Государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования Ленинградской области **ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А. С. ПУШКИНА**

Проректор по учебно-

методической работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_С.Н. Большаков

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММа**

профессионального модуля

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

по специальности среднего профессионального образования

43.02.10 Туризм

Санкт-Петербург

2022

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 43.02.10 Туризм.

Организация-разработчик: ГАОУ ВО ЛО «ЛГУ им. А.С. Пушкина».

Разработчик: Боровикова Елена Владимировна, преподаватель ГАОУ ВО ЛО «ЛГУ им. А.С. Пушкина».

Рассмотрено на заседании ПЦК профессиональных дисциплин.

Протокол № 1 от «31» августа 2022 г.

**СОДЕРЖАНИЕ**

[1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ 4](#_Toc532379433)

[3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 9](#_Toc532379434)

[4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 21](#_Toc532379435)

[5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) 24](#_Toc532379436)

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

**1.1.** **Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Предоставление туроператорских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта;

* формировать туристский продукт;
* рассчитывать стоимость туристского продукта;

- взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в рамках специальности 43.02.10 Туризм, курсов повышения квалификации специалистов по туристским услугам. Опыт работы не требуется. Уровень образования: среднее (полное) общее.

**1.2.** **Цели и задачи профессионального модуля - требования к
результатам освоения профессионального модуля:**

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

**иметь практический опыт:**

* проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
* планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;
* предоставления сопутствующих услуг;
* расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
* взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
* работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
* планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;

**уметь:**

* осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
* проводить анализ деятельности других туркомпаний;
* работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
* обрабатывать информацию и анализировать результаты;
* налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
* работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
* работать с информационными и справочными материалами;
* составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
* составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
* оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
* оформлять страховые полисы;
* вести документооборот с использованием информационных технологий;
* анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
* рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
* рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
* работать с агентскими договорами;
* использовать каталоги и ценовые приложения;
* консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
* работать с заявками на бронирование туруслуг;
* предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
* использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
* использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

**знать:**

* виды рекламного продукта;
* правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
* способы обработки статистических данных;
* методы работы с базами данных;
* методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
* планирование программ турпоездок;
* правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
* основные правила и методику составления программ туров;
* правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
* способы устранения проблем, возникающих во время тура;
* методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
* методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
* методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
* основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
* правила бронирования туруслуг;
* методику организации рекламных туров;
* правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
* основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
* технику проведения рекламной кампании;
* методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
* техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
* специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

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

всего **- 579** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки студента **- 435** часов, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки студента **- 294** часа; самостоятельной работы студента - **111** часов; консультаций – **30** часов, учебной и производственной практики – **144** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование результата обучения |
| ПК 3.1. | Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта |
| ПК 3.2. | Формировать туристский продукт |
| ПК 3.3. | Рассчитывать стоимость туристского продукта |
| ПК 3.4. | Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта |
| ОК 1. | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес |
| ОК 2. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество |
| ОК 3. | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность |
| ОК 4. | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития |
| ОК 5. | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности |
| ОК 6. | Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями |
| ОК 7. | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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 03 «Предоставление туроператорских услуг»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Кодпрофессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего,часов | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | Практика |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка студента | Самостоя-тельная работа студента | Учебная,**часов** | Производственная(по профилюспециальности),**часов** |
| Всего, **часов** | в т.ч.лабораторные работы ипрактические занятия,**часов** | в т.ч.курсовая работа (проект),**часов** | Всего,**часов** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | **8** | **9** |
| ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4 | **МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности** | 212 | 158 | **72** | **10** | 54 |  |  |
| ПК 3.1, ПК 3.4 | **МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме** | 193 | 136 | **72** |  | 57 |  |  |
|  | Учебная практика | 72 |  | 72 |  |
|  | Производственная практика, (по профилю специальности) | **72** |  |  | 72 |
|  | Консультации | **30** |  |  |  |  |  |  |
| ВСЕГО: | **579** | **294** | **144** | **10** | **111** | **72** | 72 |

