ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Адрес: РД. г. Махачкала ул. Аскерханова 13 «А» /; Тел: 8-(988)-784-51-56;
Сайт: www.gpk-college.ru /; E-mail: gpk-college@mail.ru

СОГЛАСОВАНО
ООО «Марва Тур»
Генеральный директор
_____ Б.М. Курбанов
«___» _____ 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор ПОЧУ «Гуманитарно-педагогический колледж»
_____ А.С.Аскеров
«26» июня 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Код и наименование специальности: 43.02.10 Туризм
Квалификация выпускника: специалист по туризму

ПОЧУ "ГПК"
OID.1.2.643.100.4=0562062661,
СНИЛС=07046606954,
ОГРН=1060562004788,
ИНН=056119699445,
E=gpk-bukhgalter@mail.ru, C=RU,
S=05 Республика Дагестан, L=ГОРОД
МАХАЧКАЛА, STREET="АМЕТ-ХАНА
СУЛТАНА ПР-КТ,10 КМ.,", O="ПОЧУ
""ГПК"", CN="ПОЧУ ""ГПК""",
T=ДИРЕКТОР, G=АЛАУТДИН
САДИТДИНОВИЧ, SN=АСКЕРОВ
я подтверждаю этот документ своей
удостоверяющей подписью
место вашего подписания
2023-12-28 13:13:33

2022 г.

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

Организация-разработчик:
Профессиональное образовательное частное учреждение «Гуманитарно-педагогический колледж».

Разработчики: Гамзаева З.Р., преподаватель ПОЧУ «Гуманитарно–педагогический колледж»;
Магарамова Д.А., преподаватель ПОЧУ «Гуманитарно–педагогический колледж»;
Магомедова К.М., преподаватель ПОЧУ «Гуманитарно–педагогический колледж»

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и рекомендована к утверждению на заседании предметно-цикловой комиссии социально-экономических дисциплин.
Протокол от «20» мая 2022 г. № 9

Председатель ПЦК _____ /Магомедова К.М./
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

		Стр.
1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2.	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3.	СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
5.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	25

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. Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 3.5. Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.

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 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.

Личностные результаты в ходе реализации учебной дисциплины

ЛР 1	Осознающий себя гражданином и защитником великой страны
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций
ЛР 3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа»

ЛР 5	Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России
ЛР 6	Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 8	Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства
ЛР 9	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях
ЛР 10	Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой
ЛР 11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры
ЛР 12	Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания
ЛР 13	Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности
ЛР 14	Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности
ЛР 15	Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем
ЛР 16	Сохраняющий национально-культурную идентичность в условиях поликультурного образовательного процесса
ЛР 17	Принимающий цели и экономического, информационного развития России, готовый работать на их достижение
ЛР 18	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и

	сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; управляющий собственным профессиональным развитием; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость
ЛР 19	Гибко реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, готовый к их освоению
ЛР 20	Содействующий поддержанию престижа своей профессии, отрасли и образовательной организации.
ЛР 21	Самостоятельный и ответственный в принятии решений во всех сферах своей деятельности, готовый к исполнению разнообразных социальных ролей, востребованных бизнесом, обществом и государством
ЛР 22	Способный перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов; позиционирующий себя как результативный и привлекательный участник трудовых отношений.

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 510 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 388 часов; самостоятельной работы обучающегося 122 часа; учебной практики – 36 часов, производственной практики – 108 часов. Экзамен по модулю в 6 семестре.

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 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК 3.2	Формировать туристский продукт.
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК 3.5	Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.
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, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования 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 заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 3.1.-3.5.	**Раздел 1.** Технология и организация туроператорской деятельности	243	162	48		81		18	72
ПК 3.1.-3.5.	**Раздел 2.** Маркетинговые технологии в туризме	123	82	20		41		18	36
ПК 3.1.-3.5.	**Учебная практика**	36							
ПК 3.1.-3.5.	**Производственная практика (по профилю специальности)**,	108							
	Всего:	510	244	68		122		36	108

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 работ (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	Уровень освоения
1	**2**		**3**	**4**
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности				
Раздел 1. Туризм: его значение, роль.				
Тема 1. 1. Влияние туризма на экономику стран. Развитие туризма в РФ	**Содержание учебного материала**		**10**	
	1	Влияние туризма на экономику стран. Факторы, тормозящие развитие туризма. Международные организации по регулированию туризма	2	1
	2	Доля туризма в ВВП стран мира. Статистика доходов от международного туризма. Статистика выезда и въезда туристов в РФ	4	2
	3	Негосударственные объединения российских ТО - РСТ, АТОР- их функции. Требования российского законодательства к ТО. «Турпомощь» и фингарантии. Реестр ТО.	4	2
	Лабораторные работы			
	Практические занятия Изучение реестра ТО , условий вступления в реестр		**2**	
	Контрольные работы			
Тема 1.2. Основы туроператорской деятельности	**Содержание учебного материала**		**12**	
	1.	Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туроператорской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России.	4	2
	2.	Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров.	4	2
	3.	Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.	4	2
	Лабораторные работы			2
	Практические занятия Деловая игра «Формирование пакета документов для учреждения юридического лица» Изучение технологии оформления договоров. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру. Разбор ситуаций предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором.		**10** 2 2 4 2	
	Контрольные работы			
Раздел 2. Технология работы туроператора				
Тема 2.1.Этапы работы ТО	**Содержание учебного материала**		**20**	
	1	Цели и задачи ТО бизнеса. Виды ТО и туроперейтинга. Специализации ТО	4	

	2	Бизнес – модели развития ТО.	4	
	3	Активные субъекты туриндустрии. Поставщики туруслуг	4	
	4	Выбор транспортной организации. Выбор транспортной организации	4	
	5	Аккредитация ТО в посольствах. Оформление документов при работе с консульскими учреждениями.	4	
	Лабораторные работы			
	Практические занятия Изучение поставщиков туруслуг при бронировании «напрямую» и через meet-компанию Подготовка и комплектование пакета документов туриста для оформления визы Изучение и правила оформления ваучеров, памяток, страховых полисов		**6** 2 2 2	
	Контрольные работы			
Тема 2.2. Технология разработки туристского продукта	**Содержание учебного материала**		**22**	
	1.	Понятие разработки туристского продукта. Свойства и цели турпродукта.	2	2
	2	Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов. Изучение и анализ запросов потребителей туруслуг. Изучение рекреационных возможностей регионов.	4	2
	3.	Выбор схемы работы в дестинации. Выбор контрагента- партнера.Meet-компании	4	2
	4.	Основные правила и методика составления программ туров. Определение направлений и продолжительности туров. Определение целевой аудитории. Групповые и индивидуальные туры	4	2
	5.	Ценообразование тура. Методики расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости. Издержки	4	2
	6.	Обеспечение безопасности тура: страховое и медицинское обеспечение путешествий .Оформление страховки	4	2
	Лабораторные работы			
	Практические занятия			
Тема 2.3 Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж.	**Содержание учебного материала**		**28**	
	1	Принципы работы маркетинговой службы в ТО.	4	2
	2	Виды продвижения ТО турпродукта на туристическом рынке.	4	2
	3	Маркетинговые исследования ТО	4	2
	4	Работа по привлечению ТА: Создание франчайзинговых агентских сетей.	4	2
	5	Обучение ТА - воркшопы, презентации, семинары, вебинары, инфотуры. Особенности продвижения турпродукта.	4	2
	6	Совместная реклама с ТА, совместные мероприятия. Размещение инфо на сайте СПО	4	2
	7	Повышение технологичности ТО для привлечения ТА. Онлайн бронирование. Оплата турпродукта. Круглосуточная поддержка клиентов ТА	4	2
	Лабораторные работы			
	Практические занятия			
Раздел 3. Внутренний туризм в РФ.				
	Содержание учебного материала		**22**	

Тема 3.1. Внутренний туризм в РФ. Состояние и проблемы	1	Структура госрегулирования туризма в РФ. Особенности внутреннего российского туррынка на современном этапе.	4	1
	2	Статистика внутренних ресурсов России.	4	2
	3	Индустрия гостиничного дела и питания. Индустрия транспорта.	4	2
	4	Потенциал развития внутреннего туризма в России. Оценка туристского потенциала территорий	4	2
	5	Основные туристские предпочтения россиян. Рекреационное районирование России.	4	2
	6	Экологический туризм. Характеристика экотуристского потенциала России. Причины, сдерживающие развитие экотуризма в России	2	2
	Лабораторные работы			3
	Практические занятия		**28**	
	Практическая работа. Подготовить эссе на темы: - центры народных промыслов и декоративно- прикладного искусства (по выбору) - природный памятник Всемирного наследия в России (по выбору) - историко- архитектурный памятник Всемирного наследия в России (по выбору) - примеры экологического туризма - разработать маршрут экотуризма		10	
	Практическая работа. Разработать пакет тура по России 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. Планирование программ турпоездок. 6. Составление программ тура и турпакета. 7. Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. 8. Изучение ситуационных примеров по страхованию туристов 9. Расчет стоимости тура		12	
	Практическая работа. Продвижение разработанного тура 1. Создать макет рекламного буклета «Пять причин, чтобы посетить…» (направление по выбору учащегося) 2. Подготовить план инфотура по выбранному направлению 3. Подготовить комплект документов для ТА		8	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела 1 ПМ 3 **Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы** 1. Туристические операторы: сущность, функции. 2. Классификация туроператоров (по форме собственности, по виду деятельности). Инициативные и рецептивные туроператоры. Аутгоинговые, инкаминговые, инсайд-туроператоры 3. Профиль работы туристического оператора. 4. Поиск информации об условиях взаимодействия и туроператоров и турагентов 5. Изучение сайтов туроператоров 6. *Общие нормативно-правовые акты, определяющие работу субъектов туристской индустрии в РФ.* 7. *Специальные нормативно-правовые акты, регулирующие туристскую деятельность в РФ.*			**81**	

8. Поиск информации о характеристиках российских туроператорских фирм 9. Подготовка информации для оформления памятки туристу 10. Подготовка информации о дополнительных страхованиях туриста 11. Изучение бланков проездных документов, страховых полисов, ваучеров 12. Позиционирование туров и туроператоров: подходы, уровни позиционирования. 13. Схемы работы туристического оператора по реализации и организации туров.			
Учебная практика. **Виды работ:** 1. Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров. 2. Мониторинг предложений туроператоров. 3. Анализ причин возникновения ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг. 4. Составление программы экскурсионного обслуживания по маршруту в России для зарубежных туристов. 5. Составление программы экскурсионного обслуживания по за рубежом для российских туристов. 6. Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы		**18**	
Производственная практика. (По профилю специальности) **Виды работ:** 1. Изучение и анализ структуры, системы управления в туристических фирмах Республики Дагестан 2. Анализ возможностей туристических компаний города в освоении новых направлений путешествий 3. Позиционирование туристской фирмы на рынке 4. Организация работы туристской фирмы с деловыми партнерами (макеты договоров) 5. Формирование туристского продукта (любого направления по выбору учащегося) 6. Стратегия продвижения туристского продукта на рынок (план продвижения)		**72**	
Раздел 2 ПМ			
МДК.03.02.Маркетинговые технологии в туризме			
Тема 2.1. Управленческая концепция маркетинга в туризме.	**Содержание**	**10**	2
	1. История развития маркетинговых концепций за рубежом	2	
	2. История развития маркетинга в России	2	
	3. Научные деятели в сфере маркетинга: П.Друкер, Ф.Котлер	2	
	4. Современные тенденции в системе маркетинга	2	
	5. Основные проблемы в российской системе маркетинга	2	
	Практические занятия	**2**	2
	Пути преодоления основных проблем в российской системе маркетинга	2	
Тема 2.2. Эволюция, основные концепции маркетинга. Маркетинговая среда.	**Содержание**	**8**	2
	1. Основополагающие концепции маркетинга. Основные маркетинговые школы	4	
	2. Основные понятия в системе маркетинга: внешняя, внутренняя среда, потребитель, товар, услуга, маркетинговые исследования	2	
	3. Понятие SWOT-анализ, его цели и задачи	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятие	**4**	2
	Сравнительная таблица основополагающих концепций маркетинга	2	

	SWOT-анализ деятельности турфирм Республики Дагестан		2	
Тема 2.3. Сегментирование туристского рынка.	**Содержание**		**10**	2
	1.	Понятие сегментирования, его цели задачи	2	
	2.	Принципы сегментирования	2	
	3.	Виды сегментации. Критерии сегментирования	2	
	4.	Анализ сегментов туристского рынка	4	
	Лабораторные работы			
	Практические занятия		**4**	2
	1.	Анализ основных сегментов туристского рынка Республики Дагестан	2	
	2.	Сравнительная таблица сегментов туристского рынка в России	2	
Тема 2.4. Методы изучения спроса. Прогнозирование сбыта.	**Содержание**		**8**	
	1.	Определение и соотношение понятий «спрос» и «предложение»	2	2
	2.	Методы анализа спроса в рамках туристского рынка	2	
	3.	Методы позиционирования туристского продукта	2	
	4.	Совершенствование системы сбыта туристского продукта	2	
	Лабораторные работы			
	Практические занятия		**4**	2
	Турагентство как посредник по продвижению и продаже турпродукта. Роль и назначение турагентств.		2	
	Программа стимулирования посредников туроператора.		2	
Тема 2.5. Покупательское поведение потребителей.	**Содержание**		**8**	
	1.	Понятия «потребитель», «турист». Типология потребителей в туризме.	2	2
	2.	Факторы, влияющие на поведение потребителей в туризме	2	
	3.	Методы воздействия на поведение потребителей	4	
	Лабораторные работы			
	Практические занятия		**2**	
	Основные маркетинговые мероприятия, проводимые турфирмами Республики Дагестан для воздействия на поведение потребителей		2	2
Тема 2.6. Маркетинговые мероприятия по продвижению туристского продукта. Организация и проведение маркетинговых исследований в туризме.	**Содержание**		**18**	
	1.	Маркетинговые исследования в туризме. Цели, задачи, критерии и принципы исследования.	2	2
	2.	Система продвижения турпродукта	2	
	3.	Рекламная деятельность в туризме	4	
	4.	PR-деятельность в туризме	4	
	5.	Технология личных продаж	2	
	6.	Стимулирование сбыта.	2	
	7.	Мероприятия, направленные на повышение эффективности системы маркетинга в турфирме	2	
	Лабораторные работы			
	Практические занятия		**4**	2
	3.	Разработка рекламных средств для привлечения различных сегментов туристского рынка	2	
	4.	Разработка PR-мероприятий для привлечения различных сегментов туристского рынка	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ 3			**41**	

Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы 1. Качественные и количественные методы маркетинговых исследований 2. Понятие «анкета» и «опросный лист». Специфика их составления 3. Плюсы и минусы рекламных средств 4. Печатные PR-материалы, правила составления 5. Активные стимулирующие методы в туризме 6. Реактивные стимулирующие методы в туризме 7. Каналы сбыта туристского продукта 8. Специфика работы с различными типами потребителей туруслуг. 9. Законы рыночной системы «спроса» и «предложения». 10. Ориентация на сегменты туристского рынка при разработке маркетинговой стратегии 11. Этапы разработки маркетингового плана 12. SWOT-анализ гостиничных предприятий, критерии сравнительного анализа 13. Влияние маркетинговых исследований на формирование турпродукта 14. Маркетинговые исследования запросов иностранных туристов. 15. Методы привлечения иностранных туристов в Россию. 16. Специфика рекламной и PR-деятельности, направленной на продвижение национального турпродукта 17. Влияние маркетинговой политики на имидж и деловую репутацию турфирмы 18. Экономический эффект (отдача) от маркетингового комплекса турфирмы. 19. Корпоративные мероприятия для потребителей и бизнес-партнеров как средство повышения спроса на турпродукт. 20. Комиссионное вознаграждение как средство стимулирования посредников туроператора. **21.** Специфика работы туроператора с постоянными бизнес-партнерами (льготы, дисконты, штрафные санкции) 22. Влияние анализа конкурентной среды на построение системы маркетинга **23.** Специфика анализа маркетинговой политики конкурентов		3
Учебная практика. **Виды работ:** 1. Анализ рекламных материалов турагентства. Плюсы и минусы из использования 2. Разработка теоретических рекомендаций по совершенствованию рекламной политики турагентства **3.** Описать алгоритм личных продаж в турфирме. Сильные и слабые стороны техники личных продаж у сотрудников турагентства (анализ) 4. Описать основные методы, которые можно использовать при проведении маркетингового исследования на тему «Приоритетные предпочтения различных сегментов туристского рынка Республики Дагестан 5. Проанализировать плюсы и минусы участия турфирмы в профессиональных выставках. Описать этапы подготовки турфирмы к участию в профессиональной выставке.	**18**	
Производственная практика. (По профилю специальности) **Виды работ:** 1. Разработка мероприятия, стимулирующих активность поставщиков туруслуг (для гостиницы, экскурсионного бюро, турагента) 2. Этапы разработки рекламного тура для сотрудников турагентства (схема) 3. Разработка рекламного тура для сотрудников турагентства (в расчете на 3-5 дней) 4. Разработка презентации «Наш новый тур» (для участия турагентства в профессиональной выставке) 5. Проведение маркетингового исследования на тему «Приоритетные предпочтения различных сегментов туристского рынка Республика Дагестан»	**36**	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета.

Учебный тренинговый офис №6.3

Оснащение:

Столы ученические – 15 шт.

Стулья – 30 шт.

Стол преподавателя – 1 шт.

Стул преподавателя – 1 шт.

Учебная доска – 1 шт.

Проектор, наглядные пособия, макеты, стенды, видеоматериалы, презентационные материалы.

Туристские каталоги, образцы форм бланков туристской технологической документации, туристские плакаты.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1.Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Невский фонд, 2010. – 576 с.

2.Буйленко В.Ф. Туризм: учебник для среднего профессионального образования. - М.: Феникс, 2017. - 416 с.

3.Дурович А.П. Организация туризма: Учебное пособие. – СПб: Издательский дом «Питер», 2018. – 320 с.

4.Еремина Е.И., Мурахтанова Н.М. Маркетинг. Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования. - М.: Академия, 2016. 304с.

5.Мазилкина Е.И. Маркетинг. Учебник для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 368с.

6.Современные технологии социально-культурной деятельности: Учеб. пособие / Под ред. Е.И. Григорьевой. – Тамбов: Першина, 2017. – 340с.

Дополнительные источники:

1.Казущик А.А. Основа маркетинга. Учебное пособие. - Минск: Беларусь, 2016. -247с.

2.Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие для ссузов/ А.Б. Косолапов. - 2е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2018. - 288 с.

3.Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. Учебник для вузов. - М.: КНОРУС, 2017. – 388 с.
4.Мазилкина Е.И. Маркетинг. Учебник для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования. - М.: Дашков и Ко, 2018. - 368с.
5.Сагинова О.В и др. Организация рекламной деятельности. Учебное пособие для начального профессионального образования. - М.: Академия, 2018.-240с.
6.Экономика и управление туристской деятельностью. Учебное пособие / Под общ.ред. Г.А. Карповой, Л.В. Хоревой. В двух частях. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2017.

Интернет-ресурсы:

1. www.ratanews.ru
2. www.russiatourism.ru
3. www.world-tourism.org

4.3. Используемые образовательные технологии

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

- *метод создания условий для свободы выбора в учебном процессе***,**в частности, в случае отработки пропусков, студент может на выбор, написать реферат от руки, выполнить домашнюю контрольную, лабораторно-практическую работу, защитить проект или создать кейс по пропущенной теме. В качестве творческого задания может составить на выбор терминологический тест, кроссворд и т.п.
- *метод - опережающая самостоятельная работа,* предполагает выполнение упражнений, докладов, рефератов, работу с раздаточным материалом, что отражено в системе разного рода творческих заданий, включая домашние самостоятельные работы.
- *метод побуждение к рефлексии* формирует способности к самоанализу учебной и профессиональной деятельности, умения студента к выявлению собственных затруднений и ошибок. Метод применяется в системе уроков практикумов, предполагающих работу в парах и группах, что по определению способствует формированию специальной и технологической, а также рефлексивной и коммуникативной компетенций. Поскольку организация деятельности по само-и взаимоконтролю предполагает, как минимум, необходимость взглянуть на собственный способ действия со стороны.
- *метод обучения профессиональным умениям и навыкам* путем «погружения» в профессиональную деятельность, реализуется в частности через постановку проблемных вопросов, в контрольных материалах в соответствии с «точками контроля», которые являются показателем способности студента к переносу знаний в измененную ситуацию, стало быть, являются доказательством наличия или отсутствия продуктивного мышления. В рамках названного

метода применяются разновидности проблемного: ситуативный, микропреподавание, дидактические игры, сущность которых заключается в вызывании интереса при рассмотрении какой-либо ситуации, заставляет анализировать, выделяя в проблеме известные и неизвестные факты, выдвигать предположения по решению проблемы и проверке правильности этих предположений.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	- проводить различные маркетинговые исследования; - использование технических, телекоммуникационных средств для проведения маркетинговых исследований	Беседа. Наблюдение. Зачет по практике по профилю специальности
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	- оформлять и составлять туристский продукт; - проектировать тур; - разрабатывать технологическую документацию при создании турпродукта;	Беседа. Наблюдение. Зачет по практике по профилю специальности
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	- составлять калькуляцию туристского продукта	Беседа. Наблюдение. Зачет по практике по профилю специальности
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	- ведение переговоров с поставщиками тур услуг; - проведение рекламной компании по продвижению туристского продукта	Беседа. Наблюдение. Зачет по практике по профилю специальности
ПК 3.5. Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.	- информирование потребителя о видах услуг; - изучение потребителей туристского продукта	Беседа. Наблюдение. Зачет по учебной практике

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	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося

ОК2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области туристской индустри; оценка эффективности и качества выполнения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области туризма	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося
ОК 4.Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	– производить маркетинговые исследования с использованием технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий	– самоанализ и коррекция результатов собственной работы	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.	– анализ инноваций в области туризма	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы