

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЮЖНО-САХАЛИНСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ

Директор ЮСПК СахГУ



Е.В. Казанцева

"28" марта 2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Специальность
43.02.10 Туризм
(базовый уровень среднего профессионального образования)

Квалификация
Специалист по туризму

Форма обучения
Очная

Южно-Сахалинск
2017

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

Разработчики:

Талагаева Т.А., преподаватель ПЦК туризма, сервиса и иностранного языка;
Донская Н.Ю., преподаватель ПЦК туризма, сервиса и иностранного языка;
Рогаль Е.А., преподаватель ПЦК туризма, сервиса и иностранного языка;
Коваль Н.С., преподаватель ПЦК туризма, сервиса и иностранного языка.

Утверждена на заседании ПЦК туризма, сервиса и иностранного языка
Протокол № 7 от 21 марта 2017 года

Зав. ПЦК



А.В. Лещенко

Рекомендована: научно-методическим советом ЮСПК СахГУ.
Протокол № 4 от 20 марта 2017 года

Председатель НМС



А.А. Крылова

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	13
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 «Туризм».

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 дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области туристского сервиса на базе среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

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

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

иметь практический опыт:

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

уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
- проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;

- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- оформлять страховые полисы;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые 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

знать:

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

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего 538 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 322 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 216 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 106 часов;

учебной практики – 108 часов

производственной практики – 108 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт.
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.
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 личного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. 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 (включая консультации)		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лекционные занятия	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	11
ПК 3.1., ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4	Раздел 1. МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	138	96	48	42	6	42	-	-	-
ПК 3.2	Раздел 2. МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме							-	-	-
	Учебная практика									
	Производственная практика (по профилю специальности)	230					14			216
	Всего:									

3.1. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности			
Тема 1.1. Теоретические основы туроператорской деятельности	<u>Содержание.</u>		
	1. Понятие и виды деятельности туроператора Нормативно - правовая база туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы создания туроператора. Организационные основы создания туроператора. Понятие и виды деятельности туроператора. Функции туроператора. Типы туроперейтинга	4	2
	2.Создание привлекательного туристского продукта. Понятие турпродукт, тур. Основные формы турпродукта. Уровни турпродукта (продукт по замыслу, продукт в реальном исполнении, продукт с подкреплением)	4	
	3.Потребительские свойства турпродукта. Турпродукт по замыслу, по заказу потребителя, жизненный цикл турпродукта. Изучение запросов потребителей. Классы обслуживания: класс «люкс», первый класс, туристский класс, экономический класс.	4	
	<u>Практическое занятие.</u>		
	1.Коллоквиум по теме: нормативно-правовая основа туроператорской деятельности	2	
	2.Проведение анализа проведенного опроса потребителей и предложений т/ф.	2	
	Анализ деятельности туркомпаний Сахалинской области, определение организационно-правовых форм, видов деятельности, форм турпродуктов, классов обслуживания.	4	
Тема 1.2. Планирование программ турпоездок	<u>Содержание.</u>		3
	1. Методика работы с информацией: со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту, базами данных, статистическими материалами.	4	
	2.Правила и методика составления программ туров: въездной туризм, выездной и внутренний туризм, особенности проектирования различных видов туризма (спортивный, лечебно-оздоровительный, пляжный, образовательный и т.д.) Требования к туристской услуге (обязательные и рекомендуемые).	4	
	3. Правила оформления документов туров: въездной туризм, выездной и внутренний туризм. Технологическая документация (технологические карты, инструкции, правила, информационный листок, регламенты и пр.), программа обслуживания, лист бронирования оформления страховых полисов	4	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	<u>Практическое занятие.</u>		
	Анализ ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»	4	
	Глоссарный тренинг	4	
	Составление программ туров	4	
	Составление программ обслуживания	4	
	Тренинг по оформлению технологической документации туров	4	
	Решение ситуационных задач: устранение проблем, возникающих во время тура	4	
Тема 1.4. Реализация туристского продукта	<u>Содержание:</u>		2
	1. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг Организационные аспекты работы с поставщиками услуг. Переговоры с поставщиками услуг. Заключение договоров с поставщиками услуг.	4	
	2. Методика создания агентской сети. Формирование сбытовой сети туроператора. Агентские соглашения. Агентские сети и франчайзинг.	4	
	3. Основные формы работы с турагентами по реализации турпродукта. Правила бронирования туров. Особенности взаимодействия туроператоров и турагентов в Сахалинской области.	4	
	3. Правила расчета с турагентами и способы их поощрения.	4	
	<u>Практическое занятие:</u>		
	1. Деловая игра: Переговоры с поставщиками услуг	2	
	2. Анализ договоров с поставщиками услуг: нахождение ошибок	2	
	3. Деловая игра: Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора	2	
	<u>Содержание:</u>		
Тема 1.5. Определение цены турпродукта	Состав и классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции организаций в сфере туризма. Производственные затраты. Коммерческие затраты.	2	
	Определение себестоимости элементов турпакета Методика расчета себестоимости проживания и питания, транспортных услуг, услуг туристско-экскурсионных фирм	2	
	Ценообразование на предприятиях туризма. Затратный подход к формированию цены турпродукции (услуг). Рыночные, или маркетинговые, методы формирования цен на продукцию (услуги).	4	
	<u>Практические занятия:</u>		
	Расчет стоимости проживания и питания	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	Расчет стоимости услуг туристско-экскурсионных фирм	1	
	Расчет цены турпакета	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ03			
Примерная тематика самостоятельной работы:		34	
1.Изучение нормативно-правовой базы: - Международная Конвенция по контракту на путешествие - ФЗ РФ от 24 ноября 1996г.№132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»; - ФЗ РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 17.12.1999 г., 30.12.2001 г.); - ФЗ от 27 ноября 1992 г. №4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (в ред. от 31.12.1997г., 20.11.1999 г., 21.03.2002 г.); - Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. - Правила оказания услуг общественного питания. 2. Проведение опроса потребителей туристских услуг г. Южно-Сахалинска. 3. Проведение анализа предложений турфирм по материалам сайтов, СМИ, рекламных объявлений 4. Составление глоссария 5.Составление меню китайской, японской, корейской кухни 6. Сбор материала для заказанного тура.			
Консультации		8	
Курсовое проектирование. Примерные темы курсовых проектов: – Разработка туристского продукта (по видам туризма) – Разработка проекта участия в туристской выставке. – Создание проекта каталога туроператора. – Проектирование программ обслуживания (по видам туризма). – Разработка программы реализации турпродукта туроператора. – Создание имиджа туроператора. – Разработка проекта внешнего и внутреннего оформления офиса турагентства. – Составление программ молодежного обмена.		6	
		138	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК. 03.02 Маркетинговые технологии в туризме			
Раздел 1. Маркетинговые исследования. Тема 1.1. Методика проведения маркетинговых исследований	Практические занятия:		
	Исследование среды маркетинга туристского предприятия	2	
	Маркетинговые исследования туристского рынка	2	
	Маркетинговые исследования конкурентов предприятий туризма	2	
	Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг	2	
Раздел 2. Реклама и PR-технологии в туризме Тема 2.1 Реклама и PR в комплексе маркетинговых коммуникаций	Содержание:		2
	1. Особенности рекламы в туризме.		
	2. Предмет, цели, функции.		
	3. Информационное обеспечение рекламной деятельности.		2
	Практические: Кейс: «Классификации рекламы»	2	
	Практикум: Преимущества и недостатки основных средств распространения рекламы	2	
Тема 2.2 Форма рекламного общения	Содержание:		2
	1. Цвет и иллюстрации в рекламе.		
	2. Рекламный текст: структура, приемы, стиль.		2
	Практические: Практикум: Планирование рекламной деятельности турагентства	2	
Тема 2.3 Виды рекламы в зависимости от носителей.	Содержание:	2	
	1. Реклама в прессе. 2. Печатная реклама. 3. Наружная реклама. 4. Интернет-реклама. 5. Аудиовизуальная реклама.		
	Практические:	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 2.4 Основные понятия связей с общественностью.	Проект: Рекламное обращение: содержание, форма структура. Модели и мотивы рекламных обращений турфирм.		
	Содержание:		
	1. Службы по связям с общественностью.	1	
	2. Текстовые материалы в деятельности ПР-службы: пресс-релиз, бэкграунд, статья и др.	2	
	3. Публичные выступления как инструменты ПР		
	4. Подготовка и использование фото- и видеоматериалов.	1	
	Практические: Практикум: Составление информационных материалов	2	
	Практикум: Выставочная деятельность: Организация работы выставочного стенда	2	
Тема 2.5 Формирование корпоративной культуры.	Содержание:	2	
	1. Составляющие имиджа организации		
	Практические: Проект: План по созданию имиджа, фирменный стиль турагентства, брендинг Тест	1 1	
Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ03		18	
Итого МДК 03.02		36	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Исследование среды маркетинга: изучение факторов внешней и внутренней среды Исследование рынка: конъюнктура рынка Исследование конкурентов: определение конкурентной среды Исследование потребителей: тенденции и закономерности поведения потребителей			
		322 (ауд)/10 6 (с/р)	

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

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета «Организация сферы туризма».

Технические средства обучения: компьютер с профессиональным программным обеспечением и подключением к сети Интернет, мультимедийный проектор; телефон/факс

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практики.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Замедлина Е.А., Козырева О.Н. Экономика отрасли: туризм: Учебное пособие. М.: Альфа. М: ИНФРА-М, 2016. 204 с.
2. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта: учебник. М.: Финансы и статистика, 2017. 176 с.