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ 03 «Предоставление туроператорских услуг»)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа студентов | Объем часов | Уровень освоения |
| МДК 03.01.Технология и организациятуроператорскойдеятельности |  | 212 |  |
| Тема 1.1. Основытуроператорскойдеятельности | Содержание | 12 |  |
| 1. | Введение в основы туроператорской деятельности. Основные понятия.Разновидности туроператорских фирм. | 2 | 2 |
| 2. | Функции туроператоров. | 2 | 2 |
| 3. | Жизненный цикл турпродукта. Основные этапы его создания. | 2 | 2 |
| 4. | Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. | 2 | 3 |
|  | 5. | Права и обязанности туроператора, турагента и туриста. | 4 | 2 |
|  | Практические занятия | 10 |  |
|  | 1. | Изучение стадий жизненного цикла турпродукта. | 2 |  |
|  | 2. | Анализ этапов развития турпродукта в современной практике туризма. | 2 |  |
|  | 3. | Изучение законодательной базы туризма. | 2 |  |
|  | 4. | Составление и анализ документации туроператорской фирмы | 2 |  |
|  | 5. | Права и обязанности туроператора и туриста Решение ситуационных задач по теме. | 2 |  |
| Тема 1.2. Технология разработки туристского продукта | Содержание | 16 |  |
| 1. | Особенности и основные потребительские свойства туристского продукта | 2 | 2 |
| 2. | Классификация турпродукта по географическим направлениям | 2 | 2 |
| 3. | Классификация турпродукта по основному виду используемого транспортного средства | 2 | 2 |
| 4. | Классификация турпродукта по целям путешествия и продолжительности тура | 2 | 3 |
|  | 5. | Классификация по специфике комплектации турпродукта | 4 | 3 |
|  | 6. | Этапы создания турпродукта | 4 | 3 |
|  | Практические занятия | 12 |  |
|  | 1. | Планирование и составление программ турпоездок. | 2 |  |
|  | 2. | Определение наиболее оптимальных маршрутов | 2 |  |
|  | 3. | Организация транспортного обслуживания туристов | 2 |  |
|  | 4. | Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. | 2 |  |
|  | 5. | Составление турпакетов с использованием иностранного языка. | 2 |  |
|  | 6. | Планирование себестоимости проектируемого турпродукта. Расчет стоимости тура. | 2 |  |
| Тема 1.3 Изучение и анализ туристских ресурсов для выбора туристской дестинации | Содержание | 12 |  |
| 1. | Понятие о туристских ресурсах. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации | 2 | 2 |
| 2. | Использование природно-климатических ресурсов в создании турпродукта | 4 | 2 |
| 3. | Использование историко-культурных достопримечательностей в создании турпродукта | 2 | 3 |
|  | 4. | Использование инфраструктурных ресурсов для создания турпродукта | 4 | 2 |
|  | Практические занятия | 12 |  |
|  | 1. | Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации. Решение ситуационных задач. | 4 |  |
|  | 2. | Составление турпакетов с использованием природно-климатических ресурсов и историко-культурных достопримечательностей. Решение ситуационных задач по теме. | 4 |  |
|  | 3. | Изучение и составление турпродукта с использованием инфраструктурных ресурсов. | 4 |  |
| Тема 1.4. Туристские формальности  | Содержание | 12 |  |
| 1. | Паспортно-визовые формальности и ограничения. | 2 | 3 |
| 2. | Организация консульского обслуживания в процессе подготовки тура. | 4 | 2 |
| 3. | Пограничные и таможенные формальности. | 4 | 3 |
| 4. | Порядок ввоза и вывоза различных товаров, животных. | 2 | 3 |
|  | Практические занятия | 8 |  |
|  | 1. | Особенности оформления заграничных паспортов гражданами Российской Федерации. | 4 |  |
|  | 2. | Изучение порядка ввоза и вывоза различных товаров, денежной валюты, животных и др. | 4 |  |
| Тема 1.5. Организация страхования в туроператорской деятельности | Содержание | 12 |  |
| 1. | Виды и функции страхования, применяемые в туризме | 4 | 2 |
| 2. | Страхование туриста и его имущества.Медицинское страхование в туроператорской деятельности. Страхование иностранных туристов. | 2 | 2 |
| 3. | Страхование рисков туристских фирм. Финансовые гарантии туроператора. | 4 | 3 |
| 4. | Страхование от невозможности совершить туристскую поездку.  | 2 | 2 |
|  | Практические занятия | 12 |  |
|  | 1. | Порядок заключения договоров обязательного и добровольного страхования | 4 |  |
|  | 2. | Изучение и анализ действий страхователя при наступлении страхового случая. Решение ситуационных задач. | 4 |  |
|  | 3. | Программы страхования от финансовых потерь. Расчет выплат при страховке от невыезда с франшизой и без неё. | 4 |  |
