

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА»**

ФАКУЛЬТЕТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ


Согласовано:

Генеральный директор
Туристского агентства
ООО «Скай Про»


Бубнова А. А.
«24» 06 2021 г.



Утверждаю:


Первый проректор РМАТ
В.Ю. Питюков
«24» 06 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

профессионального модуля

ПМ.01 «Предоставление турагентских услуг»

МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта

МДК. 01.02 Технология и организация турагентской деятельности

Специальность 43.02.10 Туризм

г. Химки, микр. Сходня, 2021 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 ПМ.01 «Предоставление турагентских услуг» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) к минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного специалиста по специальности 43.02.10 Туризм срок обучения 2 года 10 месяцев.

Рабочая программа предназначена для обучения студентов факультета среднего профессионального образования Российской международной академии туризма в качестве обязательной дисциплины профессиональной подготовки.

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании Совета факультета СПО.

Протокол № 4 от 24.06.21 г.

СОГЛАСОВАНО:

Зам.декана факультета СПО

Е.В.Разумовская Е.В.Разумовская

« 24 » 06 20 21 г.

Проректор, декан факультета СПО

В.А. Жидких В.А. Жидких

« 24 » 06 20 21 г.

Составители (авторы):

Зорин А.И. - д.п.н., профессор

Корнева И.И. - преподаватель факультета СПО РМАТ

Горунчик Т.А. - преподаватель факультета СПО РМАТ

Королёва Л.В. - к.п.н. доцент

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	29

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта

МДК. 01.02 Технология и организация турагентской деятельности

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (является частью примерной основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм (базовой подготовки) срок обучения 1 год 10 месяцев + заочное, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Предоставление турагентских услуг:

ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.

ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).

ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.

Примерная программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области туризма и гостиничного обслуживания при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Место профессионального модуля в структуре ООП:

ПМ.01 Предоставление турагентских услуг относится к профессиональному циклу, основной образовательной программы СПССЗ

1.3. 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:

- 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;

уметь:

- определять и анализировать потребности заказчика;
- выбирать оптимальный туристский продукт;
- составлять и анализировать базы данных по туристским: продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;
- 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.

знать:

- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;
- требования российского законодательства к информации,
- характеристики турпродукта о методике 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.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы

ДИСЦИПЛИНЫ

Очная форма обучения, 1 год 10 месяцев

Максимальной учебной нагрузки обучающегося– 204 часа, в том числе обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося– 132 часа самостоятельной работы обучающегося– 72 часа, учебная практика производственная практика– 144 час

Заочная форма обучения, 2 года 10 месяцев

Максимальной учебной нагрузки обучающегося – 204 часов, обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 38 часа самостоятельной работы обучающегося – 166 часов; учебная практика и производственная практика – 144 час

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности ПМ.01 Предоставление турагентских услуг, в соответствии с ФГОС должен обладать общими и профессиональными компетенциями, включающими способность:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и 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. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Очная форма обучения, 1 год 10 месяцев

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего), в т.ч	204
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта	100
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности	104
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего), в т.ч.	132
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта	66
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности	66
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в т.ч.	72
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта	34
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности	38
Лекции, в т. ч.	62
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта	34
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности	28
Практические занятия /лабораторные занятия, в т.ч.	62/8
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта	32
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности	30/8
Форма контроля:	
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта - контрольная работа - 1,2 семестр	
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности - контрольная работа - 1 семестр	
УП ПМ.01- дифференцированный зачет 3 семестр	36
ПП ПМ.01 - дифференцированный зачет 2 семестр	108
Максимальная учебная нагрузка (всего с учетом практик)	348
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего с учетом	276

практик)	
Промежуточная аттестация по ПМ.01 - квалификационный экзамен – 2 семестр	

Заочная форма обучения, 2 года 10 месяцев

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего), в т.ч	204
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта	100
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности	104
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего), в т.ч.	38
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта	20
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности	18
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в т.ч.	166
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта	80
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности	86
Лекции, в т. ч.	30
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта	16
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности	14
Практические занятия /лабораторные занятия, в т.ч.	8
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта	4
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности	4
Форма контроля:	
МДК.01.01Технология продаж и продвижения турпродукта - контрольная работа - 2 семестр	
МДК.01.02Технология и организация турагентской деятельности - контрольная работа - 2 семестр	
УП ПМ.01- дифференцированный зачет 2 семестр	36
ПП ПМ.01 - дифференцированный зачет 2 семестр	108
Максимальная учебная нагрузка (всего с учетом практик)	348
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего с учетом практик)	182
Промежуточная аттестация по ПМ.01 - квалификационный экзамен – 2 семестр	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.01 Предоставление тургентских услуг. Очная форма обучения, 1 год 10 месяцев

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
МДК.01.01 Технология продаж и продвижение турпродукта		100		
Тема 1.1 Влияние туризма на экономику стран. Статистика в туризме. Законодательные нормативные акты	Содержание лекций		8	1-2
	1.	Влияние туризма на экономику стран. Факторы, тормозящие развитие туризма. Международные организации по регулированию туризма		
	2.	Доля туризма в ВВП стран мира. Статистика выезда и въезда туристов в РФ		
	3.	Анализ требований российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, правилам реализации турпродукта		
	4.	Негосударственные объединения российских ТО. Требования российского законодательства к ТО. «Турпомощь» и финансовые гарантии		
	Практические занятия			
	1.	Анализ агентских договоров в части фингарантий ведущих ТО		
2.	Анализ источников информации и нормативно- законодательной базы, типовых договоров в сфере туризма			
Тема 1.2 Формирование турпродукта	Содержание лекций		8	2-3
	1.	Законодательные основы взаимодействия ТА и ТО. Бизнес – модели развития ТО		
	2.	Расчет стоимости турпродукта-прерогатива ТО, закреплённая в законе «Об основах туристской деятельности в РФ» Этапы работы ТО компании при формировании тура		
	3.	Активные субъекты туриндустрии. Поставщики туруслуг		
	4.	Маркетинговые исследования ТО. Оценка конъюнктуры рынка ТО. Изучение и анализ запросов потребителей туруслуг. Изучение рекреационных возможностей регионов.		
	5.	Методики расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости. Издержки		
	6.	Этапы реализации турпродукта. Негативные последствия снижения цены. Альтернатива неуменьшения цены. Риски ТО при демпинге.		3

		Мнения экспертов - директоров ведущих ТО		
		Практические занятия	8	
	1.	Изучение рекреационных возможностей заданного региона для создания турпродукта		
	2.	Расчет турпакета выбранного направления		
	3.	Изучение поставщиков туруслуг при бронировании «напрямую» и через meet-компанию		
	4.	Изучение профиля ТО на сайтах туроператоров.		
Тема 1.3 Продвижение турпродукта. Стимулирование продаж		Содержание лекций	10	2-3
	1.	Принципы работы маркетинговой службы в турфирме. Методы и нормативно-правовая основа рекламы турпродукта		
	2.	Виды продвижения ТО турпродукта на туристическом рынке. Реклама-инструмент продвижения товара к потребителю		
	3.	Разработка рекламной политики. Рекомендации при планировании рекламной компании		
	4.	Печатная реклама. Маркетинговые исследования ТО по выбору печатного издания в соответствии с целевой аудиторией. Рекомендации по рекламным объявлениям. Буклеты, каталоги. Виды сувенирной рекламы в туристической индустрии		
	5.	Реклама на радио. Этапы рекламной компании на радио. Телевизионная реклама		
	6.	Наружная реклама. Вывески, баннеры, растяжки, щиты. Реклама на транспорте		
	7.	Реклама в Интернете. Сайт ТО. Интернет- рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содержанию рассылки. Реклама в соцсетях		
	8.	Интернет-рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содержанию рассылки. Реклама в соцсетях.		
	9.	Участие ТО в поисковых системах-информационных ресурсах ТА		
	10.	Туристические выставки.PR акции. Нестандартные приемы продвижения турпродукта. Пропаганда туризма. Спонсорство, благотворительность		
	11.	Работа по привлечению ТА: создание франчайзинговых агентских сетей.		
	12.	Обучение ТА - воркшопы, презентации, семинары, вебинары, инфотуры. Особенности продвижения турпродукта.		
	13.	Совместная реклама с ТА, совместные мероприятия. Размещение инфо на сайте.СПО		

	14.	Повышение технологичности ТО для привлечения ТА. Онлайн бронирование		
	15.	Виды продвижения ТА для стимулирования потребителей. Разработка рекламной политики. Как привлечь туриста в офис		
	16.	Средства стимулирования потребителей- предоставление бонусов для постоянных покупателей, доп.бесплатного обслуживания, раздача сувенирной продукции		
	17.	Нестандартные приемы продвижения. Cross promotion. Дисконтные карты. Почтовая рассылка		
	Практические занятия		8	
	1.	Разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта		
	2.	Правила составления анкеты-опросника для клиентов турагентства		
	3.	Правила и план составления презентации турпродукта		
	4.	Собрать материалы по рекламе ТА в вашем районе и проанализировать посещаемость агентства		
	5.	Изучение сайта ТО в части раздела «агентствам»		
Тема 1.4 Технология продаж турпродукта	Содержание лекций		8	2
	1.	Специфика продаж в турбизнесе. Продажа услуги		
	2.	Методы изучения запросов потребителя. Структура рекреационных потребностей. Требования к турменеджеру. Обязанности менеджера ТА		
	3.	Нравственные и психологические аспекты общения с клиентами. Деловой этикет		
	4.	Этапы обслуживания клиента. Различные средства стимулирования потребителей		
	5.	Технология продаж готового турпродукта. Требования законодательства к информации, предоставляемой потребителю.		
	Практические занятия		8	
	1.	Технология эффективной презентации турпродукта.		
	2.	Составить перечень личных и профессиональных качеств менеджера по продажам турпродукта		
	3.	На сайте ТО произвести бронирование готового турпакета в системе онлайн		
	4.	Технология управления контактом в турагентстве		
5.	Составить план стандартных ответов на претензии туристов			

<p>Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов. Составление презентаций на заданные темы. Составить календарь культурных событий по стране (по выбору учащегося). Презентация "Пригородные дворцы и парки в отдельных видах туризма". Презентация "Парки развлечений и тематические парки для семейного отдыха". Презентация "Заповедники, национальные парки и ООПТ в России и за рубежом". Составить рекламный буклет "5 причин, для посещения страны (направления)</p>	34	
<p>МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности</p>	104	
<p>Тема 2.1 Понятие и субъекты турагентской деятельности. Основные понятия, используемые в турагентской деятельности</p>	<p>Содержание лекций</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие турагентской деятельности 2. Субъекты турагентской деятельности 3. Основные понятия, используемые в турагентской деятельности 4. Развитие и регулирование турагентской деятельности в России <p>Практические занятия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обзор нормативно-законодательной базы и типовых договоров в сфере туризма 2. Закон "Об основах тур.деятельности в РФ", ФЗ "О защите прав потребителей" 3. Анализ источников информации в туризме 	6 2-3
<p>Тема 2.2. Организационные и правовые основы функционирования туристского предприятия.</p>	<p>Содержание лекций</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организационные основы функционирования туристского предприятия 2. Основные нормативные правовые акты, регулирующие турагентскую деятельность 3. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» 4. Технологии предреализационных процессов в сфере туризма 5. Договорно-правовая документация: договор с поставщиками услуг, договор с туроператорами, туристами 	6 2

	6.	Права и обязанности туроператоров, турагентов, туристов		
	7.	Туристская документация. Туристский ваучер, транспортные документы, медицинская страховка		
	8.	Ведение туристской отчетности		
	Практические занятия № 3-5		6	
	1.	Рассмотрение договора между турагентом и туристом		
	2.	Рассмотрение стандартного состава пакета документов на тур		
	3.	Сравнение стандартного пакета документов на различные виды туров		
Тема 2.3. Начало деятельности ТА. Юридические формальности	Содержание лекций		8	1-2
	1.	Статистика в ТА деятельности. Бизнес план ТА. Конкурентная среда. Реестр ТА		
	2.	Юридические формальности. Регистрация, фирменное наименование, товарный знак		
	3.	Сетевые туристические компании. Франчайзинг. Уполномоченные ТА и представительства ТО		
	Лабораторная работа			
	1.	Изучение на сайтах ведущих ТО раздела «турагентствам»	8	
2.	Собрать информацию об условиях вступления во франчайзинговые агентства сетей МГП. Горячие туры, Туры.ру, Глобал Трэвел Стар, ТЭЗ, Пегас, ГУИ, ТБС			
Тема 2.4 Документооборот ТА	Содержание лекций		8	2
	1.	Документооборот ТА- ТО. Документооборот ТА- турист. Противоречия, возникающие при составлении договора		
	Практические занятия		6	
	1.	Изучение «Правил оказания услуг по реализации турпродукта»		
	2.	Изучение агентских договоров на сайтах ТО		
	3.	Анализ условий агентских соглашений известных ТО		
	4.	Подготовка и комплектование пакета документов туриста для оформления визы		
5.	Оформление документов при бронировании и оплате тура			
Тема 2.5 .Выбор партнеров-ТО	Содержание лекций		8	2
	1.	Выбор партнеров ТО. Критерии надежности. Порядок работы с ТО		
	Практические занятия		6	
	1.	Анализ предложений ТО на туррынке в выбранной дестинации по различным характеристикам		
	2.	Выбор ТО-партнеров по различным направлениям. Профиль ТО,		

		работа с сайтами		
	3.	Бронирование отдельных услуг на сайтах ТО в режиме онлайн		
	4.	Бронирование турпакета на сайтах ТО в режиме онлайн		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности Поиск информации о характеристиках российских туристских агентств Изучение профиля туроператоров. Составить памятку для менеджера по профилю ТО. Выявление преимуществ и недостатков франчайзинга в туризме. Анализ условий вступления во франчайзинговую сеть Подготовить презентацию "Мировые отельные бренды" Поиск информации о размере агентского вознаграждения и бонусной программы туроператоров. Подготовить памятку для менеджера "Особенности безвизового въезда для российских туристов" Работа с сайтами туроператоров Подготовка информации для оформления памятки туристу Подготовка информации о дополнительных страхованиях туриста Изучение бланков проездных документов, страховых полисов, ваучеров			38	
Учебная практика Виды работ: <ol style="list-style-type: none"> 1. Знакомство с правилами прохождения учебной практики 2. Инструктаж по охране труда, противопожарной безопасности 3. Изучить основные организации, осуществляющие контроль в сфере туризма 4. Анализ рекламных материалов туристского рынка 5. Ознакомиться как оформляется турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы) 6. Ознакомиться со странами, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации 7. Ознакомление в оформлении турпакета (заключение договора реализации туристического продукта, оформление туристической путевки) 			36	
Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ: <ol style="list-style-type: none"> 1. Знакомство с предприятием, с правилами внутреннего трудового распорядка организации 2. Инструктаж по охране труда, технике безопасности, противопожарной безопасности 3. Разработка рекламной политики ТА 4. Изучение турпродукта и презентация его потребителю 5. Взаимодействие с ТО по продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники 6. Подготовка документов туриста на визу 7. Подготовка турпакета для туриста 			108	

8. Консультация потребителей по вопросам выданных документов на тур		
Всего	348	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

Заочная форма обучения, 2 года и 10 месяцев

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.01.01 Технология продаж и продвижение турпродукта		100	
Тема 1.1 Влияние туризма на экономику стран. Статистика в туризме. Законодательные нормативные акты	Содержание лекций	4	1-2
	1. Влияние туризма на экономику стран. Факторы, тормозящие развитие туризма. Международные организации по регулированию туризма		
	2. Доля туризма в ВВП стран мира. Статистика выезда и въезда туристов в РФ		
	3. Анализ требований российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, правилам реализации турпродукта		
	Практические занятия	2	
	1. Анализ агентских договоров в части фингарантий ведущих ТО		
	2. Анализ источников информации и нормативно- законодательной базы, типовых договоров в сфере туризма		
Тема 1.2 Формирование турпродукта	Содержание лекций	4	2-3
	1. Законодательные основы взаимодействия ТА и ТО. Бизнес – модели развития ТО		
	2. Расчет стоимости турпродукта-прерогатива ТО, закрепленная в законе «Об основах туристской деятельности в РФ» Этапы работы ТО компании при формировании тура		
	3. Активные субъекты туриндустрии. Поставщики туруслуг		
	4. Маркетинговые исследования ТО. Оценка конъюнктуры рынка ТО. Изучение и анализ запросов потребителей туруслуг. Изучение рекреационных возможностей регионов.		
	5. Методики расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости. Издержки		
	6. Этапы реализации турпродукта. Негативные последствия снижения цены. Альтернатива неуменьшения цены. Риски ТО при демпинге. Мнения экспертов - директоров ведущих ТО		
Тема 1.3 Продвижение турпродукта.	Содержание лекций	4	2-3
	1. Принципы работы маркетинговой службы в турфирме. Методы и		

Стимулирование продаж		нормативно-правовая основа рекламы турпродукта		
	2.	Виды продвижения ТО турпродукта на туристическом рынке. Реклама-инструмент продвижения товара к потребителю		
	3.	Разработка рекламной политики. Рекомендации при планировании рекламной компании		
	4.	Печатная реклама. Маркетинговые исследования ТО по выбору печатного издания в соответствии с целевой аудиторией. Рекомендации по рекламным объявлениям. Буклеты, каталоги. Виды сувенирной рекламы в туристической индустрии		
	5.	Реклама на радио. Этапы рекламной компании на радио. Телевизионная реклама		
	6.	Наружная реклама. Вывески, баннеры, растяжки, щиты. Реклама на транспорте		
	7.	Реклама в Интернете. Сайт ТО. Интернет- рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содержанию рассылки. Реклама в соцсетях		
	8.	Интернет-рассылка. База данных ТА. Рекомендации по содержанию рассылки. Реклама в соцсетях.		
	9.	Участие ТО в поисковых системах-информационных ресурсах ТА		
	10.	Туристические выставки.PR акции. Нестандартные приемы продвижения турпродукта. Пропаганда туризма. Спонсорство, благотворительность		
	11.	Работа по привлечению ТА: создание франчайзинговых агентских сетей.		
	12.	Обучение ТА - воркшопы, презентации, семинары, вебинары, инфотуры. Особенности продвижения турпродукта.		
	13.	Совместная реклама с ТА, совместные мероприятия. Размещение инфо на сайте.СПО		
	14.	Повышение технологичности ТО для привлечения ТА. Онлайн бронирование		
	15.	Виды продвижения ТА для стимулирования потребителей. Разработка рекламной политики. Как привлечь туриста в офис		
	16.	Средства стимулирования потребителей- предоставление бонусов для постоянных покупателей, доп.бесплатного обслуживания, раздача сувенирной продукции		
	17.	Нестандартные приемы продвижения. Cross promotion. Дисконтные карты. Почтовая рассылка		
Практические занятия № 9-13			2	

	1.	Разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта		
	2.	Правила составления анкеты-опросника для клиентов турагентства		
	3.	Правила и план составления презентации турпродукта		
	4.	Собрать материалы по рекламе ТА в вашем районе и проанализировать посещаемость агентства		
	5.	Изучение сайта ТО в части раздела «агентствам»		
Тема 1.4 Технология продаж турпродукта	Содержание лекций		4	2
	1.	Специфика продаж в турбизнесе. Продажа услуги		
	2.	Методы изучения запросов потребителя. Структура рекреационных потребностей. Требования к турменеджеру. Обязанности менеджера ТА		
	3.	Нравственные и психологические аспекты общения с клиентами. Деловой этикет		
	4.	Этапы обслуживания клиента. Различные средства стимулирования потребителей		
	5.	Технология продаж готового турпродукта. Требования законодательства к информации, предоставляемой потребителю.		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта			80	
<p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем).</p> <p>Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов.</p> <p>Составление презентаций на заданные темы.</p> <p>Составить календарь культурных событий по стране (по выбору учащегося).</p> <p>Презентация "Пригородные дворцы и парки в отдельных видах туризма".</p> <p>Презентация "Парки развлечений и тематические парки для семейного отдыха".</p> <p>Презентация "Заповедники, национальные парки и ООПТ в России и за рубежом".</p> <p>Составить рекламный буклет "5 причин, для посещения страны (направления)</p> <p>Изучение рекреационных возможностей заданного региона для создания турпродукта</p> <p>Расчет турпакета выбранного направления</p> <p>Изучение поставщиков туруслуг при бронировании «напрямую» и через meet-компанию</p> <p>Изучение профиля ТО на сайтах туроператоров.</p> <p>Технология эффективной презентации турпродукта.</p> <p>Составить перечень личных и профессиональных качеств менеджера по продажам турпродукта</p> <p>На сайте ТО произвести бронирование готового турпакета в системе онлайн</p> <p>Технология управления контактом в турагентстве</p>				

Составить план стандартных ответов на претензии туристов			
МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности		104	
Тема 2.1 Понятие и субъекты турагентской деятельности. Основные понятия, используемые в турагентской деятельности	Содержание лекций	4	2
	1. Понятие турагентской деятельности		
	2. Субъекты турагентской деятельности		
	3. Основные понятия, используемые в турагентской деятельности		
	4. Развитие и регулирование турагентской деятельности в России		
	Практические занятия № 1-2	2	
	1. Обзор нормативно-законодательной базы и типовых договоров в сфере туризма		
2. Закон "Об основах тур.деятельности в РФ", ФЗ "О защите прав потребителей"			
3. Анализ источников информации в туризме			
Тема 2.2. Организационные и правовые основы функционирования туристского предприятия.	Содержание лекций	4	2
	1. Организационные основы функционирования туристского предприятия		
	2. Основные нормативные правовые акты, регулирующие турагентскую деятельность		
	3. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»		
	4. Технологии предреализационных процессов в сфере туризма		
	5. Договорно-правовая документация: договор с поставщиками услуг, договор с туроператорами, туристами		
	6. Права и обязанности туроператоров, турагентов, туристов		
	7. Туристская документация. Туристский ваучер, транспортные документы, медицинская страховка		
	8. Ведение туристской отчетности		
Тема 2.3. Начало деятельности ТА. Юридические формальности	Содержание лекций	4	1-2
1. Статистика в ТА деятельности. Бизнес план ТА. Конкурентная среда. Реестр ТА			
2. Юридические формальности. Регистрация, фирменное наименование, товарный знак			

	3.	Сетевые туристические компании. Франчайзинг. Уполномоченные ТА и представительства ТО		
	Практические занятия № 10-13		2	
	1.	Изучение «Правил оказания услуг по реализации турпродукта»		
	2.	Изучение агентских договоров на сайтах ТО		
	3.	Анализ условий агентских соглашений известных ТО		
	4.	Подготовка и комплектование пакета документов туриста для оформления визы		
	5.	Оформление документов при бронировании и оплате тура		
Тема 2.5 .Выбор партнеров-ТО	Содержание лекций		2	2
	1.	Выбор партнеров ТО. Критерии надежности. Порядок работы с ТО		
	2.	Деловые партнеры ТА		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности			86	
Поиск информации о характеристиках российских туристских агентств				
Изучение профиля туроператоров. Составить памятку для менеджера по профилю ТО.				
Выявление преимуществ и недостатков франчайзинга в туризме. Анализ условий вступления во франчайзинговую сеть				
Подготовить презентацию "Мировые отельные бренды"				
Поиск информации о размере агентского вознаграждения и бонусной программы туроператоров.				
Подготовить памятку для менеджера "Особенности безвизового въезда для российских туристов"				
Работа с сайтами туроператоров				
Подготовка информации для оформления памятки туристу				
Подготовка информации о дополнительных страхованиях туриста				
Изучение бланков проездных документов, страховых полисов, ваучеров				
Рассмотрение договора между турагентом и туристом				
Рассмотрение стандартного состава пакета документов на тур				
Сравнение стандартного пакета документов на различные виды туров				
Изучение на сайтах ведущих ТО раздела «турагентствам»				
Собрать информацию об условиях вступления во франчайзинговые агентства сетей МГП. Горячие туры, Туры.ру, Глобал Трэвел Стар, ТЭЗ, Пегас, ТУИ, ТБС				
Анализ предложений ТО на туррынке в выбранной дестинации по различным характеристикам				
Выбор ТО-партнеров по различным направлениям. Профиль ТО, работа с сайтами				
Бронирование отдельных услуг на сайтах ТО в режиме онлайн				
Бронирование турпакета на сайтах ТО в режиме онлайн				
Учебная практика			36	

<p>Виды работ: Знакомство с правилами прохождения учебной практики Инструктаж по охране труда, противопожарной безопасности Изучить основные организации, осуществляющие контроль в сфере туризма Анализ рекламных материалов туристского рынка Ознакомиться как оформляется турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы) Ознакомиться со странами, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации Ознакомление в оформлении турпакета (заключение договора реализации туристического продукта, оформление туристической путевки)</p>		
<p>Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ: Знакомство с предприятием, с правилами внутреннего трудового распорядка организации Инструктаж по охране труда, технике безопасности, противопожарной безопасности Разработка рекламной политики ТА Изучение турпродукта и презентация его потребителю Взаимодействие с ТО по продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники Подготовка документов туриста на визу Подготовка турпакета для туриста Консультация потребителей по вопросам выданных документов на тур</p>	108	
Всего	348	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Туроператорской и турагентской деятельности».

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект образцов документов по бронированию; комплект учебно-методической документации.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- доска,
- ученические столы 2 местные с комплектом стульев
- стол для преподавателя,
- демонстрационный стеллаж,
- шкафы для хранения дидактических материалов, пособий и пр.;

Технические средства обучения:

- мультимедийный проектор;

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории:

- столы,
- стулья,
- компьютер преподавателя,
- компьютеры для студентов,

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная:

1. Сухов, Р.И. Организация туристской деятельности : учебник / Р.И. Сухов. – Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2017. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462032>
2. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме : учебное пособие / В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2017. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476509>
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник. Редактор: Морозов Ю. В., Гришина В. Т. Издательство: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017
https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=418086&sr=1
4. Меликян, О.М. Поведение потребителей : учебник / О.М. Меликян. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453281>

5. Лукич, Р. Управление продажами / Р. Лукич. - Москва : Альпина Паблишер, 2017. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279013>

6. Гулиев Н.А., Смагулов Б.К. Стандартизация и сертификация социально-культурных и туристских услуг: учебное пособие. Гулиев Н. А., Смагулов Б. К. М. Флинта, 2017 (ЭБС: Университетская библиотека онлайн, URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=93436&sr=1

7. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие. Издательство: СЕКВОЙЯ, 2017

https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485037&sr=1

Дополнительная:

1. Олейник, К. Всё об управлении продажами / К. Олейник, С. Иванова, Д. Болдогоев ; ред. Ю. Быстровой. - 3-е изд. - Москва : Альпина Бизнес Букс, 2017. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279847>

2. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767>

3. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450722>

4. Нуруллина, Г.Н. Современные производственные структуры предприятий сервиса : учебное пособие / Г.Н. Нуруллина, В.И. Богданова ; Министерство образования и науки России, Казанский национальный исследовательский технологический университет. - Казань: КНИТУ, 2017 URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560993>

5. Семиглазов, В.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие / В.А. Семиглазов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ (ТУСУР). - Томск : ТУСУР, 2018. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480954>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Консультации для обучающихся в очной форме обучения предусматриваются образовательной организацией из расчета 4 часа на одного обучающегося на каждый учебный год, в том числе в период реализации образовательной программы среднего общего образования для лиц, обучающихся на базе основного общего образования. Формы проведения консультаций (групповые, индивидуальные, письменные, устные) определяются образовательной организацией.

Практика является обязательным разделом ППССЗ. Она представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. При реализации ППССЗ предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная.

Учебная практика и производственная практика (по профилю специальности) проводятся образовательной организацией при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и могут реализовываться как концентрированно в несколько периодов, так и рассредоточено, чередуясь с теоретическими занятиями в рамках профессиональных модулей.

Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются образовательной организацией по каждому виду практики.

Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация ППССЗ должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля ПМ.01 «Предоставление турагентских услуг». Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего образования, соответствующего профилю модуля, и опыта практической деятельности в соответствующей профессиональной сфере. Эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	<p>определение запросов потребителей</p> <p>соответствие выбранного туристского продукта требованиям потребителя и обоснование правильности выбора оптимального туристского продукта</p> <p>выполнение требований инструкций и правил техники безопасности при использовании офисной техники</p> <p>формирование и использование баз данных потребителей по заданным параметрам</p> <p>соответствие результатов поиска конкретного турпродукта в сети Интернет заданным целям</p>	<p><i>Для текущего контроля:</i> оценка работы на практических занятиях, оценка выполнения самостоятельных работ</p> <p><i>Для промежуточной аттестации:</i> Экзамен квалификационный</p>
ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах	<p>Оперативное предоставление потребителю (демонстрация результативности информационного поиска) запрашиваемой информации</p> <p>полнота и доступность рекомендаций потребителю в устной и письменной форме (на русском и иностранном языках) согласно утвержденным нормам работы с клиентами</p> <p>формирование доступных рекомендаций с учетом разных категорий туристов (возраст, социальная группа, статус и др.)</p> <p>соответствие предоставляемой потребителю информации требованиям российского законодательства</p> <p>презентация о туристских услугах через средства СМИ</p> <p>разработка рекламного продукта о предлагаемых туристских услугах</p>	<p><i>Для текущего контроля:</i> оценка работы на практических занятиях, оценка выполнения самостоятельных работ</p> <p><i>Для промежуточной аттестации:</i> Экзамен квалификационный</p>
ПК1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации	точность и полнота проведенного маркетингового исследования	<i>Для текущего контроля:</i> оценка работы на практических

и продвижению туристского продукта	предложений туроператоров	занятиях, оценка выполнения самостоятельных работ <i>Для промежуточной аттестации:</i> Экзамен квалификационный
	точность следования инструкциям и нормам по бронированию с использованием современной офисной техники	
	проведение бронирования турпродукта согласно установленным требованиям	
	соответствие нормативам делового общения содержания устного и письменного общения с туроператором на русском и иностранном языках	
	демонстрация техники презентации туристского продукта на русском и иностранных языках	
	планирование и расчет бюджета рекламной кампании	
	заполнение всех документов, необходимых для осуществления турпоездки, в соответствии с нормативными требованиями	
	участие в разработке памятки для туриста	
ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	правильность оформления документации и расчета стоимости турпакета на основе современной нормативной базы	
	получение и анализ информации о стоимости и характеристиках туруслуг, входящих в турпакет	
	соответствие результата подбора оптимального турпакета заявке потребителя	
ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	оформление документации на реализацию турпродукта	
	правильность заполнения бланков сопутствующей документации	
	изложение правил реализации туристского продукта с учетом требований российского законодательства	
ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	правильность заполнения заявлений на выдачу виз; выявление ошибок при оформлении заявлений и их исправление; объяснение выявленных ошибок, грамотное и корректное консультирование потребителя	
ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности	полнота и верность изложения правил приобретения, учета и	

	хранения документов строгой отчетности	
	правильность заполнения документов строгой отчетности	
коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	коммуникационных технологий	обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной работы; ответственность за работу подчиненных	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- Организация самостоятельных занятий по повышению личностного и квалификационного уровня	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Анализ инноваций в области технологии продаж и продвижения турпродукта	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы