия</b>			
	1 Изучение положений и анализ агентского договора.			
	2 Деловая игра «Заключение агентского договора».			
	3 Решение ситуационных задач.			
	4 Проведение семинара на тему «Проблемы и перспективы развития			

	взаимоотношений туроператора и турагента».		
<b>Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой (дифференцированного зачета) в 7 семестре</b>			
<b>МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме</b>		108	
Тема 2.1. Управленческая концепция маркетинга в туризме.	<p><b>Содержание</b></p> <p>1. История развития маркетинговых концепций за рубежом</p> <p>2. История развития маркетинга в России</p> <p><b>Самостоятельная работа</b></p> <p>Таблица «Видные деятели в сфере маркетинга, их труды и заслуги»</p> <p>Пути преодоления основных проблем в российской системе маркетинга</p> <p>Основные проблемы в российской системе маркетинга</p> <p>Научные деятели в сфере маркетинга: П. Друкер, Ф. Котлер</p> <p>Современные тенденции в системе маркетинга</p>	2	1
Тема 2.2. Эволюция, основные концепции маркетинга. Маркетинговая среда.	<p><b>Самостоятельная работа</b></p> <p>1. Основополагающие концепции маркетинга. Основные маркетинговые школы</p> <p>2. Основные понятия в системе маркетинга: внешняя, внутренняя среда, потребитель, товар, услуга, маркетинговые исследования</p> <p>3. Понятие SWOT-анализ, его цели и задачи</p> <p><b>Практические занятия</b></p> <p>Сравнительная таблица основополагающих концепций маркетинга</p> <p>SWOT-анализ деятельности турфирм г. Дербент</p>	14	3
Тема 2.3. Сегментирование туристского рынка.	<p><b>Содержание</b></p> <p>1. Понятие сегментирования, его цели задачи</p> <p>2. Принципы сегментирования</p> <p>3. Виды сегментации. Критерии сегментирования</p> <p><b>Самостоятельная работа</b></p> <p>1. Анализ основных сегментов туристского рынка г. Дербента</p> <p>2. Сравнительная таблица сегментов туристского рынка в России</p> <p>3. Анализ сегментов туристского рынка</p>	4	2
	<b>Содержание</b>	2	1

Тема 2.4. Методы изучения спроса. Прогнозирование сбыта.	1.	Определение и соотношение понятий «спрос» и «предложение»		16	3			
	2.	Методы анализа спроса в рамках туристского рынка						
	<b>Самостоятельная работа</b>							
	Методы позиционирования туристского продукта							
	Совершенствование системы сбыта туристского продукта							
	Турагентство как посредник по продвижению и продаже турпродукта. Роль и назначение турагентств.							
Тема 2.5. Покупательское поведение потребителей.	<b>Самостоятельная работа</b>			16	3			
	1.	Понятия «потребитель», «турист». Типология потребителей в туризме.						
	2.	Факторы, влияющие на поведение потребителей в туризме						
	3.	Методы воздействия на поведение потребителей						
	4	Основные маркетинговые мероприятия, проводимые турфирмами г. Дербент для воздействия на поведение потребителей						
	<b>Практические занятия</b>							
Тема 2.6. Маркетинговые мероприятия по продвижению туристского продукта. Организация и проведение маркетинговых исследований в туризме.	Сводная таблица «Типология туристов и специфика работы с ними»			2	2			
	Факторы, влияющие на поведение потребителей туруслуг г. Дербент							
	<b>Содержание</b>							
	1.	Маркетинговые исследования в туризме. Цели, задачи, критерии и принципы исследования.						
	2.	Система продвижения турпродукта						
	<b>Самостоятельная работа</b>							
	1	Рекламная деятельность в туризме		16	3			
	2	PR-деятельность в туризме						
	3	Технология личных продаж						
	4	Стимулирование сбыта.						
	5	Мероприятия, направленные на повышение эффективности системы маркетинга в турфирме						
	<b>Практические занятия</b>							
	1.	Маркетинговые исследования спроса на турпродукты г. Дербента		2	2			
	2.	Формирование имиджа турфирмы за счет маркетинговых технологий						

	3.	Разработка рекламных средств для привлечения различных сегментов туристского рынка		
	4.	Разработка PR-мероприятий для привлечения различных сегментов туристского рынка		
<b>Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой (дифференцированного зачета) в 7 семестре</b>				
<b>Всего</b>			<b>216</b>	
<b>ПП.03.01 Производственная практика.</b>				
<b>Виды работ:</b>				
1. Проведение маркетинговых исследований по туристским продуктам				
2. Создание базы данных по турпродуктам				
3. Планирование программ турпоездок				
4. Предоставление сопутствующих услуг				
5. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение цены турпродукта				144
6. Взаимодействие с туроператорами по реализации турпродуктов				
7. Работа с российскими и иностранными агентами по продвижению турпродукта на рынке				
8. Планирование рекламной компании				
9. Анализ деятельности других туркомпаний				
10. Работа с запросами клиентов				
<b>Квалификационный экзамен</b>				
<b>Всего (с учетом практик)</b>			<b>360</b>	

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Реализация профессионального модуля предполагает наличия **кабинета турагентской и туроператорской деятельности.**

#### **Кабинет турагентской и туроператорской деятельности.**

368600,

Республика Дагестан,

г. Дербент,

ул. Колякова, 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.;

ноутбук с возможностью подключения к сети «Интернет»;

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

Технические средства обучения:

- классная или интерактивная доска с лицензионным программным обеспечением и мультимедиапроектор.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **Основные источники:**

1. Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие / Косолапов А.Б. — Москва: КноРус, 2021.—293 с. — ISBN 978-5-406-08512-7. — URL: <https://book.ru/book/940142>
2. Гатауллина, С.Ю. Предоставление экскурсионных услуг: учебник / Гатауллина С.Ю., Косолапов А.Б., Кушнарева И.Ю. — Москва: КноРус, 2021. — 236 с. ISBN 978-5-406-07901-0. — URL: <https://book.ru/book/938395>
3. Валеева, Е. О. Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие / Е. О. Валеева. — Саратов: Вузовское образование, 2015. — 145 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/31941>

#### **Дополнительные источники**

1. 1. Маркетинг туризма (Ростуризм): Учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова — Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 217 с. — ISBN 978-5-4365-0132-1. — URL: <https://book.ru/book/919717>

2. Лисевич, А. В. Маркетинговые технологии в туризме: учебное пособие для СПО / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова, М. А. Джалаев. — Саратов: Профобразование, 2019. — 68 с. — ISBN 978-5-4488-0371-0. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/86302>
3. 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>

## **Справочно-правовые системы**

Консультант Плюс

### **Интернет-ресурсы:**

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

### **4.3. Используемые образовательные технологии**

Методы, используемые в технологиях, 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,

микро преподавание, 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)**

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
<p>ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.</p> <p>ПК 3.2. Формировать туристский продукт.</p> <p>ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.</p> <p>ПК 3.4. Взаимодействовать с туроператорами по реализации и продвижению туристского продукта.</p> <p>ПК 3.5. Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить различные маркетинговые исследования;</li> <li>- использование технических, телекоммуникационных средств для проведения маркетинговых исследований</li> <li>- оформлять и составлять туристский продукт;</li> <li>- проектировать тур;</li> <li>- разрабатывать технологическую документацию при создании турпродукта;</li> <li>- составлять калькуляцию туристского продукта</li> <li>- ведение переговоров с поставщиками тур услуг;</li> <li>- проведение рекламной компании по продвижению туристского продукта</li> <li>- информирование потребителя о видах услуг;</li> <li>- изучение потребителей туристского продукта</li> </ul>	<p>Беседа. Наблюдение. Зачет по практике по профилю специальности</p>

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.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
---	--	---

<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>демонстрация интереса к будущей профессии</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области туристской индустрии;</li> <li>оценка эффективности и качества выполнения</li> </ul> <p>– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области туризма</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– эффективный поиск необходимой информации;</li> <li>– использование различных источников, включая электронные</li> </ul> <p>– производить маркетинговые исследования с использованием технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ</p> <p>– взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения</p> <p>– самоанализ и коррекция результатов собственной работы</p> <p>– организация самостоятельных занятий</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося</p>
--	---	---

	<p>при изучении профессионального модуля</p>	
--	--	--

- анализ инноваций в  
области туризма