Профессиональное образовательное учреждение

«Гуманитарный техникум экономики и права»

105318, Россия, г. Москва, Ибрагимова ул., д. 31, к.1. Тел: +7(499) 166-02-27

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

Специальность: 43.02.10 Туризм

Москва, 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	**4**
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	**7**
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	**9**
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	**15**
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	**17**

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью ППССЗ соответствии с ФГОС по специальности СПО **43.02.11 Туризм** (базовой подготовки), в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке специалистов по туристским услугам при наличии среднего (полного) общего образования.

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:

В результате изучения профессионального модуля обучающийся 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 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

Всего часов 512 часов.
максимальной учебной нагрузки обучающегося –368 часов, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 245 часов;
в том числе практической работы обучающегося 88 часа,
курсовая работа-30 часов;
самостоятельной работы обучающегося 123 часа;
учебная практика 36 часов;
производственная практика 108 часов

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации
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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимую для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения задания
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03«ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Максимальная нагрузка, часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка студента				Самостоятельная работа студента			
			Всего, часов	В т.ч., теоретические занятия, часов	В т.ч., практические занятия, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	В т.ч., курсовая работа (проект), часов	Учебная практика, часов	Производственная практика по профилю специальности), часов
1	**2**	**3**	**4**	**5**		**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
ОК 1 -- 10 ПК 3.1 - 3.4	МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	**200**	**133**	67	36	30	**67**	-	**18**	**54**
ОК 1 -- 10 ПК 3.3 – 3. 4	МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	**168**	**112**	60	52		**56**		**18**	**54**
	Учебная и производственная практика (по профилю специальности), часов	**144**								
Всего:		**512**	**245**	127	88	**30**	**123**		**36**	**108**

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

ПМ.03 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

Наименование разделов и тем МДК	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа		Объем часов	Уровень освоения
МДК 03.01	**Технология и организация туроператорской деятельности**		**200**	
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности				
	Содержание		**8**	
	1	**Понятие туристской деятельности** Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туристской деятельности в России		**2**
	2	Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности Законодательная база.		**2**
	3	**Понятие туроператорской деятельности.** Организационно-правовые формы функционирования туроператоров		**2**
	4	**Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности.** Права и обязанности туроператора , турагента и туриста. Работа с агентами по договорам. Технология оформления страхового полиса Ведение туристской отчетности.		**3**
	Практические занятия		**8**	
	1	*Формирование пакета документов для учреждения юридического лица*		
	2	*Оформление договоров и страховых полисов*		
Тема 1.2 Технология разработки туристического продукта				
	Содержание		**14**	
	1	**Технология формирования туристского продукта**		**2**
	2	**Изучение и анализ ресурсов выбранной дестанации**		**2**
	3	**Выбор схемы работы в дестанации**		**2**
	4	**Основные свойства турпродукта**		**2**
	5	**Основные правила и методика составление программ туров**		**2**
	6	**Принципы выбора базовых услуг для формирования турпродукта** Условия создания оптимального турпродукта		**2**

	7	**Организация транспортного обслуживания туристов**		**2**
	8	**Технология бронирования туристских услуг**		**2**
	9	**Расчет стоимости тура**		**2**
		Практические занятия	**12**	
	1	*Анализ ресурсов выбранной дестинации*		
	2	*Определение базовых услуг по заданным показателям*		
	3	*Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов*		
	4	*Расчет необходимого количества мест в средствах размещения*		
	5	*Расчет себестоимости проектируемого турпродукта*		
	6	*Расчет стоимости тура*		
	7	*Составление программ туров для российских туристов*		
	8	*Составление программ туров для зарубежных туристов (с использованием иностранного языка)*		
Тема 1.3.Туристские формальности	Содержание		**12**	
	1	Паспортно-визовые формальности Особенности оформления виз в некоторыестраны Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам Правила оформления документов при работе с консульскимиучреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями Визовые ограничения		**2**
	2	***Страхование услуг***		**2**
	3	Таможенные формальности. Прядок перемещения валюты через государственную границу. Порядок ввоза и вывоза различных товаров, животных. Пассажирская таможенная декларация. Формы и необходимость декларирования товаров. Таможенные сборы и пошлины. Беспошлинная торговля		**2**
	Практические занятия		**4**	
	1	*Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам.*		
	2	*Изучения порядка ввоза и вывоза различных товаров, денежной валюты, животных и др.*		
Тема 1.4. Технология взаимодействия с турагентами	Содержание		**8**	
	1	Правовые основы взаимодействия туроператоров и турагентов.		**2**

