



Негосударственное частное учреждение
Профессиональная образовательная организация
«Уральский институт подготовки кадров «21-й век»



УТВЕРЖДЕНО:

Заместитель директора

М. В. Федорук

«09» августа 2018 г.

**Рабочая программа профессионального модуля
ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг**

Нижний Тагил

2018 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 «Туризм».

Организация-разработчик НЧУ ПОО «Уральский институт подготовки кадров «21-й век»

Разработчики: преподаватель кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Трунова Л.В.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

«3» августа 2018 г. протокол № 1

Зав. кафедрой гуманитарных и социально-экономических дисциплин

 Н.С.Лобарева

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	16
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ).....	20

1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО **43.02.10 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 программах дополнительного профессионального образования: в программах повышения квалификации работников и производственной сферы предпринимательства, а также в программах переподготовки на базе среднего (полного) образования или профессионального образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен: **иметь практический опыт:**

- проведение маркетинговых исследований и создание базы данных по туристским продуктам;

- планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета;
- предоставление сопутствующих услуг;
- расчеты себестоимости услуг, включенных в состав тура, определение цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами, реализацию турпродукта;
- работа с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной компании, проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **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 презентации, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- работать с запросами клиентов, в том числе иностранными;
- 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 предложения;
- 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать:**

- 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, возникающие 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 турагентствами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- правила расчетов с турагентствами и способы их поощрения; - техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы

Профессионального модуля:

Всего – 447 часов, в том числе максимальной учебной нагрузки обучающегося – 231 час, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 60 часов; самостоятельной работы обучающегося – 171 час, учебной практики – 72 часа, производственной практики – 144 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися 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 ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			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 3.1-3.4	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	168	50	20		118		36	-
ПК 3.1-3.4	МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	63	10	6		53		36	-
ПК 3.1-3.4	Производственная практика (по профилю специальности), часов <i>(если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)</i>	144	144						144
	Всего:	447	60	26		171		72	144

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	Объем часов	Уровень освоения	
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности		168		
Тема 1. Основы туроператорской деятельности	<i>Содержание</i>			
	1	Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туристской деятельности. Факторы туристской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туристской деятельности в России.	4	2
	2.	Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности Законодательная база.	2	1
	3	Организационно – правовые формы функционирования туроператоров Понятие туроператорской деятельности. Организационноправовые формы функционирования туроператоров.	2	2
	4	Документация туристской фирмы, ведение туристской отчетности Документация туроператорской фирмы. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста. Работа с агентскими договорами.	4	2
	<i>Лабораторные работы</i>			
	<i>Практические занятия</i> Деловая игра «Формирование пакета документов для учреждения юридического лица» Технология оформления договоров и страховых полисов		10	
Тема 2. Технология разработки туристского продукта	<i>Содержание</i>			
	1	Понятие технологии и разработки туристского продукта.	2	2
	2	Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации.	4	2
	3	Свойства и цели турпродукта.	4	2

	4	Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов. Условия создания оптимального турпродукта. Расчет стоимости тура.	4	2
	5	Выбор схемы работы в дестинации.	2	2
	6	Основные правила и методика составления программ туров. Организация транспортного обслуживания туристов. Технология бронирования туруслуг.	2	2
	Лабораторные работы			
	Практические занятия Анализ ресурсов выбранной дестинации. Определение базовых услуг по заданным показателям. Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов. Планирование себестоимости проектируемого турпродукта. Расчет необходимого количества мест в средствах размещения. Планирование программ турпоездов. Определении наиболее оптимальных Составление программ тура и турпакета. Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.		10	
	Самостоятельная работа при изучении раздела 1. ПМ 03 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 Tax free и duty free. 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 менеджере турфирмы Закрепление навыков делового общения посредством деловых игр. Разбор и анализ ситуаций, связанных некачественным предоставлением туристских услуг.		118	3

МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме			63	
Тема 1. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	<i>Содержание учебного материала</i>			
	1	Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга в туризме. Становление и развитие маркетинга в туризме. Принципы маркетинга туризма. Маркетинг в профессиональной деятельности специалиста по туризму.	2	1,2
	2	Концепции 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.		1,2
	3	Окружающая среда маркетинга. Рынок туристских услуг. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Экономические закономерности туристского рынка. Основные элементы окружающей среды туристской фирмы. Макросреда и микросреда. STEP-анализ, SWOT-анализ.		2
	4	Содержание, направления и методы маркетинговых исследований в туризме. Информационное обеспечение маркетинга. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. 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 и информационными материалами.		2
	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. Анализ личностных факторов. Исследование мотивов поведения потребителей. Исследование процесса принятия решения о покупке туристского продукта. Особенности покупательского поведения организаций потребителей.		2
	<i>Лабораторные работы</i> <i>не предусмотрено</i>			
	Практические занятия: Изучение технологии STEP-анализа и SWOT-анализа туристской организации. Разработка плана и организация маркетингового исследования для создания нового продукта. Изучение способов обработки статистических данных, методов работы с базами данных, справочными и информационными материалами. Анализ туристского спроса и факторов, влияющих на него. Графический анализ данных о спросе на туристские услуги. Пути повышения спроса. Проведение анализа деятельности организаций-конкурентов (на примере конкретной туристской организации). Разработка материалов для проведения маркетингового исследования потребностей в новых продуктах у постоянных потребителей туристской организации.		4	
Тема 2. Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта	<i>Содержание учебного материала</i>			
	1	Формирование маркетинговой стратегии Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии туристской организации. Виды маркетинговых стратегий. Программа маркетинга. Бюджет маркетинга.	2	1,2
	2	Определение целевого рынка Сущность и роль сегментации рынка. Базовые признаки 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 турпродукта. Внедрение на		1,2

	рынок нового турпродукта. Стратегии установления цены на туристский продукт. Формирование сбытовой политики, управление каналами сбыта. Контакты с торговыми представительствами других регионов и стран.		
	<i>Лабораторные работы</i> не предусмотрено		
	Практические занятия: Проведение сегментации по искомым выгодам рынков для различных турпродуктов. Позиционирование турпродукта по преимуществам. Построение карты восприятия для различных туроператоров. Разработка стратегии ценообразования на туристский продукт Анализ маркетинговых стратегий турфирм региона, разработка программы маркетинга виртуальной турфирмы.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела 2 ПМ.03 Отчет об экскурсии на предприятие туриндустрии Разработка материалов для проведения маркетингового исследования. Сбор информации о крупных туроператорах региона для практического занятия. Создание компьютерной презентации Проведение маркетингового исследования Сбор информации о стратегиях конкретных турфирм. Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке. Сбор рекламных материалов, их анализ и оценка. Подготовка компьютерной презентации программы тура для выставки. Сбор материалов для разработки фирменного стиля туристской организации.	53	3
	Учебная практика Виды работ 1. Посещение выставок ярмарок. Сбор и анализ об участниках рынка 2. Разработка плана маркетинга туристского предприятия. 3. Решение ситуационных задач 4. Закрепить полученные знания и навыки в процессе теоретического обучения. 5. Подготовиться к самостоятельной профессиональной деятельности на туристских предприятиях в сфере менеджмента, ориентированного в том числе на мотивацию потребительского спроса. 6. Овладеть навыками сбора информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений. 7. Ознакомление с должностными обязанностями персонала турфирмы.	72	

<p>8. Изучение перечня основных и дополнительных услуг. 9. Формирование навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости услуг. 10. Изучить правила по технике безопасности. 11. Изучить график работы предприятия. 12. Овладеть навыками работы с офисной техникой. 13. Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства 14. Изучить основы организации туристской деятельности Овладеть навыками отчетности в туризме</p>		
<p>Производственная практика Виды работ</p> <p>1. Проведение маркетингового исследования объектов туристского рынка. Выявление целевых сегментов рынка. Позиционирование туристского продукта. 2. Фирменный стиль туристского предприятия. Рекламная продукция. 3. Осуществление планирования турпоездов, составление программ тура и турпоездов. 4. Предоставление сопутствующих услуг турфирмы. 5. Решение проблем, возникающих на маршруте. 6. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта. 7. Применение полученных в процессе обучения знаний и навыков. 8. Сбор информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений. 9. Формирование практических навыков по анализу функциональной и отраслевой структуры турфирмы. 10. Описание структуры и кадровой политики турфирмы. 11. Закрепление навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости туров. 12. Соблюдение правил техники безопасности. 13. Практика работы с офисной техникой. 14. Работа со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства. 15. Практика работы с туристской документацией и отчетностью.</p>	<p>144</p>	
Всего:	447	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета междисциплинарных курсов.

Оборудование учебных кабинетов:

Стол для преподавателя – 1 штука

Стул для преподавателя – 1 штука

Стол для обучающихся – 10 штук

Стулья для обучающихся – 20 штук

Доска магнитная,

Флипчарт

Технические средства обучения:

А также, мультимедийная аппаратура:

-ноутбук – Acer 5620 – 3 штуки,

- ноутбук - Asus – 2 штуки,

- ноутбук - HP CQ 57,

- ноутбук - Lenovo 590,

- ноутбук - Lenovo 580,

-проектор – HITACHI CPX5

-экран переносной

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику. Производственная практика проводится в организациях города Нижний Тагил (согласно заключенным договорам на производственную практику).

4.2. Учебно-дидактические средства преподавателя:

Конспект теоретических занятий по изучаемым темам, методические рекомендации по выполнению практических и контрольных работ, карточки-задания, сборники задач и упражнений, презентации, контрольные вопросы для подготовки к аттестации.

4.3. Информационное обеспечение обучения

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

Основные источники:

1. Быстров С.А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: Учебное пособие. - М.: Издательство ФОРУМ, 2014. - 400 с.

2. Сарафанова Е.В., Яцук А.В. Маркетинг в туризме: учебное пособие для среднего профессионального образования. - М.: Издательский дом АЛЬФА-М, 2015. - 240 с.

3. Трухачев, А.В. Туризм. Введение в туризм: учебник / А.В. Трухачев, И.В. Таранова. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2014. - 396 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233099>

Дополнительные источники:

1. Арженовский, И.В. Маркетинг регионов: учебное пособие / И.В. Арженовский. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 135 с.: табл., граф., ил, схемы. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114711>

2. Маркетинг: Учебник. 2-е изд., испр. и доп. (СПО). / Под ред. Федько В.П. - М.: Издательство: ИНФРА-М, 2014-368 с.

3. Минько, Э.В. Маркетинг: учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 351 с.: табл., граф., схемы. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>

4. Шайхутдинова, Г.Ф. Маркетинг: учебно-методическое пособие / Г.Ф. Шайхутдинова, С.А. Никонова : Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уфимский государственный университет экономики и сервиса». - Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2014. - 223 с.: схем., табл. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272506>

Интернет-ресурсы:

www.turprofi.ru Портал для турагента

www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал

www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия

www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России

4.4. Общие требования к организации образовательного процесса

Практические занятия и учебная практика проводятся в специально оборудованных аудиториях турагентской и туроператорской деятельности. Рекомендуется посещение туристских фирм.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг» является освоение дидактических единиц разделов данного модуля, а также выполнение всех видов работ учебной практики по каждому из разделов.

4.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса

соответствующей профессиональной сфере и проходить стажировку 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)

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг», обеспечивает организацию и проведение текущего контроля индивидуальных образовательных достижений обучающихся. Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается итоговой аттестацией в форме квалификационного экзамена.

Формы и методы текущего контроля и промежуточной аттестации по профессиональному модулю доводятся до сведения обучающихся на первом занятии по междисциплинарному курсу.

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

Процент результативности (правильных)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений
--	--

ответов)	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
70 ÷ 89	4	хорошо
50 ÷ 69	3	удовлетворительно
менее 50	2	неудовлетворительно

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности «Предоставление туроператорских услуг» и составляющих его профессиональных компетенций, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ППСЗ в целом.

Формой аттестации по профессиональному модулю согласно утвержденному учебному плану является экзамен.

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	- оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований; - качество организации и проведения сбора данных - качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований	<i>Экспертная оценка</i>
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий	<i>Экспертная оценка</i>
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта	<i>Экспертная оценка</i>
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;	<i>Экспертная оценка</i>

	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
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	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i>
Организовывать 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	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i>
Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной и практике</i>
Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и	<i>Экспертное наблюдение и оценка на</i>

профессиональных задач	личностного развития и ее использование	<i>практических занятиях, итоговой производственной практике</i>
Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике</i>
Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно обращаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и в ходе обучения	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике</i>
Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения задач	Развитие самоменеджмента обучающегося Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, учебной и производственной практик</i>
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i>
Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i>

Вопросы к экзамену

1. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туроператорской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности.
2. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России.
3. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров.
4. Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.
5. Понятие технологии и разработки туристского продукта.
6. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации.
7. Свойства и цели турпродукта.
8. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов. Условия создания оптимального турпродукта.
9. Выбор схемы работы в дестинации.
10. Основные правила и методика составления программ туров.
11. Организация транспортного обслуживания туристов.
12. Технология бронирования туруслуг.
13. Расчет стоимости тура.
14. Практика делового общения и переписки. Формирование коммуникативных навыков. Понятие корпоративной культуры.
15. Профессиональная этика работников туроператорской компании.
16. Работа с информационно-справочными материалами. Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними.
17. Использование каталогов и ценовых предложений.

18. Решение проблем с помощью правового регулирования. Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме.

19. Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения. Предоставление сопутствующих услуг.

20. Паспортно-визовые формальности.

21. Особенности оформления виз в некоторые страны. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам.

22. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.

23. Визовые ограничения. Таможенные формальности. Таможенные сборы и пошлины. Беспшлинная торговля.

24. Порядок перемещения валюты через государственную границу. Порядок ввоза и вывоза различных товаров, животных.

25. Пассажирская таможенная декларация. Формы и необходимость декларирования товаров.

26. Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга в туризме. Окружающая среда маркетинга.

27. Становление и развитие маркетинга в туризме. Принципы маркетинга туризма.

28. Маркетинг в профессиональной деятельности специалиста по туризму.

29. Рынок туристских услуг. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение.

30. Экономические закономерности туристского рынка.

31. Основные элементы окружающей среды туристской фирмы. Макросреда и микросреда. STEP-анализ, SWOT-анализ.

32. Содержание, направления и методы маркетинговых исследований в туризме.

33. Информационное обеспечение маркетинга.

34. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Организационные формы проведения маркетинговых исследований.

35. Методологические основы маркетинговых исследований.

36. Опрос и его инструментарий.

37. Наблюдение. Эксперимент. Экспертные оценки.

38. Метод фокус-групп.

39. Способы обработки статистических данных.

40. Методы работы с базами данных, со справочными и информационными материалами.

41. Маркетинговые исследования рынка туризма.

42. Конкуренция как фактор маркетинговой среды. Оценка конкурентной среды туристской организации. Анализ конкурентов. Построение конкурентной карты рынка.

Разработчики:

НЧУ ПОО «УИПК
«21-й век»

преподаватель
преподаватель

О. Ю. Белова
А.Б. Шемякин

(место работы)

(занимаемая
должность)

(инициалы, фамилия)