| Тема 1.6.Оптимизация предоставления туруслуг | Содержание | 12 |  |
| 1. | Профессиональная этика работников туроператорской компании.Качество обслуживания в туризме. | 4 | 2 |
| 2. | Вопросы безопасности в туризме. | 4 | 3 |
|  | 3. | Использование информационных технологий в туроператорской деятельности. | 4 |  |
|  | Практические занятия | 8 |  |
|  | 1. | Анализ проблем, возникающих во время тура. Меры устранения проблем. Решение ситуационных задач. | 2 |  |
|  | 2. | Мониторинг предложений туроператоров | 2 |  |
|  | 3. | Работа с каталогами туристических фирм | 2 |  |
|  | 4. | Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. | 2 |  |
| **Примерная тематика курсовых работ (проектов)** 1. Особенности планирования турпродукта для выездного туризма. 2. Особенности планирования турпродукта для внутреннего туризма.3. Особенности планирования турпродукта для въездного туризма. 4. Визовые формальности стран Шенгенского соглашения.5. Особенности рекламы туристского продукта.6. Анализ деятельности ведущего международного туроператора на примере конкретной компании.7. Анализ популярных туристских направлений отдыха россиян (на примере конкретной страны).8. Особенности и технология разработки экстремального туристского маршрута (по РСО-Алания)9. Особенности и технология разработки событийного тура (по РСО-Алания).10. Особенности и технология разработки экологического тура (по РСО-Алания).11. Автобусные туры: маршруты и особенности программ.12. Анализ основных направлений детского отдыха за рубежом.13. Методы стимулирования потребителей туристского продукта.14. Показатели качества туристского обслуживания.15. Формирование сбытовой сети туроператора.16. Методы создания привлекательного туристского продукта.17. Особенности проектирования турпродукта.18. Организационная структура и имидж туристской фирмы.19. Обеспечение безопасности в туризме.20. Анализ системы страхования туристов в России.21. Роль выставочной деятельности в туризме.22. Каталог туроператора, как основной носитель информации для продвижения турпродукта.23. Туристские формальности.24. Оптимизация предоставления туруслуг. |  |  |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)** | **10** |  |
| Самостоятельная работа при изучении МДК.03.01.- Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров.- Мониторинг предложений туроператоров.- Анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг.- Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы- Сбор и анализ информации в информационных источниках, таких как каталоги, ценовые предложения.- Изучение и анализ основных и сопутствующих услуг- Составление программ обслуживания для различных категорий туристов- Выявление и анализ сведений, подлежащих указанию в таможенной декларации- Сравнительной характеристики поощрения покупок Taxfree и dutyfree.- Изучение сведений, содержащихся в таможенном кодексе.- Анализ публикаций в периодических туристских изданиях и материалах учебных пособий по вопросам эпидемиологической безопасности.- Изучение инструктажа по эпидемиологической безопасности туристов- Сбор документов на оформление визы- Оформление рабочего места менеджера турфирмы- Закрепление навыков делового общения посредством деловых игр.- Разбор и анализ ситуаций, связанных некачественным предоставлением туристских услуг | 54 |  |
| Консультации | 12 |  |
| Всего по МДК 03.01 | 224 |  |
| МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме |  | **193** |  |
| Тема 2.1 Современные маркетинговые технологии | Содержание | **12** |  |
| 1. | Сущность и содержание маркетинга в туризме. | 2 | 2 |
| 2. | Уровни и координация маркетинга в туризме. | 4 | 3 |
| 3. | Маркетинг туризма на национальном уровне. | 2 | 2 |
| 4. | Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии. | 4 | 2 |
|  | Практические занятия | 12 |  |
|  | 1. | Анализ внешней и внутренней среды предприятия | 6 |  |
|  | 2. | Позиционирование продукции на конкурентном рынке | 6 |  |
| Тема 2.2. Технология маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формированиявостребованного туристского продукта | Содержание | **14** |  |
| 1. | Содержание, направления и методы маркетинговых исследований в туризме. Классификация маркетинговых исследований | 2 | 2 |
| 2. | Этапы разработки и реализации маркетинговых исследований | 4 | 2 |
| 3. | Маркетинговые исследования рынка туризма | 2 | 3 |
| 4. | Маркетинговые исследования потребителей | 2 | 3 |
| 5. | Маркетинговые исследования турпродукта | 4 | 3 |
| Практические занятия | **22** |  |
| 1. | Проведение STEP-анализа и SWOT-анализа туристской организации. | 4 |  |
| 2. | Разработка плана и организация маркетингового исследования для создания нового продукта. | 6 |  |
|  | 3. | Анализ туристского спроса и факторов, влияющих на него. Графический анализ данных о спросе на туристские услуги. | 6 |  |
|  | 4. | Разработка материалов для проведения маркетингового исследования | 6 |  |
| Тема 2.3. Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта | Содержание | **16** |  |
| 1. | Формирование маркетинговой стратегии и определение целевого рынка | 2 | 3 |
| 2. | Технологии партизанского и вирусного маркетинга | 2 | 3 |
| 3. | Технология бренда. Ребрендинг | 4 | 2 |
| 4. | Маркетинговые интернет технологии | 2 | 3 |
| 5. | Прямой маркетинг | 2 | 2 |
| 6. | Технология выставочной деятельности предприятия | 4 | 2 |
|  | Практические занятия | **16** |  |
|  | 1. | Формирование маркетинговой стратегии и разработка комплекса маркетинга (решение ситуационных задач) | 4 |  |
|  | 2. | Проведение сегментации по искомым выгодам рынков для различных турпродуктов | 4 |  |
|  | 3. | Построение карты восприятия для различных туроператоров | 4 |  |
|  | 4. | Разработка стратегии ценообразования на туристский продукт | 4 |  |
| Тема 2.4. Взаимодействие с субъектами рынка по реализации и продвижению туристского продукта. | Содержание | **12** |  |
| 1. | Организация маркетинга на туристском предприятии и Коммуникационная политика турфирмы | 4 | 3 |
| 2. | Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций | 2 | 3 |
| 3. | Фирменный стиль туристского предприятия | 4 | 3 |
| 4. | Система маркетингового контроля | 2 | 3 |
| Практические занятия | 12 |  |
|  | 1. | Разработка программы продвижения турпродукта, разработка рекламной кампании | 4 |  |
|  | 2. | Формирование содержания рекламных продуктов. | 4 |  |
|  | 3. | Разработка фирменного стиля организации в туриндустрии. | 4 |  |
| Тема 2.5.Маркетинг вразличных областях туризма | Содержание | **10** |  |
| 1. | Маркетинг в области международного туризма | 4 | 2 |
| 2. | Маркетинг регионов и туристских центров | 2 | 2 |
| 3. | Маркетинг гостиниц, ресторанов, транспортных организаций | 4 | 2 |
|  | Практические занятия | **10** |  |
|  | 1. | Изучение и анализ маркетинга в области международного туризма. Решение ситуационных задач. | 4 |  |
|  | 2. | Анализ маркетинга гостиниц, ресторанов, транспортных организаций (решение ситуационных задач, тестов). | 6 |  |
| Самостоятельная работа при изучении МДК.03.02.- Маркетинговые исследования поведения индивидуальных потребителей- Жизненный цикл товара и маркетинговая политика- Каналы сбыта и их организация- Паблик рилейшнз в системе маркетинга туризма- Методы ценообразования в маркетинге туризма: сравнительный анализ- Маркетинг в сфере услуг и его особенности.- Создание презентации- Подготовка к практическим работам, оформление практических работ и подготовка к их защите- Поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации- Работа с источниками информации | **57** |  |
| Учебная практика профессионального модуля ПМ 03 Предоставление туроператорских услугВиды работ:- Отработка навыков разработки структуры плана маркетинга туристского предприятия, а также программ продвижения турпродукта, ориентированных на мотивацию потребительского спроса.- Ознакомление с графиком работы предприятия, правилами по технике безопасности, с должностными обязанностями персонала турфирмы, а также с перечнем основных и дополнительных услуг.- Формирование навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости услуг.- Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства и овладение навыками работы с офисной техникой. Отработка навыков составления отчетных документов деятельности туристского предприятия | 72 |  |
| Производственная практика (по профилю специальности)Виды работ:- Проведение маркетингового исследования объектов туристского рынка. Выявление целевых сегментов рынка. Позиционирование туристского продукта. Исследование фирменного стиля туристского предприятия. Разработка рекламной продукции.- Планирование турпоездок, составление программ тура и турпоездок. Разработка алгоритма решения проблем, возникающих на маршруте. Соблюдение правил техники безопасности.- Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта.- Составление отчетных документов деятельности туристского предприятия. Проведение STEP-анализа и SWOT-анализа туристской организации. | 72 |  |
| Консультации | 18 |  |
| Всего по МДК 03.02  | 211 |  |
| Всего | 579 |  |

# 4. условия реализации программы ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1. Занятия проводятся в кабинете турагентской и туроператорской деятельности (аудитория 415), который имеет оснащение: компьютер преподавателя, мультимедийный проектор, экран, маркерная доска, столы и стулья обучающихся, стол и стул преподавателя, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий
2. Подписка: Windows 7 x64
3. Идентификатор подписки: 61b01ca9-5847-4b61-9246-e77916134874
4. Акт предоставления прав №Tr043209 от 06.09.2016
5. Microsoft Office 2016 - Лицензионный договор №159 на передачу не исключительных прав на программы для ЭВМ от 27 июля 2018 г.
	1. Помещение для самостоятельной работы (аудитория 213) укомплектовано оборудованием: компьютеры для обучающихся с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, компьютер преподавателя, мультимедийный проектор, столы и стулья обучающихся, стол и стул преподавателя, доска маркерная.
6. Windows 7 x64
7. Подписка: Microsoft Imagine Premium
8. Идентификатор подписки: 61b01ca9-5847-4b61-9246-e77916134874
9. Акт предоставления прав №Tr043209 от 06.09.2016"
10. Microsoft Office 2016
11. Лицензионный договор №159 на передачу не исключительных прав на программы для ЭВМ от 27 июля 2018 г.

**4.2. Информационное обеспечение обучения**

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

**Нормативные документы:**

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями от 17 января 2007г.).

2. ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования.

3. ГОСТ Р 50681-94. Туристско-экскурсионное обслуживания. Проектирование туристских услуг.

4. ГОСТ Р 50644-94. Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.

**Основная литература:**

Феденева И. Н. Организация туристской индустрии: Учебное пособие для СПО/ И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; отв. ред. В. П. Нехорошков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 205 с. – (Серия: Профессиональное образование). – http:// [biblio](http://biblio)-online.ru/

Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг: Учебник / Н.А. Восколович. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 207 с. – http:// biblioclub.ru

Джанджугазова Е.А.Маркетинговые технологии в туризме. Маркетинг туристских территорий Учебное пособие для СПО/ Е.А. Джанджугазова . – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 208 с. – (Серия: Профессиональное образование). – http:// [biblio](http://biblio)-online.ru/

Божук С. Г.Маркетинговые исследования: Учебник для СПО/ С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 280 с. – (Серия: Профессиональное образование). – http:// [biblio](http://biblio)-online.ru/

**Дополнительная литература:**

Маркетинг в туристской индустрии: Учебное пособие/ Под ред. Ю.П. Кожаева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 303 с. – http:// biblioclub.ru

Хайретдинова О.А. Технология и организация туроператорской деятельности: Учебное пособие. – Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015. – 107 с. – http:// biblioclub.ru

Дашкова Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: Учебное пособие/ Т.Л. Дашкова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. **–** 72 с. – http:// biblioclub.ru

Котлер Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм: Учебник / Ф. Котлер,  Боуэн Джон,  Мейкенз Джеймс. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071 с. – http:// biblioclub.ru

**Электронные библиотеки:**

1. ЭБС Университетская библиотека онлайн. – Режим доступа: [http://www.biblioclub.ru/](%20http%3A//www.biblioclub.ru/)

2. ЭБС Юрайт. – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>

3. ЭБС IPRbooks. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

**4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

 Профессиональный модуль ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг реализуется в течение четвертого и пятого семестров обучения по специальности 43.02.10 Туризм. Занятия проводятся в кабинете турагентской и туроператорской деятельности, информационно-экскурсионной деятельности, лабораториях: учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма), учебный (тренинговый) офис.

Учебный материал разделов и МДК выдается концентрированно. По окончании освоения каждого междисциплинарного курса проводится промежуточная аттестация по форме, предусмотренной учебным планом. После полного освоения модуля и окончания учебной и производственной практик проводится экзамен (квалификационный).

 Реализация программы профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг осуществляется одновременно с изучением дисциплин: «Физическая культура»; «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации», «Иностранный язык», «Организация туристской индустрии», «География туризма», «Основы философии».

**4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

 Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам «Технология и организация туроператорской деятельности», «Маркетинговые технологии в туризме»: наличие высшего образования, соответствующего профилю данного профессионального модуля. Преподаватели должны иметь опыт практической деятельности в соответствующей профессиональной сфере, получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

 Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего образования, соответствующего профилю модуля, и опыта практической деятельности в соответствующей профессиональной сфере. 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 формированиявостребованного туристского продукта. | - оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований;- качество организации и проведения сбора данных;- качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований. | Оценка выполненной практической работы;оценка выполненного тестового задания;оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы. |
| ПК 3.2. Формировать туристский продукт. | Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий. | Оценка выполненной практической работы;оценка выполненного тестового задания;оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы; |
| ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта. | Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта. | Оценка выполненной практической работы;оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы; |
| ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта. | Эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта. Подготовка электронной презентации тура.-разработка качественного рекламного продукта;-оценка эффективности программы продвижения турпродукта;-разработка фирменного стиля туристской фирмы. | Оценка выполненной практической работы;оценка выполненного тестового задания;оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы; |

5.1. Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у студентов 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 студента в процессе освоения образовательной программы. |
| ОК 2. Организовывать собственную деятель-ность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности. | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы. |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике. |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование. | Экспертное наблюдение и оценка напрактических 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, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | Взаимодействие со студентами, преподавателями в ходе обучения. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике. |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | Развитие самоменежмента студента. Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий. | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике. |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | Планирование студентами повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля. | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы. |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности. | Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы. |

**5.2 Фонд оценочных средств**

**5.2.1. Типовые задания для оценки освоения МДК. 03.01:**

Задание 1: Подбор тура

*Проверяемые результаты обучения*: умение работать с запросами клиентов, в том числе иностранными; использовать каталоги и ценовые предложения; работать с заявками на бронирование туруслуг; знание правил бронирования туруслуг.

*Текст задания*: работа в виде деловой игры, группам выдаются бланки заданий. Основная задача – подобрать по каталогам тур, соответствующий определенным параметрам, заполнить документацию по бронированию туруслуг.

Задание 2: Документооборот

*Проверяемые результаты обучения*: умение работать с информационными и справочными материалами; вести документооборот с использованием информационных технологий.

*Текст задания*: работа в виде деловой игры, группам выдаются бланки заданий. Основная задача – описать какие элементы электронного документооборота необходимо использовать в каждом случае

Задание 3: Создание тура

*Проверяемые результаты обучения:* умение составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; составлять турпакеты с использованием иностранного языка; знание планирования программ турпоездок; основных правил и методик составления программ туров.

*Текст задания:* на основе исходной информации по виду туризма и сегменту рынка составить тур, в том числе на иностранном языке.

Задание 4: Оформление документов

*Проверяемые результаты обучения*: умение оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; оформлять страховые полисы; знание правил оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.

*Текст задания:* оформить необходимую документацию в соответствии с ситуацией.

Задание 5: Решение возникающих в туре проблем

*Проверяемые результаты обучения*: умение анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;

*Текст задания:* проанализировать конкретные ситуации, дать рекомендации по предотвращению подобных случаев.

Задание 6: Расчёт себестоимости и цены тура

*Проверяемые результаты обучения*: умение рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; знание методик расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; методик расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта.

*Текст задания*: В соответствии с исходными данными произвести расчет себестоимости и цены тура.

Задание 7: Агентский договор

*Проверяемые результаты обучения*: умение работать с агентскими договорами; знание методики создания агентской сети и содержание агентских договоров.

*Текст задания*: проанализировать конкретный агентский договор, внести в него коррективы.

Задание 8: Работа с турагентом

*Проверяемые результаты обучения*: умение предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; знание правил расчетов с турагентствами и способы их поощрения.

*Текст задания*: работа в виде деловой игры, группам выдаются бланки заданий. Основная задача – подобрать для турагента метод поощрения и рассчитать комиссионное вознаграждение.

**5.2.2. Типовые задания для оценки освоения МДК. 03.02:**

Задание 1: Проведение маркетингового исследования.

*Проверяемые результаты обучения*: умение осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами: проводить анализ деятельности других туркомпаний; знание методов работы с базами данных.

*Текст задания:* работа в виде деловой игры, группам выдаются бланки заданий. Основная задача – Провести маркетинговое исследование по конкретному вопросу и составить по нему отчет.

Задание 2: Выставочная деятельность турфирмы

*Проверяемые результаты обучения*: умение работать на специализированных выставках с целью организации презентации, распространения рекламных материалов и сбора информации; консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; знание методики работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту.

*Текст задания:* При посещении специализированной выставки собрать информацию по заданной стране, проанализировать и составить презентацию. Защитить данную презентацию на практическом занятии.

Задание 3: Деловое общение

*Проверяемые результаты обучения*: умение использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках; знание техники эффективного делового общения, протокола и этикета; специфики норм общения с иностранными клиентами и агентами.

*Текст задания*: ролевая игра - тренинг делового общения в различных предложенных ситуациях.

**Критерии оценки выполнения заданий**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № пп | Оценка хода (итогов) выполнениязадания | Баллы по итогам выполнения |
| максимальновозможноеколичество баллов | квалификационныйминимум | не выполнил |
| 1 | Соответствие предлагаемых услугпожеланиям клиента | 30 | 25 | 0 |
| 2 | Правильность выполнения расчетастоимости услуг | 20 | 15 | 0 |
| 3 | Полнота и точность информации отуристских 0формальностях | 30 | 25 | 0 |
| 4 | Правильность оформлениядокументов | 20 | 15 | 0 |
| Итого | 100 | 80 | 0 |

ПРИЛОЖЕНИЕ

Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования Ленинградской области «Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина»

**Квалификационный экзамен по профессиональному модулю**

**ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг**

ФИО студента, курс, группа \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

Специальность **43.02.10** Туризм

1. **Результаты освоения ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Индекс** | **Наименование междисциплинарных комплексов и практик, входящих в состав профессионального модуля** | **Распределение учебной нагрузки по курсам и семестрам** | **Форма промежуточной аттестации** | **Оценка** |
| МДК.03.01 | Технология и организация туроператорской деятельности | 2 курс4 семестр | Дифференцированный зачет |  |
| МДК.03.02  | Маркетинговые технологии в туризме | 3 курс, 6 семестр | Дифференцированный зачет |  |
| УП 03.01 | Учебная практика | 2 курс, 4 семестр | Зачет |  |
| ПП.03.01 | Производственная практика (по профилю специальности) | 3 курс, 5 семестр | Дифференцированный зачет |  |

**Результаты освоения общих и профессиональных компетенций**

**ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг**

**2.1. В результате изучения ПМ.03 освоены следующие компетенции:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 постоянного изменения правовой базы. |  |

* 1. **В результате изучения ПМ.03 освоены следующие профессиональные компетенции:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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. |  |

**ВЫВОД:** вид профессиональной деятельности **освоен /не освоен**

Члены комиссии

квалификационного экзамена \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_