		Федеральный закон «Об основах туристской дечтельности». Основные положения договора между туроператором и турагентом. Единый Федеральный реестр туроператоров. Финансовые гарантии		
	2	Организации деятельности с турагенствами по реализации турпродукта		**2**
	3	Формы и способы бронирования туров. Правила работы с заявками на бронирование.		**2**
	4	Ведение документооборота с использованием информационных технологий		**2**
	5	Правила рачетов с турагенствами и методы их поощрения. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет комиссионного вознаграждения.		**2**
		Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта. Представление информации турагентам по рекламным турам.		**2**
	7	Формирование контрагентской среды		**2**
	Практические занятия		**4**	
	1	***Работа с заявками на бронирование туруслуг***		
	2	***Взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта***		
	3	***Деловая игра «Создание контрагентской сети»***		
Тема 1.5 Оптимизация предоставления турагентских услуг.	Содержание		**11**	
	1	Практика делового общения и переписки. Формирование коммуникативных навыков. Понятие корпоративной культуры. Профессиональная этика работников туроператорской компании. Деловая переписка в индустрии туризма. Значение партнерских взаимоотношений в туристской индустрии.		**2**
	2	Работа с информационно-справочными материалами. Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. Использование каталогов и ценовых предложений..		**2**
	3	Решение проблем с помощью правового регулирования Качество обслуживания и способы его регулирогвания в туризме.		**3**
	4	Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения.		**3**

		Вопросы безопасности в туризме Предоставление сопутствующих услуг.		
	5	Оптимизация деятельности туроператора		**3**
	Практические занятия		**18**	
	1	***Деловая игра «Практика делового общения»***		
	2	***Техника написания делового письма***		
	3	***Работа с информационно-справочными материалами***		
	4	***Решение ситуационных задач с помощью правового регулирования***		
		Дифференцированный зачет	**2**	

Примерная тематика курсовых работ 30

1. Особенности организации туров для детей и подростков
2. Экологический туризм: понятие и сущность
3. Особенности и перспективы развития экстремального туризма
4. Факторы и условия развития культурного туризма
5. Состояние и перспективы развития приключенческого туризма
6. Роль инновационных процессов в развитии туризма
7. Проблемы и особенности популяризации туризма на Урале
8. Перспективы развития событийного туризма в России
9. Особенности развития внутреннего туризма в России
10. Особенности и перспективы развития водного вида туризма в России
11. Влияние сезонности на спрос туристского продукта
12. Особенности организации лечебно-оздоровительных туров на примере Черноморья
13. Перспективы развития сельского туризма в России
14. использование инновационных технологий в создании нового туристского продукта
15. Современное состояние и развитие экскурсионной деятельности в России
16. Развитие культурно-познавательного туризма в России
17. Морские круизы: их виды и особенности организации
18. Роль инновационных методов в образовательном туризме
19. Особенности организации туров на горнолыжные курорты Европы
20. Специфика организации лечебно-оздоровительного туризма
21. Речные круизы в России
22. Туристско-рекреационные ресурсы как основа формирования туристского продукта
23. Особенности организации этно-экологического туризма на Камчатке

