**Приложение № 2.1**

к ООП по специальности

***43.02.10 Туризм***

Министерство образования Московской области

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

Московской области «Воскресенский колледж»

|  |
| --- |
| Утверждена приказом директора ГБПОУ МО «Воскресенский колледж» |
| № 182-о от 30.08.2022г. |

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ. 01 Предоставление турагентских услуг

Воскресенск, 2023 г.

Программа профессионального модуля ПМ. 01 Предоставление турагентских услуг разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07 мая 2014 года № 474.

Организация-разработчик: ГБПОУ МО «Воскресенский колледж»

Разработчик: преподаватель ГБПОУ МО «Воскресенский колледж» Курнышова Анна Михайловна

***СОДЕРЖАНИЕ***

|  |  |
| --- | --- |
| **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** |  |
| **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ****УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** |  |
| **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** |  |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«Предоставление услуг по сопровождению туристов»**

**1.1.** **Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности ПМ 01 Предоставление турагентских услуг и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| КодОК, ПК | Умения | Знания | Практический опыт |
| ОК 01.ОК 02.ОК 03.ОК 04.ОК 05.ОК 06.ОК 07.ОК 08.ОК 09.ПК 1.1 ПК 1.2ПК 1.3ПК 1.4 ПК 1.5ПК 1.6 ПК 1.7 | - определять и анализировать потребности заказчика;- выбирать оптимальный туристский продукт;- осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;- принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран. | - структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;- технологии использования базы данных;- статистику по туризму и гостеприимству, профессиональную терминологию и принятые в туризме и гостеприимстве аббревиатуры;- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме и гостеприимстве;- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;- правила оформления деловой документации;- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.  | - выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;- проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта; - взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;- оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;- оказания визовой поддержки потребителю;- оформления документации строгой отчетности. |

**1.2. Распределение планируемых результатов освоения профессионального модуля:**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код ОК, ПК, ЛР | Наименование | Умения | Знания |
| ОК 01. | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | - определять и анализировать потребности заказчика;- выбирать оптимальный туристский продукт; | - структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора |
| ОК 02. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовыеметоды и способы выполнения профессиональных задач, оцениватьих эффективность и качество | - выбирать оптимальный туристский продукт;- осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров; | - различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;- технологии использования базы данных. |
| ОК 03. | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях инести за них ответственность | - выбирать оптимальный туристский продукт; | - основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме и гостеприимстве. |
| ОК 04. | Осуществлять поиск и использование информации, необходимойдля эффективного выполнения профессиональных задач,профессионального и личностного развития | - осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных); | - технологии использования базы данных;- статистику по туризму и гостеприимству, профессиональную терминологию и принятые в туризме и гостеприимстве аббревиатуры; |
| ОК 05. | Использовать информационно-коммуникационные технологии впрофессиональной деятельности. | - составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения; | - основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме и гостеприимстве; |
| ОК 06. | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться сколлегами, руководством, потребителями | - взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами; | - виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости; |
| ОК 07. | Брать на себя ответственность за работу членов команды(подчиненных), результат выполнения заданий | - обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки; | - правила оформления деловой документации;- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности; |
| ОК 08. | Самостоятельно определять задачи профессионального иличностного развития, заниматься самообразованием, осознаннопланировать повышение квалификации | - разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами; | - перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации; |
| ОК 09. | Ориентироваться в условиях частой смены технологий впрофессиональной деятельности | - оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); | - информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.  |
| ПК 1.1 | Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации  | - определять и анализировать потребности заказчика;- выбирать оптимальный туристский продукт; | - структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя; |
| ПК 1.2 | Информировать потребителя о туристских продуктах.  | - взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения; | - различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках; |
| ПК 1.3 | Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.  | - разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты; | - виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий; |
| ПК 1.4. | Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.  | - оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; | - характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости; |
| ПК 1.5 | Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).  | - составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);- принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;- предоставлять | - правила оформления деловой документации;- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности; |
| ПК 1.6 | Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.  | - предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран. | - перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы. |
| ПК 1.7 | Оформлять документы строгой отчетности  | - приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности; | - правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности; |
| ЛР 1. | Осознающий себя гражданином и защитником великой страны |
| ЛР 5. | Демонстрирующий приверженность к родной культуре,исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу,малой родине, принятию традиционных ценностеймногонационального народа России |
| 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 13. | Выполняющий профессиональные навыки в сфере туризма и гостеприимства  |
| ЛР 14. | Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды исотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющийпрофессиональные требования, ответственный, пунктуальный,дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий,нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующийпрофессиональную жизнестойкость |
| ЛР 15. | Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности |
| ЛР 16. | Выполняющий трудовые функции в сфере туризма и гостеприимства  |
| ЛР 17. | Демонстрирующий готовность к эффективной деятельности в рамках выбранной профессии, обладающий наличием трудовых навыков  |
| ЛР 18. | Способный выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов; позиционирующий себя в сети как результативный и привлекательный участник трудовых отношений |

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

2.1. Структура профессионального модуля

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Кодыпрофессиональныхобщих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Максимальный объемнагрузки, час. | В том числе |
| Самостоятельная работа | Семинарские занятия | Всего (обяз.) | В том числе | Промежут. аттест.(экзамен) |
| Лекции, уроки | Пр. занятия | Лаб. занятия | Курсовых работ | Диффер. зачеты |
| ПК1.1. - ПК 1.7ОК01-ОК 09 | МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта | 102 | 34 | - | 68 | 42 | 26 | - | - | - | 4 сем. |
| ПК1.1. - ПК 1.7ОК01-ОК 09 | МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности | 187 | 64 | - | 123 | 59 | 34 | - | 30 | -. | 4 сем. |
| ПК1.1. - ПК 1.7ОК01-ОК 09 | УП.01.01 Учебная практика | 36 | - | - | - | - | - | - | - | 4 сем. | - |
| ПК1.1. - ПК 1.7ОК01-ОК 09 | ПП.01.01 Производственная практика | 108 | - | - | - | - | - | - | - | 4 сем. | - |
|  | ПM.01.ЭК Экзамен по модулю | 4 сем. | - | - | - | - | - | - | - | - | 4 сем. |
|  | ***ПМ.01 Предоставление турагентских услуг*** | ***289*** | ***98*** | ***-*** | ***191*** | ***101*** | ***60*** | ***-*** | ***30*** | ***-*** | ***-*** |

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)** | **Содержание учебного материала,****лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | **Объем в часах** |
| **1** | **2** | **3** |
| **МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта** | **102** |
| **Тема 1.1. Структура рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя**  | **Содержание**  | **12** |
| 1. Основные понятия и определения в туризме и гостеприимстве  | **8** |
| 2. Туристский спрос. Запросы потребителей, их изучение и анализ.  |
| 3. Технологии продаж. Клиенты турфирмы.  |
| 4. Стратегии обслуживания. Реклама.  |
| **Практические занятия** | **4** |
| 1. Определение и анализ потребностей заказчика. Разработка рекламных материалов, рекламных акций  |
| 2. Анализ покупательского поведения потребителей. Анализ мотиваций туриста, выбирающего тур. Продукт.  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Понятие и сущность туристского рынка.2. Особенности туристского рынка.3. Факторы, влияющие на развитие туристского рынка. | **6** |
| **Тема 1.2. Влияние туризма и гостеприимства на экономику стран. Статистика в туризме и гостеприимстве. Законодательные нормативные акты**  | **Содержание**  | **12** |
| 1. Экономика стран. Факторы развития туризма и гостеприимства  | **8** |
| 2. Международные организации по регулированию туризма и гостеприимства. Доля туризма и гостеприимства в ВВП стран мира.  |
| 3. Статистика в туризме и гостеприимстве. Информация, предоставляемая потребителю  |
| 4. Объединения в туризме и гостеприимстве  |
| **Практические занятия**  | **4** |
| 1. Анализ источников информации и нормативнозаконодательной базы, типовых договоров в сфере туризма и гостеприимства. Анализ агентских договоров в части фингарантий ведущих ТО. |
| 2. Составление баз данных по туристским продуктам и их характеристикам. Оформление бланков строгой отчетности.  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Современное состояние туристского рынка (по материалам туристской прессы).2. Дифференциация рынка и сегментация потребителей.3. Турагенты (ТА) и туроператоры на туристском рынке. Виды спроса и предложения на туристском рынке. | **6** |
| **Тема 1.3. Формирование турпродукта**  | **Содержание**  | **12** |
| 1. Законодательство в области туризма и гостеприимства. Расчёт стоимости турпродукта.  | **8** |
| 2. Этапы работы при формировании тура.  |
| 3. Маркетинговые исследования. Оценка конъюнктуры рынка.  |
| 4. Запросы потребителей туруслуг. Этапы реализации турпродукта.  |
| **Практические занятия**  | **4** |
| 1. Изучение рекреационных возможностей заданного региона для создания турпродукта. Расчет турпакета выбранного направления.  |
| 2. Изучение поставщиков туруслуг при бронировании «напрямую» и через meet-компанию.Изучение профиля ТО на сайтах туроператоров. Расчёт стоимости турпродукта |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Планирование и создание туристского агентства. Этапы создания туристского агентства.2. Уголок потребителя в туристском агентстве и требования к нему.3. Выбор имени и слогана ТА. Требования к наименованию предприятия турсферы. | **6** |
| **Тема 1.4. Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж**  | **Содержание**  | **12** |
| 1. Маркетинговая служба. Реклама турпродукта.  | **8** |
| 2. Каталоги турпродуктов. Реклама в сети "Интернет"  |
| 3. Онлайн-бронирование.  |
| 4. Средства стимулирования потребителей  |
| **Практические занятия** | **4** |
| 1. Разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта.  |
| 2. Изучение сайта ТО в части раздела «агентствам».  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Торговая марка, эмблема туристского агентства, бренд.2. Имидж ТА и его составляющие.3. Структурная и технологическая схемы ТА. | **6** |
| **Тема 1.5. Технология продаж турпродукта**  | **Содержание**  | **14** |
| 1. Продажи в турбизнесе.  | **8** |
| 2. Методы изучения запросов потребителей.  |
| 3. Менеджер туристической фирмы. Аспекты общения с клиентами.  |
| 4. Требования законодательства к информации, предоставляемой потребителю |
| **Практические занятия** | **6** |
| 1. Пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран. Технология эффективной презентации турпродукта.  |
| 2. Составление перечня личных и профессиональных качеств менеджера по продажам турпродукта. Составление плана стандартных ответов на претензии туристов.  |
| 3. Бронирование на сайте ТО готового турпакета в системе онлайн. Оформление документации заказа на расчет тура.  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Стили руководства и принципы управления в ТА.2. Информационные технологии в деятельности ТА. КСБ и КСР.3. Российские системы бронирования туруслуг и турпродуктов. | 6 |
| **Тема 1.6. Технологии персональной продажи в туриндустрии**  | **Содержание** | **6** |
| 1. Технологии продаж готового турпродукта. Установление контакта с клиентом.  | **2** |
| **Практические занятия** | **4****4** |
| 1. Использование в рабочих ситуациях эффективные формы общения. Исследование потребностей клиента.  |
| 2. Преодоление возражений клиентов в переговорах. Разработка форм и средств поддержания длительных отношений с клиентами. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Экономический менеджмент ТА. Статьи затрат. Постоянные, переменные, капитальные издержки.2. Экономический менеджмент ТА. Доход. Прибыль. Рентабельность. |
| **Промежуточная аттестация в форме**  | **Экзамен** |
| **МДК01.02 Технология и организация турагентской деятельности** | **187** |
| **Тема 2.1. Понятие и субъекты турагентской деятельности. Основные понятия, используемые в турагентской деятельности**  | **Содержание**  | **16** |
| 1. Турагентская деятельность.  | **10** |
| 2. Субъекты турагентсткой деятельности.  |
| 3. Объекты турагентсткой деятельности  |
| 4. Развитие и регулирование турагентсткой деятельности в России.  |
| 5. Развитие и регулирование турагентсткой деятельности в зарубежных странах.  |
| **Практические занятия** | **6** |
| 1. Обзор нормативно-законодательной базы и типовых договоров в сфере туризм и гостеприимства |
| 2. Анализ источников информации в туризме и гостеприимстве.  |
| 3. Обзор Федерального закона «О защите прав потребителей» |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Автоматизированные системы бронирования и резервирования.2. Анализ и оценка туристского потенциала Российской Федерации и разработка предложений по развитию туристско-рекреационных комплексов в наиболее перспективных туристских кластерах3. Анализ и прогнозирование в туристическом бизнесе4. Анализ моделей организации гостиничного сервиса в России и в мире.5. Анализ проблем и перспектив развития туристско-ресурсного потенциала горнопредгорной части ... края6. Анализ рыночных возможностей и разработка комплексного маркетинга на предприятии туризма и гостиничного хозяйства (на примере изучения деятельности турагентских фирм). | **12** |
| **Тема 2.2. Организационные и правовые основы функционирования туристского предприятия**  | **Содержание**  | **18** |
| 1. Туристские предприятия.  | **12** |
| 2. Нормативно-правовые акты, регулирующие турагентсткую деятельность.  |
| 3. Технологии предреализационных процессов в сфере туризма и гостеприимства.  |
| 4. Договорно-правовая документация.  |
| 5. Права и обязанности субъектов туризма и гостеприимства  |
| 6. Туристская документация.  |
| **Практические занятия** | **6** |
| 1. Рассмотрение договора между турагентом и туристом  |
| 2. Рассмотрение стандартного состава пакета документов на тур.  |
| 3. Организационные и правовые основы функционирования туристского предприятия.  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Бенчмаркетинг как инструмент управления конкурентоспособностью гостиничных услуг.2. Бизнес-план гостиничного (ресторанного, туристского) предприятия: понятия и основные этапы разработки.3. Взаимосвязь туристического бизнеса и сети общественного питания4. Влияние покупательских предпочтений на формирование гостиничных услуг (на примере предприятий размещения).5. Влияние рекламы на покупательный спрос в сфере туризма и гостеприимства.6. Внедрение информационных систем бронирования в индустрии социальнокультурного сервиса и туризма.7. Внутренний туризм и гостеприимство России. | **14** |
| **Тема 2.3. Начало деятельности ТА. Юридические формальности**  | **Содержание** | **16** |
| 1. Статистика в турагентсткой деятельности.  | **12** |
| 2. Бизнес-план турагентства  |
| 3. Реестр турагентсв.  |
| 4. Регистрация турагентств  |
| 5. Сетевые туристические компании.  |
| 6. Франчайзинг.  |
| **Практические занятия** | **4** |
| 1. Изучение на сайтах ведущих ТО раздела «турагентствам  |
| 2. Изучение информации об условиях вступления во франчайзинговые агентства сетей МГП, Горячие туры.  |
|  | **Самостоятельная работа обучающихся**1.Внутрифирменные информационные системы. 2.Вопросы инвестиционной политики в туризме и гостеприимстве. 3.Вопросы страхования в туризме и гостеприимстве. 4. Въездной туризм и методы его стимулирования.5. Выявление потребительских предпочтений с целью совершенствования маркетинговой деятельности предприятия (организации) социально- культурного сервиса и туризма.6. Гостеприимство: законы, стратегия, тактика (на примере…).7. Государственная политика в сфере туризма и гостеприимства. | **14** |
| **Тема 2.4. Документооборот ТА**  | **Содержание** | **26** |
| 1. Документооборот турагент-туроператор.  | **18** |
| 2. Документооборот турагент-турист.  |
| 3. Расчёты в туризме и гостеприимстве.  |
| 4. Туристская путевка как бланк строгой отчетности.  |
| 5. Агентские соглашения на сайтах туроператора.  |
| 6. Условия агентских соглашений.  |
| 7. Страхование туризма и гостеприимства.  |
| 8. Страхование багажа.  |
| 9. Процесс составления договоров.  |
| **Практические занятия** | **8** |
| 1. Подготовка и комплектование пакета документов туриста для оформления визы.  |
| 2. Оформление документов при бронировании и оплате тура.  |
| 3. Изучение «Правил оказания услуг по реализации турпродукта».  |
| 4. Изучение агентских договоров на сайтах ТО.  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1.Государственное регулирование туристской деятельности в РФ. 2.Государственное регулирование туристской деятельности. 3. Диагностика системы управления персоналом кризисной организации социальнокультурного сервиса и туризма.4. Договорные отношения в туризме и гостеприимстве: туроператоры, турагенты, потребители туристских услуг.5. Использование сети Интернет для улучшения системы обслуживания в гостиничном комплексе.6. Использование сети Интернет для улучшения системы обслуживания. | **12** |
| **Тема 2.5. Выбор партнеров ТО**  | **Содержание** | **17** |
| 1. Выбор партнёров туроператора Порядок работы с туроператорами.  | **7** |
| 2. Деловые партнёры турфирм. Критерии надёжности при выборе партнёров туроператора  |
| 3. Юридические и аудиторские компании. Консалтинговые компании.  |
| 4. Паспортно-визовые компании  |
| **Практические занятия** | **10** |
| 1. Анализ предложений ТО на туррынке в выбранной дестинации по различным характеристикам.  |
| 2. Выбор ТО-партнеров по различным направлениям  |
| 3. Профиль ТО.  |
| 4. Работа с сайтами.  |
| 5. Бронирование отдельных услуг на сайтах ТО в режиме онлайн.  |
| **Самостоятельная работа обучающегося**1. Использование современных компьютерных технологий в гостиничном сервисе (на примере…).2. Использование современных технических достижений в сфере обслуживания и туризма.3. Исследование жизненного цикла продукта (услуги) предприятий индустрии. гостеприимства и туризма (на примере гостиницы, ресторана, турфирмы).4. Исследование тенденций и перспектив развития туризма и гостеприимства как комплекса услуг (научно-исследовательская тема).5. Этапы формирования туристского продукта. Туристские путевки и ваучеры.6. Этнокультурный аспект в сфере туризма и гостеприимства.  | **12** |
| **Промежуточная аттестация в форме**  | **Экзамен** |
| **Тематика курсовых работ**1.Оценка туристско-рекреационного потенциала региона (на конкретном примере)2.Разработка комплекса мероприятий по организации выставочного участия туристско- экскурсионной фирмы 3.Комплексный анализ участия туристской фирмы в выставочной деятельности 4. Анализ туристско-рекреационных объектов для развития культурно-познавательного туризма (на конкретном примере)5. Анализ туристско-рекреационных объектов для развития делового туризма (на конкретном примере)6. Анализ туристско-рекреационных объектов для развития экологического туризма (на конкретном примере)7. Анализ туристско-рекреационных объектов для развития религиозного туризма (на конкретном примере)8. Исследование проблем формирования туристского продукта в рамках лечебно- оздоровительного туризма.9. Разработка программы стимулирования сбыта турпродукта в низкий сезон.10. Визовые ограничения как способ регулирования туристских потоков.11.Разработка рекламной стратегии туристской компании 12. Анализ методов и форм реализации туристского продукта13.Разработка программы продвижения турпродукта туроператором 14. Технологии обслуживания клиентов (на примере агентского бизнеса)15. Анализ проблем повышения качества обслуживания туристов16.Причины возникновения конфликтов в туристском бизнесе и пути их решения. 17.Анализ психологических аспектов при общении с клиентами в туристском бизнесе 18.Исследование проблемы повышения качества обслуживания туристов 19. Организация рекламной деятельности на предприятиях индустрии туризма и оценка ее эффективности20. Разработка стратегии формирования лояльности потребителей в сфере туристского бизнеса21.Исследование особенностей нерекламных методов продвижения турпродукта 22.Анализ тенденций развития потребительского спроса в туризме 23.Анализ особенностей туристского продукта и их влияние на технологии продаж 24.Анализ покупательского поведения современного потребителя туристских услуг 25.Анализ психологических процессов, влияющих на технологии продаж в туристском бизнесе 26.Исследование каналов распределения туристского продукта 27.Анализ рекреационных потребностей в структуре потребностей личности28.Анализ процесса персональной продажи турпродукта 29.Анализ диагностики возражений при взаимодействии с клиентами во время процесса продаж турпродукта 30.Исследование сопротивления клиентов как источника возражений в процессе продаж турпродукта  | **30** |
| **Учебная практика****Виды работ** – ознакомление с особенностями практики, техникой безопасности при прохождении практики, особенностью заполнения отчетной документации;– анализ и оценка оказываемых турфирмой услуг с использованием графических форм представления результатов (диаграммы, схемы, таблицы, графики);– выявление и анализ потребностей клиентов турфирмы с использованием графических форм представления результатов (диаграммы, схемы, таблицы, графики);– анализ программного обеспечения турфирмы;– отработка практических навыков оформления туристской путевки и туристского ваучера;– SWOT-анализ деятельности турфирмы;– анализ системы сбыта турфирмы;– комплектование пакета документов в визовый центр;– комплектование пакета документов для выдачи туристу перед поездкой;– анализ структуры и содержания официального интернет-сайта турфирмы и страниц компании в социальных сетях с использованием графических форм представления результатов (диаграммы, схемы, таблицы, графики).  | **36 (1 неделя)** |
| **Производственная практика****Виды работ** **-** выявление и анализ запросов потребителя и возможности их реализации;- информирование потребителя о туристских продуктах;- взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта;- расчет стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя;- оформление турпакета (турпутевки, ваучеры, страховые полисы);- выполнение работ по оказанию визовой поддержки потребителю;- оформление документов строгой отчетности.  | **108 (3 недели)** |
| **Всего (макс.)** | **289** |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет**4-04 Оперативное управление деятельностью структурных подразделений. Маркетинг,**оснащенный оборудованием:

-столы ученические -15 шт.

-стулья -30 шт.

-стол учительский -1 шт.

-доска -1 шт.

 техническими средствами :

-компьютер -1 шт.

методическими материалами:

- методические указания по организации практических занятий;

- методические указания по самостоятельной работе.

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта

Основная литература:

1. Жданова, Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для СПО / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 98 c. — ISBN 978-5-4488-0273-7, 978-5-4486-0904-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83347.html

МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности

Основная литература:

1. Губа, Д. В. Лечебно-оздоровительный туризм: курорты и сервис : учебник / Д. В. Губа, Ю. С. Воронов. — Москва : Издательство «Спорт», 2020. — 240 c. — ISBN 978-5- 907225-06-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/88517.html

Дополнительная литература:

1. Конанова, Е. И. Инклюзивный туризм: технология и организация туристского продукта : учебное пособие / Е. И. Конанова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2019. — 128 c. — ISBN 978-5-9275-3164-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95778.html

2. Дурович, А. П. Организация туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 296 c. 38 — ISBN 978-985-7234-10-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/100351.html

Электронные образовательные ресурсы

1. Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - https://www.biblio-online.ru

2. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» - http://www.iprbookshop.ru

3. Сайт Российского союза туриндустрии www.rostourunion.ru

4. профессиональный туристический портал - www.tourdom.ru

5. Официальный сайт Федерального агентства по туризму - https://tourism.gov.ru/

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Результаты обучения*** | ***Критерии оценки*** | ***Методы оценки*** |
| ***Умения***- определять и анализировать потребности заказчика;- выбирать оптимальный туристский продукт;- осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;- принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран. | Оценка «отлично» выставляетсяобучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободносправляется с задачами ивопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разностороннимидискуссионными навыками и приемами, активно проявляет себя в групповой работе;Оценка «хорошо» выставляетсяобучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос,правильно применяет теоретические положения при решении дискуссионных вопросов и задач, владеетнеобходимыми навыками и приемами их выполнения, способен проявлять себя в групповой работе;Оценка «удовлетворительно» выставляетсяобучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логическойпоследовательности в изложении программного материала, испытываетзатруднения при выполнении поставленных задач, не активен в групповой работе;Оценка «неудовлетворительно» выставляетсяобучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает поставленных задачиили не справляется с ними самостоятельно, не принимает участие в групповой работе. | Текущий контроль назанятии, устный иписьменный опрос.Тестированиепо темам разделов.Решение ситуационных задачЭкспертная оценкавыполненияпрактическогозадания.Зачет по производственнойпрактике.Устный экзамен.Квалификационный экзамен. |
| ***Знания***- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;- технологии использования базы данных;- статистику по туризму и гостеприимству, профессиональную терминологию и принятые в туризме и гостеприимстве аббревиатуры;- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме и гостеприимстве;- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;- правила оформления деловой документации;- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.  | Текущий контроль назанятии, устный иписьменный опрос.Тестированиепо темам разделов.Решение ситуационных задачЭкспертная оценкавыполненияпрактическогозадания.Зачет по производственнойпрактике.Устный экзамен.Квалификационный экзамен. |