Дополнительные источники

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм / Карельский Институт Туризма; Ленинградский Областной Университет им. А.С.Пушкина.- 9-е изд., перераб и доп. М.; СПб: Невский Фонд; Герда, 2007. 576 с.
2. Еремина Е.И., Мурахтанова Н.М. Маркетинг. Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования. М.: Академия, 2012. 304 с.
3. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: Учебное пособие. М.: Кнорус, 2010. 192 с.
4. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: Учебное пособие. М.: Кнорус, 2010. 192 с.
5. Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие М.: ФОРУМ, 2009. 368 с.
6. Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие М.: ФОРУМ, 2009. 368 с.
7. Казушик А.А. Основа маркетинга. Учебное пособие. Минск: Беларусь, 2011. 247 с.
8. Кусков А.С. Основы туризма : учебник. М.: КНОРУС, 2008. 400с.
9. Кусков А.С. Основы туризма: учебник. М.: КНОРУС, 2011. 392с.
10. Кусков А.С. Основы туризма: учебник. М.: КНОРУС, 2011. 392с.
11. Мазилкина Е.И. .Маркетинг. Учебник для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования. М.: Дашков и Ко, 2012. 368 с.
12. Морошкин В.А. и др. Маркетинг. Учебное пособие. М.: Форум, 2011. 352 с.
13. Сагинова О.В и др. Организация рекламной деятельности. Учебное пособие для начального профессионального образования. М.: Академия. 2012. 240с.
14. Скобкин С.С. Менеджмент в туризме: учеб. пособие М.: Магистр, 2007. 447 с.
15. Скобкин С.С. Менеджмент в туризме: учеб. пособие М.: Магистр, 2007. 447 с.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса:

С целью реализации компетентностного подхода при проведении аудиторных занятий используются активные и интерактивные формы проведения занятий: тренинги,

анализ нормативно-правовой базы профессиональной деятельности, решение ситуационных задач, моделирование, проектирование.

Освоение программы данного модуля должно проходить после изучения следующих дисциплин: организация туристской индустрии, иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации, география туризма. ПМ 01. Предоставление турагентских услуг. ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, реализующих ППСЗ: наличие высшего образования, соответствующего профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Получение дополнительного профессионального образования по программам повышения квалификации в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в три года.

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

Профессиональные и общие компетенции	Основные показатели оценки результата (ОПОР)	Практический опыт	Умения	знания
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Соответствие анкеты исследования потребителей туристского продукта базовой модели. Соответствие анализа результатов анкетирования алгоритму. Соответствие анкеты исследования туристского рынка базовой модели и анализ ее результатов согласно алгоритму.	- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;	- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; - проводить анализ деятельности других туркомпаний и анализировать результаты;	- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; - способы обработки статистических данных; - методы работы с базами данных; - основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
ПК 3.2. Формировать туристский продукт. ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в	Соответствие турпродукта нормативно-правовой базе (проект). Заполненный бланк бронирования услуг согласно шаблону; Соответствие заполненного стандартного договора шаблону; Информационный листок, заполненный согласно положению; Заполнение бланка страхового полиса согласно шаблону. Заполненная путевка ф-Т1	ПО-планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета; - Планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;	- обрабатывать информацию и анализировать результаты; - предоставлять сопутствующие услуги; - планировать рекламную кампанию, проводить презентации, включая работу на специализированных выставках; - работать с запросами клиентов, в том числе и иностранными; - составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; - составлять турпакеты с использованием иностранного	- виды рекламного продукта; - 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 турпоездов; - основные правила и методику составления программ туров;

Профессиональные и общие компетенции	Основные показатели оценки результата (ОПОР)	Практический опыт	Умения	знания
профессиональной деятельности.	согласно шаблону; Соответствие разработанной рекламной кампании структуре. Презентация турпродукта в соответствии с требованиями.		языка; - оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; - оформлять страховые полисы; - использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках - работать с заявками на бронирование туров; услуг; - налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;	- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями; способы устранения проблем, возникающих во время тура; - технику проведения рекламной кампании; - методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов; - техники эффективного делового общения, протокол и этикет; - специфику общения с иностранными клиентами и агентами;
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта. ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Соответствие сметы турпродукта нормативно-правовой базе.	- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;	- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;	- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;

Профессиональные и общие компетенции	Основные показатели оценки результата (ОПОР)	Практический опыт	Умения	знания
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. 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.	Соответствие общения с турагентами требованиям деловой переписки. Соответствие текста публичного выступления на выставке требованиям. Соответствие заполненного агентского соглашения шаблону. Решение кейс-задачи по анализу и решению проблем, возникающих во время тура. Консультирование партнеров по турпродуктам в соответствии алгоритму. Создание коммерческого предложения согласно алгоритму.	- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта; - работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг; - планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;	- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; - налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; - вести документооборот с использованием информационных технологий; - анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; - работать с агентскими договорами; - использовать каталоги и ценовые предложения; - консультировать партнеров по турпродуктам. Оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; - предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; - использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; - налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; - использовать эффективные методы общения с клиентами на	- методику создания турагентской сети и содержание агентских договоров; - основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; - правила бронирования туров; - методику организации рекламных туров; - правила расчетов с турагентствами и способы их поощрения; - техники эффективного делового общения, протокол и этикет; - специфику общения с иностранными клиентами и агентами;

Профессиональные и общие компетенции	Основные показатели оценки результата (ОПОР)	Практический опыт	Умения	знания
			русском и иностранном языках	