24. Современное состояние и перспективы развития горнолыжного туризма в России 25. Перспективы развития гастрономического туризма в России. 26. Особенности развития экзотического туризма.				
МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме			**168**	
Тема 2.1. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг.	**Содержание**		**22**	
	1	Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме. Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга туризма. Становление и развитие маркетинга в туризме. Принципы маркетинга туризма. Маркетинг в профессиональной деятельности специалиста по туризму.		1-2
	2	Концепция маркетинга в туризме Концепции рыночной деятельности. Концепция маркетинга в туризме. Современные тенденции развития маркетинга. Уровни и координация маркетинга в туризме. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Управление маркетингом туристской организации		
	3	Окружающая среда маркетинга Рынок туристских услуг. Рыночные показатели, их содержание и основные назначения. Экономические закономерности туристского рынка. Основные элементы окружающей среды туристской фирмы. Макросреда и микросреда. STEP – анализ, SWOT -- анализ.		
	4	Содержание, направление и и методы маркетинговых исследований Информационное обеспечение маркетинга. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Организационные формы проведения маркетинговых исследований. Методологические основы маркетинговых исследований. Опрос и его инструментарий. Наблюдение. Эксперимент. Экспертные оценки. Метод фокус-групп. Другие методы маркетинговых исследований. Способы обработки статистических данных. Методы работы с базами данных., со справочными		1-2

		информационными материалами.		
	5	Маркетинговые исследования рынка туризма. Субъекты и объекты маркетинга. Рынок туризма – как объект маркетингового исследования. Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости и доли рынка. Конкуренция как фактор маркетинговой среды. Оценка конкурентной среды туристской организации. Анализ конкурентов. Построение конкурентной карты рынка.		2
	6	Маркетинговые исследования потребителей. Потребители как объект маркетинговых исследований. Моделирование поведения потребителей и факторы маркетинговой среды, влияющие на поведение потребителей туристских услуг. Исследование мотивов поведения потребителей. Исследование процесса принятия решения о покупке туристского продукта. Особенности покупательского поведения организаций , потребителей.		2
	Практические занятия		22	
	1	Факторы макросреды и микросреды маркетинга		2
	2	Изучение технологии STEP-анализа		2
	3	Изучение SWOT-анализа туристской организации		2
	4	Разработка плана и организация маркетинговых исследований для создания нового продукта		2
	5	Изучение способов обработки статистических данных		2
	6	Методы работы с базами данных, справочными и информационными материалами		2
	7	Анализ туристского спроса. Факторы, влияющие на изменение туристского спроса		2
	8	Графический анализ спроса на туристские услуги. Пути повышения спроса на туристские услуги		2
	9	Проведение анализа деятельности организации - конкурента		2
	10	Маркетинговые исследования группы потребителей		2
	11	Управление маркетингом туристской организации		2
Тема 2.2 Использование маркетинговых технологий	Содержание		20	
	1	Формирование маркетинговой стратегии. Сущность, роль, процесс формирования		1-2

при формировании туристского продукта.		маркетинговой стратегии туристской организации. Виды маркетинговых стратегий. Программа маркетинга. Бюджет маркетинга.		
	2	Определение целевого рынка. Сущность и роль сегментации и основные сегменты рынка туризма. Методы сегментации. Система Евростиль. Особенности сегментации российского туристского рынка. Выбор целевого рынка. Позиционирование туристского продукта.		1-2
	3	Разработка комплекса маркетинга. Маркетинговый комплекс. Планирование и разработка туристского продукта. Жизненный цикл туристского продукта. Внедрение на рынок нового продукта. Стратегии установления цены на туристский продукт. Формирование сбытовой политики, управление каналами сбыта. Контакты с торговыми представительствами зарубежных стран и регионов		
	Практические занятия		12	
	1	Анализ маркетинговых стратегий туристских фирм региона		2
	2	Проведение сегментации по искомым выгодам рынков для различных туристских продуктов		2
	3	Жизненный цикл туристского продукта		2
	4	Стратегии установления цены на туристский продукт		2
	5	Формирование сбытовой политики		2
	6	Разработка программы маркетинга виртуальной туристской фирмы		2
Тема 2.3. Взаимодействие с субъектами рынка по реализации и продвижению туристского продукта	**Содержание**		16	
	Коммуникационная политика турфирмы Сущность и роль маркетинговых коммуникаций. Формирование коммуникационной политики туристской организации. Организация продвижения турпродукта. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламного продукта в туриндустрии. Рекламные компании в маркетинговой деятельности. Личная продажа. Стимулирование сбыта. Связь с общественностью. Выставки и ярмарки., правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках. Фирменный стиль туристской организации. Понятие, структура и особенности бренда предприятия в туризме			1-2

	Организация и контроль маркетинга туристской организации. Современный подход к маркетинговой деятельности туристской организации Организация службы маркетинга. Маркетинг взаимоотношений. Внутренний маркетинг. Система маркетингового контроля. Эффективность управления маркетингом компании и пути ее повышения.			1-2
	Практические занятия		18	
	1	Организация службы маркетинга		2
	2	Система маркетингового контроля		2
	3	Разработка программы продвижения туристского продукта		2
	4	Разработка рекламной компании		2
	5	Формирование содержания рекламных продуктов		2
	6	Разработка фирменного стиля организации в туриндустрии		2
	7	Личная продажа		2
	8	Эффективность управления маркетингом компании		2
	9	Разработка показателей эффективности маркетинга туристской организации		2
	Дифференцированный зачет		2	
Самостоятельная работа обучающегося при изучении раздела 2.	Систематическое изучение электронного учебника, работа с интернет-ресурсами по зданию преподавателя, обращение к основной и специальной литературе по заданию преподавателя		56	2
	Примерная тематика домашних работ. 1. Реферат по теме: «Виды маркетинговых концепций» 2. Доклад по теме: "Внешняя и внутренняя среда организации" 3. Сбор информации о крупных туроператорах г.Москвы. Создание компьютерных презентаций 4. Доклад по теме: "Обработка статистических данных в туристских организациях" 5. Реферат по теме: "Маркетинговые исследования" 6. Реферат по теме: "Стратегия конкурентных фирм" 7. Реферат по теме: "Виды рекламы, применяемые туристскими фирмами" 8. Создание компьютерных презентаций по теме: "Основные сегменты рынка туризма" 9. Реферат по теме: "Способы позиционирования туристского продукта"			

	10. Реферат по теме: "Сущность и задачи маркетингового комплекса" 11. Доклад по теме: "Установление цен на туристском рынке" 12. Реферат по теме: "Сбытовая политика туристской организации" 13. Реферат по теме: "Центры туризма зарубежных стран" 14. Создание компьютерных презентаций по теме: "Служба маркетинга в туристских фирмах" 15. Реферат по теме: "Фирменный стиль туристской организации"		

Учебная практика 1. Исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. 2. Осуществление бронирования с использованием «систем бронирования», бронирование на сайтах 3. Оформление документации строгой отчетности (ваучер, туристическая путевка, страховка и т.д.) 4. Расчет тура по заданным параметрам 5. Разработка турпродукта для туристов 6. Работа с заявками на бронирование 7. Разработка туристической отчетности 8. Работа с заявкамина бронирование туристических услуг **9.** Формирование контагентской сети		**36**	
Производственная практика Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. Формирование туристского продукта Расчёт стоимости туристского продукта Взаимодействие с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта		**108**	
	Итого	***512часов***	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля проходит в учебном кабинете

Оборудование учебного кабинета:

- Рабочее место по количеству обучающихся;
- Рабочее место для преподавателя;
- Комплекты бланков для технологической документации;
- Комплект учебно-методической документации лаборатории – учебной (тренинговой) по представлению туристских услуг (Турфирма)

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности», ФЗ-132 от 08.01.19 с изменениями и дополнениями.
2. О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ: федеральный закон Р,Ф, от 24 июля 2007 г. №209 – ФЗ(в ред. От 05 июля 2010 г. №153 - ФЗ) // СЗ РФ. – 2007.-- №31. – Ст. 4006
3. Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта: Постановление Правительства РФот 18 июля 2007 г. №452 //СЗ РФ – 2007.--№30. – Ст. 3942.
4. Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в РФ: постановление правительства РФ от 25 апреля 1997 г. №490 (в ред. Постановлении Правительства РФ от 1 февраля 2005 г. №49)// СЗ РФ. – 1997.-- №18. – Ст. 2153.
5. Об утверждении бланков строгой отчетности: приказ Министерства финансов РФ от 9 июля 2007 г. №60 н// Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 2010. -- №38
6. О защите прав потребителей: закон РФ от 7 февраля 1992№2300 -1 (в ред.ФЗ от 18 марта 2019 г. №261 – ФЗ// СЗ РФ – 1996.- №3 – СТ.140)
7. Дурович А.П., Кабушкин Н.И., Организация туризма: Учебное пособие – Мн.: Новое знание, 2010
8. Дурович А.П. Менеджер турагентства. – Минск: Современная школа, 2015.

www.Znanium.com

9. Докторов А.В. Технология транспортного обслуживания в туризме. Учебное пособие. М: Инфра –М ,2017 www. Znanium.com
10. Технология и организация туроператорской и турагентской

деятельности. /Косолапов А.Б. – М.: КНОРУС, 2018.
11. Черных Н.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: Учебное пособие. М.: Советский спорт 2010г.
12. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса
13. Каурова А.Д. Организация сферы туризма
М.: Ось-89
14. Соболева Е.А. Статистика туризма: Статистическое наблюдение. – М.: Финансы и статистика, 2004.
15. Суворова Г.М Безопасный отдых и туризм. М: Юрайт,2019, ЭБС Юрайт
16. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: Учебное пособие / С.А. Быстров. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 400 с.

Дополнительные источники:

1. Бутко И.И. Транспортное обслуживание туризма: учебное пособие – М., март, 2006.
2. Джанджугазова Е.А Маркетинг туристских территорий. М: Юрайт ,2019 ЭБС Юрайт
3. Джум Т.А. Организация сервисного обслуж. в туризме. М: Инфра-м 2015
4. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник /Г.А. Аванесова, Л.П.
5. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник / Под ред. Проф., д.э.н. Чудновского А.Д. – М.,2000.
6. Основы туристской деятельности: Учебник для туристских лицеев и колледжей. - М.: РМАТ, 2000.
7. Биржаков М.Б., Казаков Н.П. Безопасность в туризме. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2008.
8. Котлер Ф., Боуэн Д.Т., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015 www.Znanium.com
9. Шубаева В. Г., Сердобольская И. О. Маркетинговые технологии в туризме .Учебник и практикум для СПО. М: Юрайт, 2019 , ЭБС Юрайт
10. Феденева И. Н., Нехорошков В. П., Комарова Л. К. Организация туристской индустрии. Учебное пособие для СП . М: Юрайт 2019, ЭБС Юрайт
11. Газета «TTG Russia».
Журнал «Туризм и отдых».
Журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы».

Интернет-ресурсы:

http://www.minstm.gov.ru – Официальный сайт Министерства спорта, туризма и молодёжной политики Российской Федерации

http://www.russiatourism.ru - Официальный сайт Федерального агентства по туризму (Ростуризм)

http://www.mid.ru - Официальный сайт Министерства иностранных дел РФ

http://www.d-mir.ru/journal - Электронная версия периодического еженедельного журнала «Туризм и отдых»

ЭОР – Электронный образовательный ресурс

www.tourdom.ru - профессиональный туристский портал

www.turprofi.ru - Портал для турагента

Основные источники:

Федеральные законы

1. "Об основах туристской деятельности", ФЗ-132 от 08.01.19 с изменениями и дополнениями.
2. "О защите прав потребителей", ФЗ-2 от 18.03.19 с изменениями и дополнениями.
3. А.Б. Косолапов. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие. – М.:КНОРУС, 2009 (Среднее профессиональное образование).
4. В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. Технология создания турпродукта: пакетные туры: учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М. – 2010.
5. М.В. Биржаков И.В. Никифоров. Документооборот туристского предприятия: учебное пособие. – СПб.: Издательский дом ГЕРДА, 2009.
6. Дурович А.П. Менеджер турагентства. – Минск: Современная школа, 2015.
7. Докторов А.В. Технология транспортного обслуживания в туризме. Учебное пособие. М: Инфра –М ,2017

Дополнительные источники:

8. Абабков Ю.Н , Филиппов И.Г. Маркетинг в туризме: Учебник М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 www.Znanium.com
9. Джанджугазова Е.А Маркетинг туристских территорий . М: Юрайт ,2019 ЭБС Юрайт
10. Джум Т.А. Организация сервисного обслуж. в туризме. М: Инфра-м 2015
11. Можаева Н.Г., Рыбачек Г.В. Гостиничный сервис. М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М , 2013.
12. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетин. Гостеприимство и туризм. М.: ЮНИТИ, 2007. www.Znanium.com

13.Шубаева В. Г., Сердобольская И. О. Маркетинговые технологии в туризме .Учебник и практикум для СПО. ЭБС М: Юрайт, 2019

12.Феденева И. Н., Нехорошков В. П., Комарова Л. К. Организация туристской индустрии. Учебное пособие для СПО. ЭБС . М: Юрайт 2019

Интернет-ресурсы:

10. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России
11. http://www.mid.ru Официальный сайт Министерства иностранных дел РФ
12. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
13. www.turprofi.ru Портал для турагента
14. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

1. При освоении профессионального модуля предусматривается использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов, деловых и ролевых игр, индивидуальных и групповых проектов, анализа производственной ситуации, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.
2. В целях развития личности, достижения результатов при освоении программы профессионального модуля в части развития общих компетенций обучающиеся могут участвовать в студенческом самоуправлении, работе творческих коллективов, спортивных и творческих клубов.
3. Практика является обязательным разделом данного модуля. При реализации программы профессионального модуля предусматриваются учебная и производственная практика (по профилю специальности), которые реализуются в рамках изучения модуля после его освоения.
4. Производственная практика (по профилю специальности) проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствуют профилю подготовки обучающихся
5. Аттестация по итогам изучения профессионального модуля проводится с учетом результатов производственной практики, подтвержденных документами соответствующих организаций
6. Консультация для обучающихся проводятся в период изучения модуля в объеме, предусмотренном учебным планом образовательного учреждения.
7. Освоение модуля базируется на изучении модуля «Технология организации турагентской деятельности», «Информационные и коммуникационные технологии в профессиональной деятельности». Программа модуля тесно связана с профессиональным модулем

«Предоставление турагентских услуг», «Предоставление услуг по сопровождению туристов»

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требование к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): реализация основной профессиональной образовательной программы по специальности среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.; эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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.3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	Тестирование текущего, рубежного контроля, контрольная работа, дифференцированный зачет. Экзамен по МДК, по результатам наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий	
ПК 3.3Расчитывать стоимость турпродукта	Умение рассчитывать показатели стоимости турпродукта	
ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	Взаимодействие 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	

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.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
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	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК-1Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК-3 Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях,

		итоговой производственной практике
ОК-4 Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике
ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике
ОК-6 Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно обращаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и в ходе обучения	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике
ОК-7 Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения задач	Развитие самоменежмента обучающегося Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, учебной и производственной практик
ОК-8 Самостоятельно определять задачи профессионального и	Планирование обучающимися повышения личностного и	Интерпретация результатов наблюдений за

личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК-9 Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы