

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области
«Свердловский областной педагогический колледж»
(ГАПОУ СО СОПК)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 01. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ

43.02.10 Туризм
Очная форма обучения

Рассмотрена на заседании кафедры
туризма и архивоведения
20 мая 2020 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой
 / Бортникова О.В./

Рабочая программа разработана в соответствии с
требованиями Федерального государственного
образовательного стандарта по специальности
среднего профессионального образования
Утверждена решением научно-методического
совета ГАПОУ СО «СОПК» протокол № 11
от 03 июня 2020 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 «Туризм» утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7.05.2014г. № 474.

Организация-разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Свердловской области «Свердловский областной педагогический колледж»

Разработчик:

Бортникова О.В., преподаватель ВКК ГАПОУ СО «Свердловский областной педагогический колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	27
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	28

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ

1.1 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины Рабочая программа профессионального модуля «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ» является частью примерной основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.10 «Туризм» утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7.05.2014 г. № 474.

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями, мотивировать
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственность за результат выполненных заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций на основании нормативных документов:

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

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Иметь практический опыт в	<ul style="list-style-type: none"> • выявления и анализа потребностей заказчика и подбора оптимального туристического продукта, • проведения сравнительного анализа организация предложений туроператоров, разработки турагентской рекламных материалов и презентации деятельности турпродукта; • взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
----------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя; оформления документации строгой отчетности;
уметь	<ul style="list-style-type: none"> определять и анализировать потребности заказчика выбирать оптимальный туристский продукт; осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных); составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров; взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения; осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники; принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами; обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки; разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах; представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям; оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты; оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности; принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности; представлять потребителю полную 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	<ul style="list-style-type: none"> структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя; требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора; различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования; методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках; технологии использования базы данных;

	<ul style="list-style-type: none"> • статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры; • особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов; • основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме; • виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий; • характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости; • географию размещения ресурсов Всемирного наследия ЮНЕСКО
--	--

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего 534 часов, из них на освоение

МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта – 165 часов;

МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности – 231 часов.

На практики 144 часа, в том числе

учебную – 36 часа;

производственную – 108 часа.

Самостоятельная работа - *131 часов.*

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, час.					
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа
			Обучение по МДК			Практики		
			Всего	В том числе		Учебная	Производственная	
Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)							
ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5.	МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта	165	110	46		36	108	55
ПК 1.6. ПК 1.7.	МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности	231	154	68				77
ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9	Производственная практика (по профилю специальности), часов						108	
	Промежуточная аттестация (по каждому компоненту ПМ: МДК, УП, ПП, по ПМ)						*	
	Итого	396	264	114		36	108	131

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ))

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	
МДК. 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта			
Раздел 1. Технология продаж и продвижение тур.продукта			
Тема 1.1. Туристический продукт как комплексная туристическая услуга	Содержание учебного материала		20
	1	Особенности формирования тур.услуги Продукт. Туристский продукт. Потребность. Покупательский спрос. Потребительская ценность туристского продукта. Качество туристского продукта. Степень удовлетворенности клиента.	2
	2	Понятия техники, технологии Составляющие туристского продукта. Услуга. Туристская услуга. Группы особенностей турпродукта. «Четыре Н» турпродукта (нематериальность, неотделимость производства и потребления, неспособность к хранению, нестабильность параметров качества услуг). Дополнительные параметры услуг (неотделимость покупателя и потребителя турпродукта, индивидуальность турпродукта, эластичность спроса, территориальная привязка, субституция и комплементарность)	2
	3	Особенности технологии производства продуктов, работ, услуг в туризме Четырехуровневая структурная модуль продукта (Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз). Уровни продукта (основной, сопутствующий, дополнительный, продукт в расширенном толковании).	2
	В том числе практических занятий		12
	1.	Анализ технического и технологического оснащения турфирм	2
	2.	Термины, сокращения и аббревиатуры принятые в международном Туризме	2
	3.	Проектирование туристских продуктов: аналитические признаки.	2
	4.	Отработка навыков турпроектирования.	2
	5.	Решение ситуационных задач «Проектирование тур продукта».	2
	6.	Семинар «Проектирование туристского продукта».	2
Самостоятельная работа обучающихся		2	
1.Проанализировать работы местных турфирм		2	
Тема 1. 2. Формирования	Содержание учебного материала		20
	1	Каналы сбыта тур.продукта Социально-маркетинговая концепция. Особенности применения социально-маркетинговой	2

сбытовой среды туроператора		концепции. Её отличия от традиционных моделей маркетинговой деятельности. Факторы прибыльности деятельности турпредприятия.	
	2	Характеристика основных форм продажи туристического продукта	2
		Сбытовая стратегия туристского предприятия. Факторы её успешной реализации. Структура рынка организованного туризма. Осуществление сбытовой политики. Понятие «канал распределения». Функции канала распределения. Основные формы организации сбыта турпродукта. Прямой и опосредованный каналы сбыта. Туристское агентство. Рыночные каналы сбыта продуктов туроператоров.	
	3	Элементы продукта в расширенном толковании	2
		Термин «момент истины». Элементы туристского продукта в расширенном понимании. Стадии участия клиента в системе предоставления туристских услуг.	
	4	Методы и формы реализации турпродукта	2
		Многоканальные сбытовые системы. Горизонтальные и вертикальные маркетинговые системы. Агентское соглашение. Франшиза. Выставочная деятельность турпредприятия. Основные критерии выбора посредников. Методы реализации турпродукта (интенсивное распределение, эксклюзивное распределение и выборочное).	
	5	Электронная коммерция в туризме	2
		Понятие «электронная коммерция». Преимущества использования электронной коммерции. Модели электронной коммерции. Веб-витрины. Интернет-магазин. Торговая интернет-система.	
	6	Традиционные и нетрадиционные формы продаж турпродукта	2
		Прямой маркетинга, его достоинства. Маркетинг с базами данных. Формы прямого маркетинга. Персональная продажа. Технология проведения продажи. Основные факторы, определяющие процесс персональной продажи в туризме. Схема процесса персональной продажи турпродукта.	
		В том числе практических занятий	2
		1. Анализ технологии работы и организации туристических фирм.	2
		Самостоятельная работа обучающихся	6
	1. Анализ сбытовой среды российских туроператоров в Екатеринбурге	2	
	2. Анализ сбытовой среды российских туроператоров в Свердловской обл.	2	
	3. Анализ сбытовой среды российских туроператоров в Екатеринбурге и в Свердловской обл.	2	
Тема 1. 3.	Содержание учебного материала	31	

Агентские сети и франчайзинг в туризме	1	Агентские сети туроператоров	2
		Прямая (классическая) агентская сеть. Агентская сеть ставителей. Совмещенная агентская сеть. Субагентская сеть.	
	2	Типичные условия работы турагентства в туроператора	2
		Туроператор - Турагентство - Турист.	
	3	Франчайзинговый пакет	2
		Состав. Условия. Цель. Анализ возможностей	
	4	Основные направления подготовки продавца. Управление контактом с клиентом	2
		Подготовительный этап личной продажи в туриндустрии. Направления подготовки продавца. Установление контакта. Система управления контактом. Объекты контакта.	
	5	Технология управления контактом	2
		Технология управления контактом. Профессиональное общение. Деловое общение. Личный контакт. Средства общения: вербальные и невербальные.	
	6	Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя.	2
		Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворенности клиента Три этапа послепродажного обслуживания. Поведение во время оформления документов и после этого. Связь с клиентом. Удовлетворенность клиента турпродуктом. Четыре основных исхода. Формы работы с различными исходами путешествия.	
		В том числе практических занятий	8
		1. Текст агентского соглашения между оператором и турагентом	2
		2. Разработка анкеты для гостей (туристов) конкретного отеля (фирмы) (по выбору)	2
		3. Деловая игра «Преодоление возражений клиентов в переговорах».	2
		4. Деловая игра «Переговоры о цене».	2
	Самостоятельная работа обучающихся	11	
	1. Пределить порядок споров между туроператором и турагентом по соглашению	2	
	2. Конспект «Динамика туристских потоков по регионам»	2	
	3. Доклад «Деятельность турагентства по регулированию туристских формальностей».	2	
	4. Разработка форм и средств поддержания длительных отношений с клиентами.	2	
	5. Сообщение «Особенности анализа состояния и перспектив развития турфирмы как проектируемого объекта»	2	
	6. Письменно и в графическом виде разработать концепцию по оформлению стенда туристических фирм (макет, дизайн, и т.п.)	1	

Тема 1.4 Программы бронирования туров	Содержание учебного материала		36
	1	Технические возможности бронирования туров.	2
		Способы подключения к системе. Значение. История.	
	2	Преимущества системы on-line бронирования	2
		Доступность, охват полпулярность	
	3	Программы on-line бронирования	2
		Система Galileo Anywhere, системы бронирования «Алеан», система Amadeus и другие	
	4	Исследование потребностей клиента.	2
		Функции грамотного использования вопросов. Типы вопросов клиенту: открытые и закрытые вопросы. Конструктивные и альтернативные вопросы. Риторические и контрольные вопросы. Переломные и встречные вопросы. Приемы слушания.	
	5	Стимулирование сбыта при онлайн бронировании	2
		Стимулирование торгового персонала. Стимулирование посредников. Стимулирование потребителей. Инструменты стимулирования: скидки с цен, образцы, премии, зачетные талоны, купон, презентации продукта, продажа туров в кредит, анимация продаж, конкурсы, игры, витрины, лотереи.	
	6	Электронная коммерция в продаже	2
		Основные модели электронной коммерции в Интернете. Реализация продаж с помощью вебветрин, интернет-магазинов, торговых интернет-систем.	
	7	Презентация туристского продукта	2
		Цели презентации турпродукта. Правила и рекомендации проведения презентаций. Составная часть единого процесса продажи турпродукта: выгода клиента, персонифицированность, адаптированность, вербальные средства выражения, невербальные сигналы.	
		В том числе практических занятий	12
		1. Примеры систем on-line бронирования	2
	2. Деловая игра «Продажа турпродукта»	2	
	3. Решение ситуационных задач по теме «Техники активного слушания».	2	
	4. Семинар «Электронный туристский бизнес».	2	
	5. Текст объявления для сайта туристического агентства (на конкретном примере).	2	
	6. Исследование пот теме «Интернет-технологии в продвижении турпродукта» (на примере туроператора).	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	10	
	1. Выявить составляющие системы продвижения продукта туроператором	2	

	2. Подготовить текст и слайды или презентацию любого турпродукта.	2
	3. Выбери конкретный вид турпродукта. Проведи исследование этого турпродукта: а) выпиши достоинства турпродукта; б) выпиши недостатки турпродукта; в) выпиши 10 продуктов, конкурирующих с выбранным вами. г) сравнить достоинства и недостатки выбранного вами продукта с конкурирующим.	2
	4. Переведите и аргументируйте выгоду и достоинства вашего продукта. Примените различные виды рефрейминга к недостаткам этого продукта.	2
	5. Проведите презентацию коммерческого предложения продукта вашим знакомым, друзьям или родственникам. Попросите их рассказать вам о том, как они себя чувствовали в процессе презентации, в какие моменты им было интересно, в какие скучно, было ли раздражение и когда оно появилось.	2
Тема 1.5 Методы и нормативная основа рекламы туристического продукта	Содержание учебного материала	20
	1 Понятия и цели туристской рекламы	2
	Особенности рекламы в туризме: предмет, цели, функции. Информационное обеспечение рекламной деятельности	
	2 Нормативная база	2
	Гражданский кодекс Российской Федерации; Закон РФ "О защите прав потребителей"; Закон РФ "О рекламе"; Закон РФ "О сертификации продукции и услуг" Указом Президента РФ "О гарантиях права граждан на охрану здоровья при распространении рекламы"; Указ Президента РФ "О защите потребителей от недобросовестной рекламы" и др.	
	3 Принципы рекламы	2
	Наглядность рекламы Понятность рекламы Эмоциональность рекламы и другие	
	4 Виды рекламы в зависимости от носителей.	2
	Реклама в прессе. Печатная реклама. Наружная реклама. Интернет-реклама. Видео реклама. Аудио реклама	
	5 Форма рекламного обращения.	2
Цвет и иллюстрации в рекламе. Рекламный текст: структура, приемы, стиль		
6 Классификации рекламы	2	

		Тип спонсора, тип целевой аудитории, сконцентрированность на сегменте, размеры территории (охват рекламной деятельностью), предмет рекламы, цель в увязке с ЖЦТ, способ воздействия, средства передачи	
	7	Рекламное обращение	2
		Содержание, форма структура. Модели и мотивы рекламных обращений турфирм.	
	8	Тактические решения по рекламе	2
		Анализ опыта. Примеры.	
		В том числе практических занятий	2
		1.Разработать макет рекламного объявления для конкретного туристского продукта	2
		Самостоятельная работа обучающихся	2
		1.Выявить составляющие системы продвижения продукта туроператором	2
Тема 1.6 Нерекламные методы продвижения туристического продукта		Содержание учебного материала	20
	1	Стимулирования потребителей и розничных турагенств	2
		Стимулирование сотрудников турфирмы. Стимулирование посредников (турагентов)	
	2	Ознакомительные поездки	2
		программа ознакомительного тура; туроператорский каталог на текущий сезон; ценовое приложение к туроператорскому каталогу; специальные программы и предложения туроператора (туры на праздники, групповые туры, бизнес-туры и т.д.);	
		В том числе практических занятий	4
		1. План мероприятий для туроператорской компании по публичным отношениям (PR)	2
		2. Итоговый тест	2
		Самостоятельная работа обучающихся	12
		1.Рассмотреть составляющие нерекламных методов продвижения турпродукта	2
	2.Доклад «Уголок потребителя в турагентстве».	2	
	3. Конспект «Документация обслуживания, учет и порядок ее оформления».	2	
	4. Сообщение «Приобретение, оформление и учет и бланков строгой отчетности».	2	
	5.Составление таблицы «Источники правового регулирования туризма в Российской Федерации (обзорный анализ)».	2	
	6. Доклад «Правовой порядок создания и государственной регистрации юридических лиц».	2	
Тема 1.7. Технология работы турфирмы		Содержание учебного материала	18
		1.Понятие туристическая фирма Виды деятельности. Типы. Значение. 2.Инициативный и рецептивный туроператор, турагент	2

	<p>Виды деятельности. Понятие. Структура. Примеры.</p> <p>3.Виды деятельности турфирмы</p> <p>Операторы массового рынка. Специализированные операторы. По объему продаж, по направлениям деятельности, по обеспечению</p> <p>4.Классы обслуживания</p> <p>VIP, эконом, средний, специализированный.</p> <p>5.Факторы, влияющие на поведение потребителя туристского продукта</p> <p>Политический, социальный, экономический и другие</p> <p>6.Технология формирования сбытовой сети, подбор партнеров по сбыту</p> <p>Концепции (подробный сравнительный):сбытового и классического маркетинга; классического и социально-этического</p> <p>7.Технология организации переговоров с поставщиками услуг</p> <p>Маркетинговые стимулы и инструменты</p>	
	В том числе практических занятий	4
	1.Задачи и меры стимулирования сбыта туристского продукта	2
	2. Итоговый тест	2
	Самостоятельная работа обучающихся	12
	<ul style="list-style-type: none"> • Проанализировать работы местных турфирм • Рассмотреть принципы распространения каталогов туроператорами • Рекламный буклет по определенной дестинации по направлениям и видам туризма (по выбору) • Изучение документации (ГОСТ Р 50690–2000 «Туристские услуги. Общие требования», ГОСТ Р 53522–2009 «Туристские и экскурсионные услуги»). • Оценка современной конъюнктуры туристского рынка РФ и регионального туристского рынка 	2 2 2 2 2 2
МДК	Технология и организация турагентской деятельности	231
Тема 2.1. Турагентская деятельность	Содержание учебного материала	10
	1 Структура туристского рынка. Международное регулирование туристской деятельности	2
	Турагентская деятельность. Турагентские фирмы. Турагент. Отличия работы в турагентской фирме и туроператорской фирме. Главы закона. Терминология. БСО. Государственное регулирование туристской деятельности. Объём информации об услугах. Договор о реализации турпродукта. Договор о реализации турпродукта. Порядок заключения, исполнения, изменения и прекращения.	

	2	Виды турагентской деятельности и функции турагента	2
		Права и обязанности туриста. Договорные отношения. Безопасность туризма. Финансовое обеспечение. Международное сотрудничество. «Правила оказания услуг по реализации туристского продукта» от 18.07.2007г. Содержание учебного материала, условия, требования. Требования к организации деятельности турфирмы	
	3	Взаимодействие с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта	2
		Формирование портфеля предложений. Характеристики туроператора (надёжность, вознаграждение за реализацию турпродукта, условия бронирования, условия оплаты, информационное обеспечение). Субъективные характеристики. Рейтинги туроператоров.	
	Самостоятельная работа обучающихся		4
		1. Анализ Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», 2. Анализ документа «Правила оказания услуг по реализации туристского продукта» от 18.07.2007 г.	2 2
Тема 2.2. Туристский продукт	Содержание учебного материала		24
	1	Виды турпродуктов.	2
		Потребительские свойства туристского продукта Туристский продукт. Потребность. Покупательский спрос. Потребительская ценность туристского продукта. Качество туристского продукта. Степень удовлетворенности клиента.	
	2	Расчёт стоимости турпродукта	2
		Затраты турфирмы на организацию поездки. Калькулирование полной себестоимости турпродукта. Постоянная и переменная стоимость.	
	3	Расчёт стоимости турпакета и его элементов. Внешние факторы	2
		Состояние покупательского спроса; платежеспособность покупателей, их интересы, привычки, вкусы; поведение конкурентов; экономическая политика государства и др. Внутренние факторы: увеличение прибыли от реализации туристского продукта; заинтересованность туроператора и турагента в увеличении своей доли на рынке; стремление избежать банкротства; желание поднять престиж туристского предприятия. Практическое занятие. Расчет стоимости туристского продукта. Формула стоимости ТП.	
	В том числе практических занятий		10
		1. Проектирование туристских продуктов: аналитические признаки.	2
		2. Отработка навыков турпроектирования.	2
	3. Решение ситуационных задач «Проектирование тур продукта».	2	
	4. Проектирование туристского продукта	2	

	5. Выявление внутренней мотивации туристов, выбирающих туристский продукт	2
	Самостоятельная работа:	8
	1. Подготовка к практическому занятию	2
	2. Анализ основных документов туристской фирмы	2
	3. Доклад «Термин «момент истины». Элементы туристского продукта в расширенном понимании.»	2
	4. Таблица «Стадии участия клиента в системе предоставления туристских услуг».	2
Тема 2.3. Нормативная база организации турагентских продаж	Содержание учебного материала	32
	1 Нормативно - правовая база турагентской деятельности	2
	Гражданский кодекс Российской Федерации, части I и II Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. "О защите прав потребителей" Федеральный закон от 15 августа 1996 г. "О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию" Федеральный закон от 10 января 2002 г. "Об охране окружающей среды" Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. "О техническом регулировании" Федеральный закон от 8 августа 2001 г. "О лицензировании отдельных видов деятельности" и т. д.	
	2 ФЗ «Об основах туристской деятельности». ФЗ «О защите прав потребителей»	2
	Разделы, анализ. Наименование органа, принявшего закон. Преамбула. Нормативное содержание. Нормативные акты. Указание на порядок вступления данного закона в силу.	
	3 Требования к организации турагентской деятельности.	2
	Функции туристических организаций: комплектующая; сервисная; гарантийная. Примеры. Анализ.	
	4 Основные положения турагентской деятельности в нормативно-правовых документах	2
	Концепция развития туризма в Российской Федерации. Положения. Формы.	
	5 Государственное регулирование турагентской деятельности	2
Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации. Государственная программа Российской Федерации "Развитие культуры и туризма. «Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» и другие		
6 Государственные органы по регулированию туристской деятельности.	2	
Субъекты регулирования;		

	<ul style="list-style-type: none"> · Государственные органы и общественные организации; · Формирование единой государственной политики регулирования развития туризма; · Методы государственного регулирования; · Инструменты государственного регулирования 	
7	Правила оказания услуг по реализации туристского продукта в Российской Федерации	2
	Общие положения. Требования к организации деятельности исполнителя. Информация об оказываемых услугах по реализации туристского продукта. Порядок заключения, исполнения, изменения и прекращения договора о реализации туристского продукта. Порядок предъявления претензий и ответственность сторон по договору о реализации туристского продукта.	
8	Организационный аспект создания туристского агентства	2
	Фирменное наименование. Учредительные документы. Государственная регистрация.	
9	Пакет нормативных документов для работы турагентства	2
	Договорный план, схема тур маршрута, договор между ТО, график загрузки, номера групп, калькуляция тура, договор ТО с ТА, ТО с туристом, ТО со страх компанией, аккредитация в посольствах, продаваемый каталог, прайс-каталог, рекламная компания: наружная реклама для ТА, реклама тура, договор страхования со страх компанией, словарь сокращенных терминов для прайса.	
	В том числе практических занятий	10
	1. Анализ стандартов обслуживания	2
	2. Планирование деятельности туристской фирмы по продажам	2
	3. Статистическая отчетность турфирм по продажам	2
	4. Повышение уровня профессиональной подготовки для продаж	2
	5. Оформление офиса турагентства	2
	Самостоятельная работа обучающихся	4
	1. Анализ нормативно–правовой базы деятельности туристской фирмы.	2
	2. Анализ документа ФЗ «О защите прав потребителя»	2
Тема 2. 4. Организация взаимодействия турфирмы-агента и турфирмы-оператора	Содержание учебного материала	32
1	Выбор турагентом туроператора	2
	Агентский договор. Доверенность. Договор турагента с турагентом (субагентирование). Договор купли-продажи.	
2	Характеристики туроператора	2
	Реестровый номер, полное наименование, сокращенное наименование, адрес (место	

	нахождения) , ИНН, ОГРН, общий размер финансового обеспечения, срок действия финансового обеспечения, направления деятельности.	
3	Рейтинги туроператоров.	2
	Цель рейтинга, система подсчета, качество направлений	
4	Формы взаимодействия турагентской и туроператорской фирмы.	2
	1) публичная оферта туроператора; 2) заключение договора между туроператором и турагентом; 3) рассылка туроператором предложений (прайс-листов) и рекламных материалов; 4) заявка турагента на бронирование туристского продукта; 5) подтверждение заявки туроператором и выставление счета; 6) оплата счета турагентом и передача туроператору документов туриста.	
5	Агентский договор	2
	Разделы, условия, Предмет договора, Срок действия договора, Права и обязанности сторон, Мониторинг исполнения сторонами обязательств и отчетность, Привлечение субагентов в договор.	
6	Договор поручения	2
	Разделы, условия, Предмет договора, Срок действия договора, Права и обязанности сторон, Мониторинг исполнения сторонами обязательств и отчетность, Привлечение субагентов в договор	
7	Субагентирование и договор купли-продажи	2
	Разделы, условия, Предмет договора, Срок действия договора, Права и обязанности сторон, Мониторинг исполнения сторонами обязательств и отчетность, Привлечение субагентов в договор	
8	Взаимодействие турагента и туроператора	2
	Формирование портфеля предложений. Характеристики туроператора (надёжность, вознаграждение за реализацию турпродукта, условия бронирования, условия оплаты, информационное обеспечение). Субъективные характеристики. Рейтинги туроператоров.	
	В том числе практических занятий	10
1.	Рейтинг туроператоров в СО	2
2.	Формирование портфеля предложений	2
3.	Оказание услуг турфирмами	2
4.	Рейтинг турагентов в СО	2
5.	Деятельность турагентств с информационными ресурсами	2

	Самостоятельная работа обучающихся	6
	1. Доклад «ФЗ «О стандартизации»»	2
	2. Разработка договора об аренде помещения.	2
	3. Сообщение «Безопасность фирмы».	2
Тема 2.5. Участие турагента в организации рекламы и продвижения турпродукта	Содержание учебного материала	28
	1 Турагентская реклама	2
	Реклама. Каналы распространения турагентской рекламы. Реклама в печатных средствах массовой информации. Реклама на радио. Реклама на телевидении. Реклама в Интернете. Реклама в электронных изданиях. Наружная реклама.	
	2 Реклама в печатных СМИ	2
	История, функции, особенности, виды.	
	3 Наружная реклама	2
	История, функции, особенности, виды.	
	4 Нерекламные методы продвижения турагентских услуг	2
	Программы лояльности клиентов. Стимулирование продаж (объявление скидок, подарочные предложения, конкурсы и розыгрыши, личные продажи).	
	5 Способы продвижения турпродукта	2
	Стимулирование сбыта; связь с общественностью; личные продажи; реклама.	
	В том числе практических занятий	10
	1. Разработка рекламные материалы	2
	2. Анализ методов продвижения турагентских услуг в СО	2
	3. Разработка рекламы по турпродукту	2
	4. Практикум по продажам турпродукта клиентам по массовым направлениям	2
	5. Практикум по продажам турпродукта корпоративным и индивидуальным клиентам	2
Самостоятельная работа обучающихся	8	
1. Доклад «Организационно–правовые формы создания туристского предприятия».	2	
2. Разработка проекта единого фирменного стиля, внутреннего и внешнего оформления офиса туристской фирмы.	2	
3. Сообщение «Формирование штата сотрудников фирмы».	2	
4. Доклад «Порядок ликвидации туристской фирмы».	2	
Тема 2.6 Организация офиса турфирмы-агента	Содержание учебного материала	32
	1 Офис продаж	2
	Местоположение, направление, оформление, документы	

2	Мебель и оборудование офиса турагентства	2
	Технологический процесс в турагентской деятельности. Формы реализации товаров и услуг. Офис продаж. Месторасположение офиса. Площадь офиса (размеры). Комплектация рабочего места менеджера по продажам турпродукта. Рабочий стол менеджера. Рабочее кресло менеджера. Кресла (стулья) для посетителей. Офисная техника. «Островки». Шкафы для хранения документов. Освещение, цвет стен. Рабочее место менеджера и зона для посетителей. Кухня-столовая при офисе. Санузлы. Типы планировки современного офиса.	
3	Эргономика офиса турагентства	2
	Требования к оборудованию офиса организации.	
4	Техническое оборудование турагентства	2
	Средства связи. Телефон. Мини-АТС. Факс. Персональный компьютер или компьютерный терминал. Копировально-множительная техника. Контрольно-кассовые аппараты. Другая малая офисная техника (счетчик денежных купюр, шредер, ламинаторы, брошюраторы, паспортный сканер).	
5	Охрана труда в офисном помещении	2
	Требования и рекомендации. Микроклимат. Правила техники безопасности. Оснащение офиса согласно требованиям пожарной безопасности. Огнетушители. План эвакуации. Пожарная сигнализация. Организация противопожарных учений.	
6	Средства пожарной безопасности	2
	Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. № 69-ФЗ «О пожарной безопасности», правила, нормы пожарной безопасности, требования к пожарной технике, зданиям, сооружениям. Правила пожарной безопасности в Российской Федерации (ППБ 01-03), утвержденные приказом МЧС России от 18 июня 2003 г. № 313 Нормы пожарной безопасности «Обучение мерам пожарной безопасности работников организаций», утвержденные приказом МЧС России от 12 декабря 2007 г. № 645. Свод правил «Техника пожарная. Огнетушители. Требования к эксплуатации», утвержденные приказом МЧС России от 25 марта 2009 г. № 179.	
7	Квалификационные требования к работникам туристской индустрии (профессиональные стандарты)	2
	Требования к компетенциям специалистов туристской отрасли особенно актуализируются в свете реализации мероприятий Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации»	
8	Квалификационные требования к персоналу турагентства: стандарты обслуживания	2
	ГОСТ Р 55318-2012 Туристские услуги. Общие требования к персоналу туроператоров и	

	<p>турагентов Квалификационные требования к персоналу турагентства Генеральный менеджер фирмы-туроператора (генеральный директор); менеджер по производству туристских услуг (директор фирмы-туроператора); референт по производству туристских услуг (референт фирмы-туроператора); менеджер по продажам, перевозкам и бронированию (менеджер на транспорте, связи, материально-техническом снабжении и сбыту); референт по продажам, перевозкам и бронированию; генеральный менеджер турагентства (начальник или генеральный директор); руководитель отдела маркетинга (начальник отдела по маркетингу и сбыту продукции); консультант по объединению компаний и франшизе (консультант по экономическим вопросам); и др. Организация турагентства Свидетельство о государственной регистрации; Устав; Данные о расчетном счете; Копии контрактов, подтверждающих аренду помещения, где располагается фирма (если помещение лично принадлежит собственнику, то нужно предоставить документ, подтверждающий право собственности); Паспорт; Копию ИНН руководителя; Справка о постановке на учет в налоговой службе</p>	
	В том числе практических занятий	6
	1. Деятельность турагентства по регулированию туристских формальностей	2
	2. Уголок потребителя в турагентстве	2
	3. Оформление документов клиентам. Консультации клиентам	2
	Самостоятельная работа обучающихся	10
	1. Процесс составления бизнес-плана туристского предприятия.	2
	2. Структура и оформление бизнес-плана.	2
	3. Анализ туристских предпочтений в Екатеринбурге и Свердловской области.	2
	4. Виды туристских каталогов	2
	5. Цель и задачи бизнес-планирования в туризме.	2
Тема 2.7 Психологические особенности поведения турагента в процессе продажи туристической	Содержание учебного материала	18
	1. Особенности личной продажи туристского продукта	2
	Личная продажа. Выявление потребностей клиента. Презентация турпродукта. Работа с возражениями. Завершение продажи. Ответ на телефонный звонок. Приветствие. Выявление потребностей. Завершение разговора. Особенности продажи по телефону	

путевки		Методы сбыта. Особенности организации прямых продаж. Основные принципы построения эффективной системы сбыта.	
	3.	Особенности работы с клиентами разных психологических типов	2
		Классификация клиентов турфирмы: удобные и неудобные. Удобные для работы клиенты («предприниматель», «игрок», «скептик», «нытик»). Неудобные для работы клиенты («максималист», «примадонна», «зануда», «бульдозер»). Особенности работы с каждой группой клиентов. Урегулирование конфликтных ситуаций Причины конфликта. Рекомендации по урегулированию конфликта. Алгоритм поведения сотрудника турфирмы по урегулированию конфликта. Лояльность клиентов. Последовательность формирования программы лояльности. Типы программ лояльности (стандартная, партнёрские, материальные). Цели программы лояльности.	
		Самостоятельная работа обучающихся	14
		1. Доклады «Сегментирование туристского рынка».	2
		2. Конспект «Спрос и предложение в туризме».	2
		3. Таблица «Виды страхования в туризме».	2
		4. Сообщение «Основные производственные функции бюро продаж туроператора».	2
	5. Конспект «Понятие контрагентской сети».	2	
	6. Доклад «Основные факторы подбора турагентов».	2	
	7. Сообщение «Виды агентских соглашений».	2	
Тема 2.8	Содержание учебного материала	2	
Информационное обеспечение продаж турпродукта.	СО «Туристская путёвка». Бланк. Меры защиты от подделки. Особенности оформления. Ваучер. Проездные документы. Страховой полис. Информационный листок и другие информационные материалы	2	
Тема 2.9	Содержание учебного материала	16	
Документационное обеспечение продажи турпродукта	Туристская документация: виды, особенности заполнения		
	В том числе практических занятий	6	
	1. Заполнение договора реализации турпродукта	2	
	2. Заполнение туристской путевки	2	
	3. Заполнение документов, которые выдаются туристу для совершения путешествия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	10	
	1. Доклад «Профессиональная техника общения с клиентом».	2	
	2. Сообщение «Информация об условиях, препятствующих совершению путешествия,	2	

	предоставляемые клиенту до и после подписания договора». 3. Таблица «Особенности паспортного режима и визовые ограничения ряда зарубежных стран». 4. Доклад «Правила выезда несовершеннолетних в групповые и индивидуальные туры (зарубежные)». 5. Конспект «Порядок подписания договора с клиентом».	2 2 2
Тема 2.10 Использование информационных технологий в организации работы турагента	Содержание учебного материала	18
	Виды информационных источников для продвижения турпродуктов, работы турагента	
	В том числе практических занятий	8
	1. Использование информационных ресурсов интернета	2
	2. Анализ интегрированных коммуникационных сетей	2
	3. Анализ Веб-сайтов	2
	4. Использование электронных туристических каталогов в деятельности турагента	2
Самостоятельная работа обучающихся	10	
1. Конспект «Основное содержание договора турфирмы с клиентом».	2	
2. Сообщение «Работа с устными претензиями клиентов».	2	
3. Доклад «Необходимое документальное сопровождение письменных жалоб».	2	
4. Конспект «Порядок рассмотрения претензий и апелляций».	2	
5. Сообщение «Основные функции менеджера на маршруте».	2	
Тема 2.11. Формы приема оплаты турпродукта	Содержание учебного материала	11
	Прием наличных денежных средств Предмет договора. Оформление. Условия. Прием оплаты с использованием платежной карты Предмет договора. Оформление. Условия. Оплата туристических услуг по банковскому переводу и средствами электронной коммерции Предмет договора. Оформление. Условия. Внесение оплаты за турпродукт оператору Банковский перевод. Оплата банковским переводом через Внешторбанк или Сбербанк. Оплата средствами электронной коммерции. Оплата тура. Способы оплаты. Депозит. Задаток. Формы оплаты Варианты приёма денежных средств. Приём наличных денежных средств. Контрольно-кассовый аппарат. Приём оплаты с использованием платёжной карты. Платёжные карточки. Классификация банковских карт.	2
	В том числе практических занятий	2

	1. Организация приема оплаты при реализации путевки (турпродукта) конечному потребителю	2
	Самостоятельная работа обучающихся	7
	1. Таблица «Виды паспортов российских граждан».	2
	2. Доклад «Виды виз».	2
	3. Сообщение «Посольская анкета».	2
	4. Конспект «Особенности Шенгенской визы».	1
Тема 2. 12 Организация процедуры продажи турпродукта	Содержание учебного материала	8
	Информационный подготовительный этап. Подготовка курортного направления. Подготовка курортного направления Подготовка экскурсионного направления. Организационный подготовительный этап	2
	В том числе практических занятий	6
	1.Технология производства и реализации турпродукта «Круиз». (анализ технологии)	2
	2.Технология производства и реализации турпродукта «Автобусные туры» (анализ технологии)	2
	3. Продажа туристского продукта. Дифф.зачет (имитационная ситуация)	2
МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта – текущая оценка, дифф.зачет.экзамен		
МДК 01 .02 Технология и организация турагентской деятельности – текущая оценка, дифф.зачет.экзамен		
УП 01 Предоставление турагентских услуг	1.Осознает роль специалиста в сфере туризма в сохранении культурного и природного наследия, формировании ценностного отношения к нему 2.Разрабатывает и реализует туристический продукт 3.Проводит рефлексию по проделанной программе, определяет достижения и затруднения в деятельности, 4.Строит перспективный план самосовершенствования. определяет набор адекватных средств соответственно сложившейся нестандартной ситуации в профессиональной практике и применяет их в профессиональной деятельности использует поисковые системы для работы с профессиональной информацией в сфере туризма 5.Выполняет работу в группе соответственно заданному плану. 6.Формирует портфолио специалиста по определенным направлениям.	36
ПП 01 Предоставление турагентских услуг	1. Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт. Оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта. Участвовать в расчете составляющих турпродукта и турпродукта в целом. 2. Оформлять туристскую документацию:	108

	<ul style="list-style-type: none"> - турпутевки; - ваучеры; - страховые полисы. <p>Оформлять документы, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки).</p> <p>3. Владеть порядком приема денежные средства в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности.</p> <p>4. Предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы. Доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран</p> <p>5. Участвовать в приобретении, оформлении бланков строгой отчетности</p> <p>6. Уметь хранить бланки строгой отчетности.</p> <p>7. Знать формы взаимодействия турагентской и туроператорской фирм</p> <p>8. Наблюдение и анализ рекламной деятельности туристского предприятия (качество рекламной продукции, способы распространения рекламы).</p> <p>Виды турагентской рекламы. Реклама в печатных СМИ Реклама в электронных СМИ: радио, ТВ, интернет Реклама в электронных СМИ: Электронные издания Наружная реклама</p> <p>9. Владеть нерекламными методами продвижения</p> <p>10. Подбор и презентация турпродукта по запросу клиента: Подготовка курортного</p> <p>11. Подбор и презентация турпродукта по запросу клиента: Подготовка экскурсионного направления</p> <p>12. Презентация Проекта программы лояльности клиентов турфирмы</p>	
Курсовые работы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка туристско- рекреационного потенциала региона (на конкретном примере) 2. Разработка комплекса мероприятий по организации выставочного участия туристско- экскурсионной фирмы 3. Комплексный анализ участия туристской фирмы в выставочной деятельности 4. Анализ туристско-рекреационных объектов для развития культурно- познавательного туризма(на конкретном примере) 5. Анализ туристско-рекреационных объектов для развития делового туризма (на конкретном примере) 6. Анализ туристско-рекреационных объектов для развития экологического туризма (на 	

	<p>конкретном примере) 7 Анализ туристско-рекреационных объектов для развития религиозного туризма (на конкретном примере) 8. Исследование проблем формирования туристского продукта в рамках лечебно-оздоровительного туризма. 9. Разработка программы стимулирования сбыта турпродукта в низкий сезон. 10. Визовые ограничения как способ регулирования туристских потоков. 11.Разработка рекламной стратегии туристской компании 12. Анализ методов и форм реализации туристского продукта 13.Разработка программы продвижения турпродукта туроператором 14. Технологии обслуживания клиентов (на примере агентского бизнеса) 15. Анализ проблем повышения качества обслуживания туристов 16.Причины возникновения конфликтов в туристском бизнесе и пути их решения. 17.Анализ психологических аспектов при общении с клиентами в туристском бизнесе 18.Исследование проблемы повышения качества обслуживания туристов</p>	
<p>Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом/работой</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выбор темы исследования, составление плана 2. Работа над содержанием глав на основе изучения информационных источников 3. Написание выводов, заключения 4. Подготовка к защите 		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов географии туризма, турагентской и туроператорской деятельности, кабинет технологии и организации информационно-экскурсионной деятельности, а также лаборатории информационно-коммуникационных технологий, оснащенные оборудованием: доска аудиторная; стол преподавателя; стул преподавателя; ученические столы; ученические стулья; шкафы для наглядных пособий; полки книжные; демонстрационный экран; стенды; технические средства: компьютер, интерактивная доска; видеофильмы;

Оснащенные базы практики в соответствии с программой по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

3.2.1. Печатные издания

1. Боголюбов, Валерий Сергеевич. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебное пособие для студентов вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров. — Москва : Академия, 2012. — 396 с. ил. — (Высшее профессиональное образование. Туризм). — ISBN 978-5-7695-4315-9. — Текст: непосредственный.

2. Косолапов А.Б. - Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности (для ссузов. Косолапов А.Б. Издательство: Издательство "КноРус"; ISBN: 978-5-406-03540-5; Год: 2014; Страниц: 296.- М.:КНОРУС, 2013. - 288с. — Текст: непосредственный.

3. Чудновский, Алексей Данилович. Стратегический менеджмент в индустрии туризма : учебное пособие для студентов вузов / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, А. В. Кормишова. — Москва : КНОРУС, 2015. — 152 с. : табл. — (Бакалавриат). — Рекомендовано ФГБОУ ВПО "Государственный университет управления" в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки "Туризм", "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр"). — Библиогр. в конце глав. — ISBN 978-5-406-03914-4 (изд. № 7773) . — ISBN 978-5-406-04027-0 (изд. № 7965). — Текст: непосредственный.

4. Технология и организация предприятий туризма Учебник Под ред. проф. засл. раб-ка высшей школы Российской Федерации Е.И. Богданова-М.:ННФРА-М, 2013-176с. — Текст: непосредственный.

4.2.2. Электронные издания

1. Удалова, И. Б. Менеджмент в туристской индустрии.—: учебное пособие для бакалавров / И. Б. Удалова, Н. М. Удалова, Е. А. Машинская. — Москва : Дашков и К, 2018. — 256 с. — ISBN 978-5-394-02243-2.-Текст: электронный.

2. Экскурсионный менеджмент учебное пособие / Н. А. Седова, Л. О. Штриплинг ; Омский государственный институт сервиса. — Омск : ОГИС, 2012. — 64 с. ISBN 978-5-93252-264-6 -- Текст: непосредственный.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

В части освоения профессиональных компетенций:

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	Оценивает организацию предложений туроператоров, разработки турагентской рекламных материалов и презентации деятельности турпродукта; демонстрирует знание термины, сокращения и аббревиатуры принятые в международном туризме	Анализ материала о техническом и технологическом оснащения турфирм. Анализ текста агентского соглашения между оператором и турагентом. Оценить сбытовую среду отечественного и зарубежного рынка турпродукта.
ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.	Работает со справочными и информационными материалами Владеет методикой работы со справочными и информационными материалами	Экспертные оценки: практических занятий по анализу путеводителей и справочников для туристов, крат для туристов, туристской информации, туристских предложений, макета рекламного объявления для конкретного туристского продукта, нерекламных методов продвижения турпродукта
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	Демонстрирует знание программы бронирования туров	Экспертные оценки практических работ по анализу туристской информации, туристских предложений, примеров систем on-line бронирования, принципов распространения каталогов туроператорами
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	Демонстрирует умение выделять особенности влияния факторов на развитие туризма; Демонстрирует участие в выставках презентации туристического продукта	Экспертные оценки практических работ по разработке макета рекламного объявления, характеристике факторов развития туризма, анализу каталогов, составлению образца тура в страну, доклада по туристским ресурсам макрорегиона зачетной работы по туристской страноведческой характеристики. Практической работы по разработке концепции оформления стенда туристических фирм (макет, дизайн, и т.п.)

ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).	Владение технологией алгоритма заполнения туристской документации	Предъявление результатов оформления турпакета во время семинарских занятий, учебной и производственной практик
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.	Владение технологией алгоритма заполнения туристской документации	Предъявление результатов оформления турпакета во время семинарских занятий, учебной и производственной практик
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.	Владение технологией алгоритма заполнения туристской документации	Предъявление результатов оформления турпакета во время семинарских занятий, учебной и производственной практик

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Осознавать роль специалиста в сфере туризма	Контрольные работы, семинары, учебная, производственная практика
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Эффективное использование собственных ресурсов при посещении практики, подготовке к семинарам	Контрольные работы, семинары, учебная, производственная практика
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	Выявление проблем в ходе рефлексии и предложения по пути их решения	Контрольные работы, семинары, учебная, производственная практика
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Использовать поисковые системы для работы с профессиональной информацией в сфере туризма Характеризовать различные виды информационных ресурсов, необходимых в деятельности специалиста по туризму Владеть навыками анализа и оценки профессионально ориентированной информации	Контрольные работы, семинары, учебная, производственная практика
ОК 5. Использовать информационно-	Использование ИКТ при оформлении докладов,	семинары, учебная,

коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	презентаций практик	производственная практика
ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Анализ туров в группе	производственная практика
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Проводит рефлексию при защите практик	учебная, производственная практика
ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	Анализирует преимущества и недостатки технологий профессиональной деятельности	учебная, производственная практика

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 710858474967985478426001373498448859431888587349

Владелец Симонова Татьяна Сергеевна

Действителен с 26.09.2022 по 26.09.2023