**Приложение № 2.7**

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. 03 Предоставление ТУРоператорских услуг

Воскресенск, 2023 г.

Программа профессионального модуля ПМ. 03 Предоставление туроператорских 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 туроператорских услуг»**

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности ПМ 03 Предоставление туроператорских 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 3.1ПК 3.2ПК 3.3ПК 3.4 | 1.осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; 2.проводить анализ деятельности других туркомпаний; 3.работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; 4.обрабатывать информацию и анализировать результаты; 5.налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; 6.работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; 7.работать с информационными и справочными материалами; 8.составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; 9.составлять турпакеты с использованием иностранного языка; 10.оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; 11.оформлять страховые полисы; 12.вести документооборот с использованием информационных технологий; 13.анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; 14.рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; 15.рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; 16.работать с агентскими договорами; 17.использовать каталоги и ценовые приложения; 18.консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; 19.работать с заявками на бронирование туруслуг; 20.предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; 21.использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; 22.использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках. | 1.виды рекламного продукта; 2.правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; 3.способы обработки статистических данных; 4.методы работы с базами данных; 5.методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; 6.планирование программ турпоездок; 7.основные правила и методику составления программ туров; 8.правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями 9.способы устранения проблем, возникающих во время тура; 10.методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; 11.методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; 12.методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; 13.основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; 14.правила бронирования туруслуг; 15.методику организации рекламных туров; 16.правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; 17.основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; 18.технику проведения рекламной кампании; 19.методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов техники эффективного делового общения, протокол и этикет; 20.специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами. | 1.проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; 2.планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета; 3.предоставления сопутствующих услуг; 4.расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;5.взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;6.работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг; 7.планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках. |

**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 | 1.осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; 2.проводить анализ деятельности других туркомпаний;  | 4.методы работы с базами данных; 7.основные правила и методику составления программ туров; 17.основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;  |
| ОК 02. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовыеметоды и способы выполнения профессиональных задач, оцениватьих эффективность и качество | 3.работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; 4.обрабатывать информацию и анализировать результаты;  | 4.методы работы с базами данных; 5.методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;  |
| ОК 03. | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях инести за них ответственность | 13.анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;  | 9.способы устранения проблем, возникающих во время тура;  |
| ОК 04. | Осуществлять поиск и использование информации, необходимойдля эффективного выполнения профессиональных задач,профессионального и личностного развития | 4.обрабатывать информацию и анализировать результаты;  | 5.методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;  |
| ОК 05. | Использовать информационно-коммуникационные технологии впрофессиональной деятельности. | 3.работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; 5.налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;  | 5.методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; |
| ОК 06. | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться сколлегами, руководством, потребителями | 18.консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; 19.работать с заявками на бронирование туруслуг; 20.предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;  | 13.основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;  |
| ОК 07. | Брать на себя ответственность за работу членов команды(подчиненных), результат выполнения заданий | 14.рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; 15.рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;  | 17.основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; 18.технику проведения рекламной кампании;  |
| ОК 08. | Самостоятельно определять задачи профессионального иличностного развития, заниматься самообразованием, осознаннопланировать повышение квалификации | 20.предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; 21.использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; 22.использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках. | 13.основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; 14.правила бронирования туруслуг; 15.методику организации рекламных туров;  |
| ОК 09. | Ориентироваться в условиях частой смены технологий впрофессиональной деятельности | 14.рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; 15.рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; 16.работать с агентскими договорами; 17.использовать каталоги и ценовые приложения. | 10.методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; 11.методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; 12.методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; 13.основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; 14.правила бронирования туруслуг. |
| ПК 3.1 | Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта | 1.осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; 2.проводить анализ деятельности других туркомпаний; 3.работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; 4.обрабатывать информацию и анализировать результаты; 5.налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; 6.работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; 7.работать с информационными и справочными материалами;  | 1.виды рекламного продукта; 2.правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; 3.способы обработки статистических данных; 4.методы работы с базами данных; 5.методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;  |
| ПК 3.2 | Формировать туристский продукт. | 8.составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; 9.составлять турпакеты с использованием иностранного языка; 10.оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; 11.оформлять страховые полисы; 12.вести документооборот с использованием информационных технологий; 13.анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; | 6.планирование программ турпоездок; 7.основные правила и методику составления программ туров; 8.правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями 9.способы устранения проблем, возникающих во время тура;  |
| ПК 3.3 | Рассчитывать стоимость туристского продукта. | 14.рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; 15.рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;  | 10.методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; 11.методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;  |
| ПК 3.4 | Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта | 16.работать с агентскими договорами; 17.использовать каталоги и ценовые приложения; 18.консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; 19.работать с заявками на бронирование туруслуг; 20.предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; 21.использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; 22.использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках. | 12.методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; 13.основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; 14.правила бронирования туруслуг; 15.методику организации рекламных туров; 16.правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; 17.основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; 18.технику проведения рекламной кампании; 19.методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов техники эффективного делового общения, протокол и этикет; 20.специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами. |
| ЛР 16 | Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации |
| ЛР 17 | Демонстрирующий навыки анализа и интерпретации информации из различных источников с учетом нормативно-правовых норм |
| ЛР 18 | Демонстрирующий готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности. |
| ЛР 19 | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747) |
| ЛР 21 | Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747) |
| ЛР 22 | Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности. |
| ЛР 23 | Иметь базовую подготовленность к самостоятельной работе по своей специальности на уровне специалиста с профессиональным образованием |
| ЛР 24 | Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий |
| ЛР 25 | Активно применять полученные знания на практике. |

**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 |
| ПК3.1. - ПК 3.4ОК01-ОК 09 | МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности | 157 | 51 | - | 106 | 50 | 26 | - | 30 | - | 6 сем. |
| ПК3.1. - ПК 3.4ОК01-ОК 09 | МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме | 142 | 48 | 2 | 94 | 60 | 32 | - | - | 6 сем. | - |
| ПК3.1. - ПК 3.4ОК01-ОК 09 | УП.03.01 Учебная практика | 36 | - | - | - | - | - | - | - | 6сем. | - |
| ПК3.1. - ПК 3.4ОК01-ОК 09 | ПП.03.01 Производственная практика | 144 | - | - | - | - | - | - | - | 6сем. | - |
|  | ПM.03.ЭК Экзамен по модулю | 6сем. | - | - | - | - | - | - | - | - | 6 сем. |
|  | ***ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг*** | ***299*** | 99 | ***2*** | ***200*** | ***110*** | ***58*** | ***-*** | ***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 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности** | 157 |
| **Тема 1.1.** Основы туроперейтинга | **Содержание**  | **8** |
| 1. Предмет, цели, основные задачи дисциплины. Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. | **6** |
| 2. Предмет деятельности туроператора. Этапы развития туроперейтинга. |
| 3. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта (разбор конкретных ситуаций) |
| **Практические занятия** | **2** |
| 1.Исследование основных схем работы туроператора по разработке и реализации турпродукта. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1.Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров. | **6** |
| **Тема 1.2.** Типы и функции туроператоров | **Содержание**  | **8** |
| 1. Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Операторы специализированные. Местные туроператоры. Выездные туроператоры.  | **6** |
| 2. Функции туроператоров. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения. |
| 3. Организация туров для внутреннего туризма. Обеспечение прибывающих туристов |
| **Практические занятия**  | **2** |
| 1.Проведение деловой игры: «Сотрудничество и соперничество туроператоров массового рынка» |
| **Самостоятельная работа обучающихся**На основании самостоятельного исследования провести презентацию страны, обладающей устойчивой привлекательностью для туристов из России. | **6** |
| **Тема 1.3.** Основные характеристики и структура турпродукта | **Содержание**  | **8** |
| 1. Туристский продукт. Потребительские свойства турпродукта. Три составные части турпродукта. | **6** |
| 2. Тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. |
| 3. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта (разбор конкретных ситуаций) |
| **Практические занятия**  | **2** |
| 1. Составление анализа оптимального обслуживания туристов во время путешествия. (расчетная задача).Проведение деловой игры «Способы устранения проблем, возникающие во время тура» |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Составить тематический кроссворд по терминам туризма. 2. Подготовить доклад с презентацией на тему «Жизненный цикл дестинации». | **8** |
| **Тема 1.4.** Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание | **Содержание**  | **12** |
| 1. Турпакет (пакетный тур). Как совокупность основных элементов тура.Составные части турпакета - передвижение, размещение, услуги, впечатления. Факторы.  | **8** |
| 2. Политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция. |
| 3. Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Обработка информационных источников. Основные правила и методика ведения туров. |
| 4. Принципы выбора мест приема. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура (разбор конкретных ситуаций) |
| **Практические занятия** | **4** |
| 1. Составление таблицы - временной шкалы для новой туроперейтинговой программы туроператора (расчетная задача), составление договорного плана каждого года в виде таблицы 2. Составление туристского пакета, на основе проведённого анализа факторов влияющих на его создание, в конкретном регионе (разбор конкретных ситуаций) |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Подготовить реферат на тему: «Потенциал туристских дестинаций» (дестинация на выбор студента) 2. Подбор турпакета согласно выданному заданию. 3. Подготовить презентацию на тему: «Аттракция в туризме» | **8** |
| **Тема 1.5.** Технология разработки турпродукта | **Содержание**  | **10** |
| 1. Порядок и этапы разработки турпродукта. Туристско-технологическая документация. Нормативно-правовые акты, регламентирующие процесс проектирования тура | **6** |
| 2. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок. Потребительские свойства тура |
| 3. Условия и принципы разработки тура (разбор конкретных ситуаций). Процесс разработки. Вербальная модель тура. |
| **Практические занятия** | **4** |
| 1. Разработка турпродукта для определенной категории туристов. (vip) (расчетная задача) 2. Разработка массового турпродукта (расчетная задача)  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Написание рефератов на тему «Приоритетные виды и направления туризма в Уральском регионе» 2. Заполнение информационного листа. 3. Заполнение технологической карты тура. 4. Подготовка к контрольной работе  | 8 |
| **Тема 1.6** Программный туризм | **Содержание**  | **10** |
| 1. Определение программного туризма. Сущность, цели и задачи. Особенности программного туризма.  | **6** |
| 2. Программы обслуживания. Познавательная, спортивная, образовательная, деловая и др. Принципы формирования туристско-экскурсионных программ обслуживания. |
| 3. Цели программного туризма. С точки зрения: туристского менеджмента; туристского маркетинга; технологии обслуживания туристов. |
| **Практические занятия** | **4** |
| 1. Составление программы обслуживания для определённых групп туристов (разбор конкретных ситуаций) 2. Проведение деловой игры: «Бронирование тура для иностранных туристов»  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Подготовка доклада с презентацией на тему: «Деловой туризм и факторы его развития» 2. Подготовка презентаций на тему: «Спортивный туризм» и «Культурный туризм» | **6** |
| **Тема 1.7** Цена туристского пакета | **Содержание**  | **10** |
| 1. Особенности ценообразования в туризме.  | **6** |
| 2. Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета (разбор конкретных ситуаций) |
| 3. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления. |
| **Практические занятия** | **4** |
| 1. Расчёты стоимости тура. 2. Описание методики расчета себестоимости турпакета и определить цену турпродукта для турагента |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Решение задач. | **4** |
| **Тема 1.8** Системы распространения турпродукта | **Содержание** | **10** |
| 1.Роль турагентств в турбизнесе.  | **6** |
| 2. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. |
| 3. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством |
| **Практические занятия** | **4** |
| 1. Описание методики расчетов комиссионного вознаграждения для турагентов 2. Проведение деловой игры: «Методы поощрения турагентов» |
|  | **Самостоятельная работа обучающихся**Анализ информационных каталогов туроператоров. Подготовка к защите курсовой работы Подготовка к дифференцированному зачету | **5** |
| Темы курсовых работ 1. Туристско-рекреационный потенциал Краснодарского края. 2. Туристско-рекреационный потенциал Республики Башкортостан. 3. Туристско-рекреационный потенциал Свердловской области. 4. Проектирование туристского продукта в области спортивного туризма в Московской области. 5. Туристско-рекреационный потенциал Астраханской области. 6. Анимационная деятельность в туризме. Задачи и перспективы. 7. Туристско-рекреационный потенциал Республики Татарстан. 8. Туристско-рекреационный потенциал Чехии. 9. Историко-культурный потенциал города Санкт-Петербурга как основной ресурс развития туризма. 10. Туристско-рекреационный потенциал Индии. 11. Проектирование туристского продукта в области велнес-туризм. 12. Туристско-рекреационный потенциал Германии. 13. Организация отдыха в национальных парках Московской области. 14. Туристско-рекреационный потенциал Финляндии (развитие экологического туризма) 15. Туристско-рекреационный потенциал Тюменской области. 16. Туристско-рекреационный потенциал России. 17. Туристско-рекреационный потенциал Республики Крым. 18. Туристско-рекреационный потенциал Омской области. 19. Туристско-рекреационный потенциал Московской области. 20. Организация отдыха в тематических парках развлечений. 21. Туристско-рекреационный потенциал Греции. 22. Туристско-рекреационный потенциал Италии.  | **30** |
| **Промежуточная аттестация в форме** | **Экзамен** |
| **МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме** | **142** |
| **Тема 2.1** Понятие и сущность маркетинга | **Содержание** | **6** |
| 1. Понятие маркетинга. Маркетинг как экономический процесс, функции и принципы маркетинга | **4** |
| 2. Специфика маркетинга услуг, сущность и содержание маркетинга в туризме |
| **Практические занятия** | **2** |
| 1. История развития маркетинга: причины становления, этапы развития. Специфика туруслуг, принципы маркетинга в туризме. |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Подготовка реферата на тему «История развития маркетинга». | **4** |
| **Тема 2.2** Внешняя и внутренняя среда в маркетинге. | **Содержание** | **6** |
| 1. Понятие внутренней среды организации. Факторы внутренней среды.  | **4** |
| 2. Понятие внешней среды организации. Структура внешней среды |
| **Практические занятия** | **2** |
| 1. Внутренняя среда туристической компании. Внешняя среда туристической компании. Модели внешний среды. |
| **Самостоятельная работа обучающегося** Анализ внутренней и внешней среды туристической компании или туристического агентства (на выбор студента) Разработка модели внешней среды. | **4** |
| **Тема 2.3** Концепция маркетинга | **Содержание** | **8** |
| 1. Уровни маркетинга в туризме.Маркетинг территорий и регионов.  | **4** |
| 2. Маркетинг производителей туристских услуг |
| **Практические занятия** | **4** |
| 1. Технология реализации концепции маркетинга на туристском  |
| 2. Этапы маркетинга в туризме. |
| **Тема 2.4**Программный туризма как основа туристического | **Содержание** | **8** |
| 1. Понятие и принципы программного туризма.  | **4** |
| 2. Содержание программы тура.Виды программного туризма. |
| **Практические занятия** |
| 1. Анализ программы тура. Потребительские мотивы и виды программного туризма | **4** |
| 2.Анализ содержания программ на сайтах туроператора (по выбору студента ) Презентации туристических программ. |
| **Тема 2.5** Типология туристов | **Содержание** | **6** |
| 1. Факторы влияющие на поведение покупателей.  | **4** |
| 2. Принципы типологии туристов |
| **Практические занятия** | **2** |
| 1. Классификация туристов и характеристика различных типов. Туристические роли. Классы обслуживания клиентов. |
| **Тема 2.6** Маркетинговые исследования: понятие, правила, этапы, направления. | **Содержание** | **10** |
| 1. Понятие и содержание маркетинговых исследований. Задачи маркетинговых исследований. | **6** |
| **2.** Система методов маркетинговых исследований. |
| **3.** Инструменты сбора информации. |
| **Практические занятия** | **4** |
| 1. Способы обработки статистических данных. Правила проведения маркетинговых исследований. 2. Основные направления маркетинговых исследований. Этапы маркетинговых исследований. |
| **Самостоятельная работа**Изучение литературы по теме. Значение и виды маркетинговых исследований. | **4** |
| **Тема 2.7** Маркетинговые исследования рынка | **Содержание** | **8** |
| 1. Понятие туристского рынка.  | **6** |
| 2. Качественная структура туристского рынка |
| **3.** Классификации рынка |
| **Практические занятия** | **2** |
| 1. Конъюнктура рынка. Методические требования к оценке конъюнктуры рынка. Этапы исследования конъюнктуры туристского рынка. Понятие емкости рынка. Оценка доли рынка |
| **Самостоятельная работа**Анализ туристического рынка Московской области: участники туристического рынка, особенности туристического продукта представленного на рынке. | **6** |
| **Тема 2.8** Маркетинговые исследования турпродукта | **Содержание** | **8** |
| 1. Понятие и структура туристского продукта. Уровни турпродукта.  | **6** |
| **2.** Способы совершенствования турпродукта. Подкрепление турпродукта. |
| **3.** Концепция жизненного цикла турпродукта |
| **Практические занятия** | **2** |
| 1. Стадии жизненного цикла турпродукта. Организация эффективной работы по внедрению нового турпродукта. |
| **Тема 2.9**Маркетинговые исследования конкурентов. | **Содержание** | **6** |
| 1. Понятие конкуренции. Факторы, влияющие на конкурентную борьбу в туризме. . Виды конкуренции.  | **4** |
| 2. Цели и значение маркетинговых исследований конкурентов |
| **Практические занятия** |
| 1. Качественные характеристики конкурентов. Количественные характеристики конкурентов. | **2** |
| **Самостоятельная работа**Практическое задание. Выявление основных конкурентов на региональном туристическом рынке на базе чартерных рейсов. | **6** |
| **Тема 2.10** Маркетинговые исследования потребителей. | **Содержание** | **8** |
| 1. Цели и значение исследования потребителей.  | **6** |
| 2. Основные принципы формирования правильного представления потребителя в маркетинге. |
| 3.Модель поведения потребителя. |
| **Практические занятия** | **2** |
| 1. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг. Факторы маркетинга. Факторы среды. Изучение личностных характеристик потребителей. Мотивы поведения потребителей. |
| **Самостоятельная работа**Изучить основные теории мотивации. Охарактеризовать возможность их применения в маркетинге туризма. | **6** |
| **Тема 2.11** Ценообразование в маркетинге | **Содержание** | **6** |
| 1. Сущность и значение цен в маркетинге  | **4** |
| 2. Цена как важнейший фактор конкуренции. |
| **Практические занятия** | **2** |
| 1. Формирование ценовой политики. Системы онлайн поиска и бронирования туров |
|  |
| **Самостоятельная работа** |
| Анализ динамики цен на туристическом рынке. Определение причин изменения цен. Составление ценовой конкурентной карты на региональном рынке среди федеральных туроператоров. | **6** |
| **Тема 2.12**Сегментация рынка | **Содержание** | **4** |
| 1.Значение сегментации рынка, принципы и факторы сегментации. | **2** |
| **Практические занятия** | **2** |
| 1.Этапы сегментации, Характеристика этапов сегментации |
| **Самостоятельная работа**Сегментация целевой аудитории одного из туроператоров (на выбор) по характеру представленного туристического продукта. | **6** |
| **Тема 2.13** Реклама в туризме. | **Содержание** | **8** |
| 1.Понятие рекламы. Специфика рекламы в туризме. Цели рекламы в туризме.  | **6** |
| **2.** Нормативная основа рекламной деятельности в туризме. Принципы рекламы. Тактические решения по рекламе в туристской фирме. |
| **3.** Оплата рекламных объявлений и контроль за расходами. |
| **Практические занятия** | **2** |
| 1.Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радио- и телереклама. Рекламные сувениры. Прямая почтовая реклама. Наружная реклама. Компьютеризованная реклама. Фирменный стиль. Носители фирменного стиля. Нерекламные методы продвижения.  |
| **Семинарские занятия**Стимулирование продаж и пропаганда туристского продукта | **2** |
| **Самостоятельная работа** |  |
| Разработка рекламной компании (продвижения) одного из туристических продуктов представленных на рынке. Подготовка к дифференцированному зачету | **6** |
| **Промежуточная аттестация в форме**  | **Дифференцированный зачет** |
| **Учебная практика****Виды работ**          Отработка навыков разработки структуры плана маркетинга туристского предприятия, а также программ продвижения турпродукта, ориентированных на мотивацию потребительского спроса.-        Ознакомление с графиком работы предприятия, правилами по технике безопасности, с должностными обязанностями персонала турфирмы, а также с перечнем основных и дополнительных услуг.-        Формирование навыков по разработке туров, туристских услуг, расчету стоимости услуг.-        Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства и овладение навыками работы с офисной техникой. Отработка навыков составления отчетных документов деятельности туристского предприятия | **36 (1 неделя)** |
| **Производственная практика****Виды работ**          Проведение маркетингового исследования объектов туристского рынка. Выявление целевых сегментов рынка. Позиционирование туристского продукта. Исследование фирменного стиля туристского предприятия.Разработка рекламной продукции.-        Планирование турпоездок, составление программ тура и турпоездок.Разработка алгоритма решения проблем, возникающих на маршруте. Соблюдение правил техники безопасности.-        Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта.-        Составление отчетных документов деятельности туристского предприятия. Проведение STEP-анализа и SWOT-анализа туристской организации. | **144 (4 недели)** |
| **Всего (макс.)** | 299 |

**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 .03.01 Технология и организация туроператорской деятельности

Основная литература:

1. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 472 с. — (Профессиональное образование).

2. Золотовский, В.А. Правовое регулирование туристской деятельности: учебник для СПО / В.А. Золотовский, Н.Я. Золотовская. — М.: Юрайт, 2019. — 247 с. — (Серия : Профессиональное образование). 17 18 3. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт, 2018. — 445 с.

Дополнительная литература:

1. Каменец, А. В. Организация социально-культурной деятельности. Молодежный туризм : учеб. пособие / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общ. ред. А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2019. — 162 с.

МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме

Основная литература:

1. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 191 с. — (Профессиональное образование).

Дополнительная литература:

1. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 120 с. — (Профессиональное образование).

2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Профессиональное образование).

3. Мотышина, М. С. Менеджмент туризма : учебник для среднего профессионального образования / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 282 с. — (Профессиональное образование).

Электронные образовательные ресурсы

1. eLIBRARY.RU: Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

2. Гарант: информационно-правовой портал Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>.

3. Проект «Национальный рейтинг» <http://russia-rating.ru/info/9857.html>

4. Федеральное агентство по туризму <http://www.russiatourism.ru/>

5. ЭБС «ZNANIUM.COM» - Режим доступа: http://znanium.com

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Результаты обучения*** | ***Критерии оценки*** | ***Методы оценки*** |
| ***Умения***1.осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; 2.проводить анализ деятельности других туркомпаний; 3.работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; 4.обрабатывать информацию и анализировать результаты; 5.налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; 6.работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; 7.работать с информационными и справочными материалами; 8.составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; 9.составлять турпакеты с использованием иностранного языка; 10.оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; 11.оформлять страховые полисы; 12.вести документооборот с использованием информационных технологий; 13.анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; 14.рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; 15.рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; 16.работать с агентскими договорами; 17.использовать каталоги и ценовые приложения; 18.консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; 19.работать с заявками на бронирование туруслуг; 20.предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; 21.использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; 22.использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках. | 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. |
| 1.виды рекламного продукта; 2.правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; 3.способы обработки статистических данных; 4.методы работы с базами данных; 5.методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; 6.планирование программ турпоездок; 7.основные правила и методику составления программ туров; 8.правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями 9.способы устранения проблем, возникающих во время тура; 10.методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; 11.методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; 12.методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; 13.основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; 14.правила бронирования туруслуг; 15.методику организации рекламных туров; 16.правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; 17.основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; 18.технику проведения рекламной кампании; 19.методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов техники эффективного делового общения, протокол и этикет; 20.специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами. | Текущий контроль назанятии, устный иписьменный опрос.Тестированиепо темам разделов.Решение ситуационных задачЭкспертная оценкавыполненияпрактическогозадания.Зачет по производственнойпрактике.Устный экзамен.Квалификационный экзамен. |