

СОГЛАСОВАНО
на заседании методической комиссии
ГБПОУ «ТКСиТ»
Протокол № 1 31 августа 2018 г.



ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг
МДК.03.01. Технология и организация
туроператорской деятельности
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме
43.02.10 Туризм

2018г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм.

Организация-разработчик: ГБПОУ «ТКСиТ»

Разработчики:

Розова Елена Павловна, преподаватель специальных дисциплин

Громова Людмила Васильевна, преподаватель специальных дисциплин

©ГБПОУ «ТКСиТ»

©Розова Елена Павловна, преподаватель специальных дисциплин

©Громова Людмила Васильевна, преподаватель специальных дисциплин

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	26
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	30

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (далее – ВПД): Предоставление туроператорских услуг соответствующих профессиональных компетенций (далее – ПК):

1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
2. Формировать туристский продукт.
3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.
4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

И соответствующих общих компетенций (ОК):

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.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области туризма.

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

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

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туруслуг;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

знать:

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

- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – **531** час, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **351** час, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **234** часа;

внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося – **117** часов;

учебной и производственной практики всего – **180** часов:

учебной практики – **36** часов

производственной практики – **144** часа

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт.
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и 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 СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>		
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов			в т.ч., курсовая работа (проект), часов	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 3.1-3.4	Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности	198	132	92 + 36	4	66		36	-	
ПК 3.1-3.4	Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме	153	102	52+ 50		51			-	
	Производственная практика (по профилю специальности)	180								144
	Всего:	531	234	144+86	4	117		36	144	

*Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МК) и тем туроператорских услуг	Содержание учебного материала, практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения		
ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг	Раздел 1. МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности.	132(92+3 6 п/р) (вср 66)			
	Тема 1.1. Введение в дисциплину «Туроператорская деятельность»	92 6	2 2		
Внеаудиторная самостоятельная работа:	1. Введение в дисциплину «Туроператорская деятельность» . Понятия и виды деятельности туроператора. Основные различия между туроператором и турагентом. Функции туроператора. Выездные туроператоры и туроператоры по приему. 2. Индустрия туризма . Туристская деятельность. Организаторы путешествий. Контрольная работа	2	2		
				1. №1: В форме устного опроса «Основы туроперейтинга»	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:	1. Подготовка рефератов, докладов. Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:	12	2		
				1.1 Туристская деятельность. 1.2 Понятия и виды деятельности туроператора	
Тема 1.2. «Туристический продукт»	1. Туристический продукт . Виды турпродуктов. Заказные и типовые туры. Индивидуальные и групповые туры. Классификация турпродуктов. 2. Условия создания привлекательного туристского продукта . Изучение запросов потребителей. Потребительские свойства туристского продукта. 3. Тур. ресурсы как основа формирования турпродукта . Виды тур. ресурсов.	8	2 2 2		
				Содержание	1. Разработка маршрутов как основа составления туров . Виды и схемы маршрутов. Классификация маршрутных туров.
Тема 1.3. «Разработка турпродукта»	1. Разработка маршрутов как основа составления туров . Виды и схемы маршрутов. Классификация маршрутных туров.	8	2		

	2.	Разработка турпродукта. Требования к процессу разработки турпродукта. Основные и дополнительные услуги. Основные потребительские свойства турпродукта.		2
	3.	Понятие «пакет услуг». Ценообразование и проектирование тура.		2
	Практические занятия:			
	1.			2
	2.	№ 2: Разработка программы тура.		2
	Контрольная работа			
	1.	№2: В форме письменного опроса « Туристский продукт »		2
	Внеаудиторная самостоятельная работа:			
	1.	Подготовка презентаций		10
	Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
	1.1	Разработка презентации тура.		10
	Тема 1.4.			
	«Цикл работ туроператора по разработке, продвижению и реализации турпродукта. Турпроектирование и турпланирование. Ценообразование и проектирование тура.			
	1.	Цикл работ туроператора по разработке, продвижению и реализации турпродукта. Турпроектирование и турпланирование. Ценообразование и проектирование тура.		2
	2.	Поставщики туристских услуг. Работа с поставщиками туристских услуг. Договорная компания с поставщиками услуг. Ведение переговоров. Договор между поставщиками туруслуг туроператорами. Формирование агентской сети.		2
	3.	Продвижение и реализация турпродукта. Разработка коммерческого предложения. Стимулирование продаж и пропаганда турпродукта. Презентация турпродукта.		2
	4.	Финансовая схема работы туроператора. Система комиссионных вознаграждений турагентов. Ценообразование.		2
	5.	Заключение договоров с предприятиями размещения и питания, с авиакомпаниями. Виды договоров.		2
	Практическое занятие:			
	1.	№3: Разработка коммерческого предложения.		2
	Контрольная работа			
	1.	№3: «Цикл работ туроператора по разработке, продвижению и реализации турпродукта.»		2
	Внеаудиторная самостоятельная работа:			
	1.	Подготовка рефератов, докладов.		12
	2.	Подготовка презентаций.		
	Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			

1.1 Продвижение и реализация турпродукта.			
1.2 Стимулирование продаж и пропаганда турпродукта.			
2.1 Турпроектирование и турпланирование.			
Тема 1.5.	8		2
Документационное обеспечение туристского продукта.			
1. Документационное обеспечение туристского продукта. Для чего необходима технологическая документация туров. Список технологических документов тура. Основное содержание договора с клиентом, в соответствии с каким нормативным актом он составляется. Содержание туристской путевки, ее форму и кем она утверждена.			2
2. Туристская документация. Туристская карта тура и информационный листок к туристской путевке. Понятие «папка тура» и ее содержание. Правила оформления туристской документации.			2
3. Нормативно-правовая база туроператорской деятельности. ФЗ «Об основах туристской деятельности», ФЗ «О защите прав потребителей». Требования к организации туроператорской деятельности, виды туроператоров.			2
Практическое занятие:	2		
1. №4: Формирование «папки тура».			2
Контрольная работа	2		
1. №4: В форме устного и письменного опроса «Документационное обеспечение туристского продукта.»			2
Внеаудиторная самостоятельная работа:	12		
1. Изучение федеральных законов.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1 ФЗ от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности РФ»			
1.2 Закон РФ от 07.02.1992 «О защите прав потребителей» (в редакции от 17.12.1999 , 30.12.2001г.)			
1.3 ФЗ от 27 ноября 19992 г. «Об организации страхового дела в РФ»			
1.4 Международная конвенция по контракту на путешествие.			
1.5 Правила предоставления гостиничных услуг в РФ.			
1.6 Правила предоставления услуг гостиничного питания.			
Тема 1.6.	4		
Формирование сбытовой сети.			
1. Формирование сбытовой сети. Характеристика основных форм продажи туристского продукта. Внутренние и внешние каналы сбыта. Формы организации сбыта туристского продукта			2
2. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение, порядок его оформления. Факторы, принимающиеся во внимание туроператором при подборе турагентов.			2

		Контрольная работа	
		1. №5: Формирование сбытовой сети.	2 2
Тема 1.7. Технологии продвижения турпродукта.			
Содержание			
1. Рекламные и нерекламные способы продвижения турпродукта. Реклама туристского продукта. Не рекламные методы продвижения турпродукта. Каталог туроператора. Участие в выставках.		4	2
2. Информационные технологии продвижения турпродукта. Программные продукты бронирования туров. Интернет технологии бронирования путевок. Программные продукты резервирования и автоматизации деятельности туроператора. Программные продукты автоматизации деятельности туроператора и бронирования турпродукта.			2
Практическое задание:			
1. №5: Разработка каталога туроператора.		2	2
Контрольная работа			
1. №6: В форме письменного опроса «Технологии продвижения турпродукта»		2	2
Тема 1.8. Стратегия обслуживания и программный туризм.			
Содержание			
1. Менеджмент и стратегия обслуживания. Программный туризм. Анимация обслуживания. Представители туроператоров.		4	2
2. Качество обслуживания и способы его регулирования. Качество продукции. Качество услуги. Потребительский подход. Направления системы качества обслуживания туристов. Какими основными параметрами характеризуется потребительский подход к определению качества работы туроператора. Каковы критерии определения качества тура. Основные направления в организации качества обслуживания туристов.			2
Практическое задание:			
1. №6: Организация обслуживания туристов на маршруте.		2	2
Внеаудиторная самостоятельная работа:		10	
1. Презентации			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.2 Направления системы качества обслуживания туристов.			
1.3 Какими основными параметрами характеризуется потребительский подход к определению качества работы туроператора.			
1.5 Каковы критерии определения качества тура.			
1.6 Основные направления в организации качества обслуживания			
Тема 1.9. Безопасность в			
Содержание			
1. Риски для туристов. Безопасность для туристов в месте временного пребывания, во		4	2

путешествия и страхование туристов	время перевозки. Туристская полиция.		
	2. Страхование въездного и внутреннего туризма. Страхование туристов, выезжающих за рубеж. Страхование различных рисков.		2
Тема 1.10. Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроперейтинга.	Содержание	1. Профессиональные стандарты в туризме. Типы стандартов. Углубленное изучение.	4
		2. Квалификационные требования, предъявляемые к должности менеджера туроперейтинга. Изучение требований.	2
	Контрольная работа	1. №7: Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера по туризму.	2
		Содержание	4
Тема 1.11. Учетная политика и налогообложение. Нормативно-правовая база туррагентской деятельности	1. Учетная политика туроператора. Налогообложение. Оплата счетов поставщиков туров.	4	2
	2. Нормативно-правовая база туристской деятельности. Государственное регулирование туризма в РФ. Сертификация, стандартизация. Организационно-правовые формы.	2	2
	Практическое занятие:		
	1. №7: Расчет стоимости услуг.	2	2
Внеаудиторная самостоятельная работа:			
1. Подготовка презентации.			
2. Написание реферата.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1. Дизайн и оснащение офиса турфирмы.			
1.2. Сертификация, стандартизация.			
2.1. «Какого менеджера я бы принял на работу в свое агентство?»			
Учебная практика:			
Уметь:			
<ul style="list-style-type: none"> осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с туроператорами; проводить анализ деятельности других туркомпаний; работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; обработывать информацию и анализировать результаты; надежывать контакты с торговыми представителями других регионов и стран; работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; 			
		36	

<ul style="list-style-type: none"> • работать с информационными и справочными материалами; • составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; • составлять турпакеты с использованием иностранного языка; • оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; • оформлять страховые полисы; • вести документооборот с использованием информационных технологий; • анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблем; • рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; • рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; • работать с агентскими договорами; • использовать каталоги и ценовые приложения; • консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; • работать с заявками на бронирование турслуг; • предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; • использовать различные методы оценки турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; • использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках; <p>ЗНАТЬ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • виды рекламного продукта; • правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; • способы обработки статистических данных; • методы работы с базами данных; • методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; • планирование программ турпоездки; • основные правила и методику составления программ туров; • правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями; • способы устранения проблем, возникающих во время тура; • методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; • методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; • методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; • основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; • правила бронирования турслуг; 	
--	--

- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета

2

Раздел 2.
МДК.03.02.

102+(вср
51)

Маркетинговые
технологии в туризме

Тема 2.1. Концепция
маркетинга в туризме

Содержание		12	2
1.	Развитие сферы услуг в постиндустриальном обществе. Социально-культурный сервис: понятие, факторы развития. Потребности и мотивация индивида. Особенности рынка услуг.	2	2
2.	Понятие услуг. Определение «услуга» по Ф. Котлеру. Основные категории предложения. Основные категории услуг: классификация.	2	2
3.	Социально-экономическая сущность маркетинга. Основные понятия. Маркетинг как экономический процесс. Маркетинг как хозяйственная функция. Маркетинг как управленческая концепция.	2	2
4.	Специфика маркетинга в туризме. Отличительные особенности маркетинга в туризме. Особенности туристического продукта: общие характеристики услуг (неосвязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость качества, неспецифичность к хранению) и отличительные особенности. Уровни маркетинга в туризме и их характеристика.	2	2
5.	Становление и развитие концепции маркетинга. История возникновения производственной концепции, концепции интенсификации коммерческих усилий, концепции маркетинга и концепция социально-этичного маркетинга.	2	2
6.	Принципы маркетинга туристского предприятия. Основные понятия. Ориентация на эффективное решение проблем потребителей. Нацеленность на четко выраженный коммерческий результат. Комплексный подход к достижению поставленных целей. Максимальный учет условий и требований рынка с одновременным воздействием на него. Активность, наступательность, предприимчивость.	2	2
7.	Управление маркетингом туристского предприятия. Сущность управления	2	2

	маркетингом, его основные направления и их характеристика.		2
	Контрольная работа		
	1. №1: в форме тестирования «Концепция маркетинга в туризме»	2	
	Внеаудиторная самостоятельная работа:	4	
	1. Составление таблиц.		
	2. Подготовка рефератов, докладов.		
	Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:		
	1.1 Иллюстрация предложения услуг по Ф. Котлеру.		
	2.1 Туристическое предприятие, как основная производственная единица туризма.		
	Тема 2.2.		
	Информационное обеспечение маркетинга туристского предприятия	3	2
	Содержание		
	1. Сущность, роль и классификация маркетинговой информации. Информация, как необходимый ресурс туристского предприятия. Понятие маркетинговой информации и ее классификация. Основные принципы маркетинговой информации.		2
	2 Маркетинговая информационная система туристского предприятия. Сущность маркетинговой информационной системы и ее предназначение. Подсистемы маркетинговой информационной системы и их источники.		2
	Контрольная работа	1	
	1. №2: в форме тестирования «Информационное обеспечение маркетинга туристского предприятия»		
	Внеаудиторная самостоятельная работа:	2	
	1. Использование ресурсов сети Интернет и т.д.		
	Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:		
	1. CRM-системы отечественного рынка.		
	Тема 1.3		
	Методологические основы маркетинговых исследований	6	2
	Содержание		
	1. Методология маркетинговых исследований. Методы и модели маркетинговых исследований. Методология маркетинговых исследований через кабинетные и полевые исследования.		2
	2. Опрос. Сущность, цель и классификация опроса, как метода сбора первичной маркетинговой информации. Формы опроса. Достоинства и недостатки опроса.		2
	3. Инструментарий опроса. Анкета, ее структура и содержание. Форма представления вопросов: закрытые, открытые и полужакрытые вопросы.		2
	4. Наблюдение. Наблюдение, как метод маркетингового исследования. Классификация форм наблюдения. Достоинства и недостатки наблюдения.		2
	5 Эксперимент. Сущность эксперимента. Используемые факторы при эксперименте. Классификация экспериментов. Достоинства и недостатки эксперимента.		2

	6.	Процесс маркетингового исследования. Этапы маркетинговых исследований и порядок их выполнения.		2
	7.	Организационные формы проведения маркетинговых исследований. Формы организации маркетинговых исследований и факторы, обуславливающие их выбор.		2
	Практическое занятие			
	1.	№1: Составление опросной анкеты для создания туристического продукта.	2	
	2.	№2: Проведение маркетингового исследования и подготовка отчета.		
	Контрольная работа		1	
	1.	№3: в форме тестирования «Методологические основы маркетинговых исследований»		
	Внеаудиторная самостоятельная работа:		6	
	1. Подготовка рефератов, докладов.			
	2. Решение ситуационных производственных (профессиональных) задач.			
	Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
	1.1. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований.			
	2.1. Маркетинговые исследования студентов учебного заведения.			
	Тема 2.4 Маркетинговая среда туристского предпрития		3	2
	Содержание			
	1.	Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений. Понятие маркетинговой среды предприятия и ее структура.		2
	2.	Определение маркетинговых возможностей предприятия. Понятие маркетинговых возможностей. Метод SWOT-анализа.		2
	Контрольная работа		1	
	1.	№ 4: В форме тестирования «Маркетинговая среда туристского предприятия»		
	Внеаудиторная самостоятельная работа:		6	
	1. Подготовка рефератов, докладов.			
	2. Учебно-исследовательская работа.			
	Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
	1.1. Внутренняя маркетинговая среда предприятия.			
	1.2. Внешняя маркетинговая среда предприятия.			
	2.1. SWOT-анализа туристического предприятия			
	Тема 2.5		3	
	Содержание			
	1.	Рынок туризма как объект маркетингового исследования. Определение и основные элементы рынка туризма. Классификация рынков туризма.		2
	2.	Оценка конъюнктуры рынка. Основные понятия. Конъюктурообразующие		2

	факторы и их классификация.		
3.	Прогнозирование конъюнктуры рынка. Конъюнктурный прогноз и его особенности. Основные принципы и методы прогнозирования конъюнктуры рынка.		2
	Практическое занятие	1	
1.	№3: Определение емкости и доли рынка.		
	Контрольная работа	1	
1.	№ 5: В форме тестирования «Маркетинговые исследования рынка туризма»		
	Содержание	2	
1.	Туристский продукт как потребительская ценность и объект маркетинговых исследований. Атрибуты практической ценности туристского продукта. Многоуровневая мультитрибутивная модель туристского продукта. Этапы концепции туристского продукта.		2
2.	Оценка конкурентоспособности туристского продукта. Конкурентоспособность туристического продукта: характеристика, задачи ее оценки. Этапы оценки конкурентоспособности туристского продукта.		2
	Практическое занятие	1	
1.	№4: Оценка восприятия потребителем атрибутов продукта, предлагаемых предприятием и конкурентами.		
	Контрольная работа	1	
1.	№ 6: В форме тестирования «Маркетинговые исследования туристского продукта»		
	Внеаудиторная самостоятельная работа:	4	
	1. Подготовка рефератов, докладов.		
	Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:		
	1.1 Жизненный цикл туристского продукта.		
	Тема 2.7.		
	Маркетинговые исследования конкуренции и конкурентов		
	Содержание	4	
1.	Оценка конкурентной среды туристского предприятия. Особенности конкурентной среды туристского предприятия. Информационная база оценки конкурентной среды. Индексы и показатели анализа конкурентной среды. «Пять сил конкуренции» по М. Портеру и их характеристика.		2
2.	Анализ конкурентов. Стратегических групп конкурентов туристского предприятия и подходы к их выявлению. Источники информации о конкурентах. Результаты анализа конкурентов.		2
3.	Построение конкурентной карты рынка. Сущность конкурентной карты рынка, используемые показатели при построении. Матрица формирования конкурентной		2

	карты рынка.		
	Практическое задание	1	
	1. № 5: Построение конкурентной карты рынка г. Твери.	1	
	Контрольная работа	4	
	1. № 7: В форме тестирования «Маркетинговые исследования конкурентов и конкурентов»	4	
	Внеаудиторная самостоятельная работа:	2	
	1. Подготовка рефератов, докладов.		
	Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:		
	1.1 Конкуренция как фактор маркетинговой среды.		
	Тема 2.8	6	
	Маркетинговые исследования потребности		
	Содержание	6	
	1. Потребитель, как объект маркетинговых исследований. Понятие покупатель, потребитель и клиент. Типы потребителей. Задачи изучения потребителей. Формирование понимания потребителей и их поведения на рынке.	2	
	2. Моделирование поведения потребителей. Поведение потребителей и модели поведения потребителя. Модель «стимул – реакция».	2	
	3. Исследования мотивов поведения потребителей. Основные понятия. Мотивационный процесс. Теория мотивации.	2	
	4. Исследования процесса принятия решения о покупке туристского продукта. Процесс покупки. Этапы процесса покупки и их характеристика.	2	
	5. Оценка степени удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей. Уровни удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей и их влияние на поведение потребителей на рынке. Концептуальная модель SERVQUAL и ее проведение.	2	
	6. Особенности покупательского поведения организаций-потребителей. Организация-потребители в туризме: понятие, особенности покупательского поведения, факторы, влияющие на лиц, принимающие решение о покупке, процесс принятия решения о покупке.	2	
	Практические задания	1	
	1. № 6: Составление анкеты для оценки удовлетворенности/неудовлетворенности потребителя туристского предприятия.	1	
	Контрольная работа	1	
	1. № 8: В форме тестирования «Маркетинговые исследования потребителей»	1	
	Внеаудиторная самостоятельная работа:	6	
	1. Подготовка рефератов, докладов.		
	2. Учебно-исследовательская работа.		

Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:

1.1. Факторы, влияющие на поведение потребителей.

2.1. Теория мотивации, используемая туристскими предприятиями г. Твери.

Тема 2.9. Определение делового рынка

Содержание	4	2
1. Сегментация рынка туризма на основе комбинации базовых признаков. Четыре сегмента рынка, в соответствии с рекомендациями ВТО и их характеристика. Основные типы туристов.		2
2. Процесс сегментации рынка. Подходы к сегментации рынка: апрприорной, апостериорной. Процесс сегментации и его этапы.		2
3. Выбор целевого рынка. Основные понятия: целевой рынок. Процедура выбора целевого рынка и ее критерии, последовательность действий.		2
4. Позиционирование туристского продукта. Сущность позиционирования. Критерии позиционирования. Перепозиционирование: сущность и его модификация.		2
Практическое задание	2	
1. № 7: Определение позиций рекламодателей г. Твери.		
2. № 8: Разработка нетрадиционных признаков сегментации рынка туризма.		
Контрольная работа:	2	
1. № 9: в форме тестирования «Определение целевого рынка».		

Внеаудиторная самостоятельная работа:

1. Подготовка рефератов, докладов.

Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:

1.1 Сущность и роль сегментации рынка.

1.2 Реклама и ее ориентация.

Тема 2.10 Формирование маркетинговой стратегии	Содержание	5	2
1.	Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии. Сущность маркетинговой стратегии; ее цель и задачи. Процесс разработки маркетинговой стратегии. Маркетинговые цели и их группы. Требования к установлению маркетинговых целей.		2
2.	Разработка альтернативных маркетинговых стратегий. Группы маркетинговых стратегий и их характеристика.		2
3.	Выбор и оценка маркетинговой стратегии. Факторы, влияющие на выбор маркетинговой стратегии. Критерии оценки выбранной стратегии.		2
4.	Программа маркетинга. Основные понятия. Классификация маркетинговых стратегий. Порядок разработки, требования к составлению и отска программы маркетинга.		2

Контрольная работа		1	
1. № 10: в форме тестирования «Формирование маркетинговой стратегии».			
Внеаудиторная самостоятельная работа:		2	
1. Подготовка рефератов, докладов.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1.1. Бюджет маркетинга.			
Тема 2.11 Продуктовая политика		5	
Содержание			
1.	Формирование продуктовой политики. Основные понятия: продуктовая политика, продуктовая номенклатура, ее группы и единицы. Управление продуктовой номенклатурой туристского предприятия.		2
2.	Разработка и внедрение на рынок нового туристского продукта. Факторы обновления продуктовой номенклатуры туристского предприятия. Статьи разработки нового туристского продукта и их характеристика.		2
3.	Обеспечение качества и конкурентоспособности туристских продуктов. Качество услуг и ее модели в туристском бизнесе.		2
Практическое задание		2	
1.	№ 9: Проведение АВС-анализа продуктовой номенклатуры туристского предприятия.		
2.	№ 10: Поиск идей новых продуктов.		
Контрольная работа		1	
1.	№ 11: в форме тестирования «Продуктовая политика»		
Внеаудиторная самостоятельная работа:		4	
1. Учебно-исследовательская работа.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
1. Характеристика продуктовой номенклатуры туристского предприятия г. Твери.			
Тема 2.12 Ценовая политика		4	
Содержание			
1.	Формирование ценовой политики. Цена, как важнейший элемент комплекса маркетинга. Особенности ценообразования в туризме. Уровни ценообразования. Ценовая политика и ее формирование. Внутренние и внешние факторы, определяющие условия разработки и реализации ценовой политики.		2
2.	Ценообразование. Цели ценовой политики. Методы ценообразования. Виды ценовых стратегий		2
Практическое задание		2	
1.	№ 11: Определение цены турпродукта.		
Тема 2.13 Сбытовая политика		3	
Содержание			
1.	Формирование сбытовой политики. Сущность сбытовой политики и факторы.		2

	<p>влияющие на нее. Каналы сбыта и их функции, типы.</p> <p>2. Торговые посредники и организация взаимодействия с ними. Процедура выбора торговых посредников. Критерии выбора. Выбор метода охвата рынка. Основные условия договора о продвижении и реализации туристского продукта.</p> <p>3. Управление каналами сбыта. Формы каналов сбыта: самоорганизующийся и координируемый. Маркетинговые системы и их характеристика.</p>		2
	<p>Контрольная работа</p> <p>1. № 12: в форме тестирования «Сбытовая политика».</p>	1	
	<p>Тема 2.14 Коммуникационная политика</p> <p>Содержание</p> <p>1. Сущность и отличительные особенности маркетинговых коммуникаций. Основные понятия: продвижение туристского продукта, маркетинговые коммуникации. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций. Особенности маркетинговых коммуникаций.</p> <p>2. Коммуникационная политика. Коммуникационная политика и принципы разработки. Процесс формирования коммуникационной политики.</p> <p>3. Стимулирование сбыта. Стимулирование сбыта и его инструменты. Стимулирование посредников и потребителей. программа стимулирования сбыта. Оценка результатов реализации программ стимулирования сбыта.</p> <p>4. Связи с общественностью. Сущность и функции связи с общественностью. Дифференциация связей с общественностью.</p> <p>5. Выставки и ярмарки. Основные понятия выставочно-ярмарочных мероприятий. Классификация выставочно-ярмарочных мероприятий. Этапы процесса участия.</p> <p>6. Корпоративные идентифицирующие маркетинговые коммуникации (далее - КИМК). Основные понятия КИМК, инструменты КИМК.</p> <p>Практическое занятие</p> <p>1. № 12: Анализ рекламных обращений туристских предприятий.</p> <p>Контрольная работа</p> <p>1. № 13: в форме тестирования «Коммуникационная политика».</p>	4	2
	<p>Внеаудиторная самостоятельная работа:</p> <p>1. Подготовка рефератов, докладов.</p> <p>2. Подготовка творческих проектов.</p>	1	
	<p>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <p>1.1 Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.</p> <p>1.1.1 Личная продажа.</p>	1	
		5	

1.1. Конкурс, как эффективный инструмент стимулирования события.

2.1. Программа стимулирования события.

2.2. Организация и оформление выставочного стенда для туристического предприятия г. Твери.

Тема 2.15 Организация и контроль маркетинга туристского предприятия	Содержание	4	
	1. Современный подход и организация маркетинга на туристском предприятии. Элементы маркетинговой деятельности. Организация службы маркетинга: функциональная, продуктовая, рыночная (региональная) и их характеристика.		2
	2. Маркетинг взаимоотношений. Значимость маркетинга взаимоотношений. Уровни взаимоотношений. Подходы для налаживания долгосрочного взаимодействия с потребителями. Внутренний маркетинг и его процессы.		2
	3. Контроль маркетинга. Сущность контроля маркетинга и его процессы. Виды контроля маркетинга.		2
Внеаудиторная самостоятельная работа:	1. Подготовка творческих проектов	2	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:	1.1 Программа маркетинга взаимоотношений.		
Тема 2.16 Маркетинг туристских дестинаций	Содержание	2	
	1. Комплекс маркетинговых мероприятий по продвижению туристских дестинаций. Значение понятия «туристские дестинации», их типология и направления. Мероприятия по привлечению туристов в ту или иную дестинацию		2
	2. Организация маркетинга национального туристского продукта. Понятие национального туристского продукта и его направления. Продвижение национального туристского продукта в разных странах.		2
Внеаудиторная самостоятельная работа:	1. Использование ресурсов сети Интернет.	4	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:	1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации. 2. Стратегия развития туризма в Тверской области.		
Повторительно-обобщающее занятие		2	
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета		2	
Прозволенная практика:		144	
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с туроператорами; проводить анализ деятельности других туркомпаний; 		

<ul style="list-style-type: none"> • работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; • обрабатывать информацию и анализировать результаты; • налаживать контакты с торговыми представителями других регионов и стран; • консультировать партнеров по турпродуктам, оказывая помощь в продвижении и реализации турпродукта; • использовать различные методы поощрения туроператоров, рассчитывая для них комиссионное вознаграждение; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • виды рекламного продукта; • правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; • способы обработки статистических данных; • методы работы с базами данных; • основные формы работы с туроператорами по продвижению и реализации турпродукта; • правила расчетов с туроператорами и способы их поощрения; • основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; • технику проведения рекламной кампании; • методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов; • техники эффективного делового общения, протокол и этикет; • проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; • планирования программ турпоездов, составления программ тура и туракета; • предоставления сопутствующих услуг; • расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; • взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта; • работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг; • планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках. 	<p>Всего: 531</p>
--	--------------------------

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).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов

- гуманитарных и социальных дисциплин;
- турагентской и туроператорской деятельности;

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Гуманитарных и социальных дисциплин» и «Турагентской и туроператорской деятельности»:

- рабочие места по количеству обучающихся (25);
 - рабочее место преподавателя
 - учебно-методическое обеспечение (учебное пособие, рабочая тетрадь, методические указания для студентов, раздаточные материалы)
 - доска классная.
- Технические средства обучения:
- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
 - мультимедиа – проектор;
 - экран.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Котерова, Н.П. Основы маркетинга: учеб. пособие/ Н.П. Котерова. – 6-е изд. – М.: Издательский центр «Академия», 2015 г. – 143 с.

Дополнительные источники:

1. Абабков, Ю.Н., Маркетинг в туризме: учебник/ Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова, под ред. профессора, заслуженного работника высшей школы РФ Е.И. Богданова. – М.: ИНФРА-М, 2015 г. – 214 с.

2. Быстров С.А Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: учебное пособие –М.: ФОРУМ;ИНФРА-М, 2013-400с.

3. Грачева, О.Ю. Организация туристского бизнеса :технология создания турпродукта: учебно практическое пособие/О.Ю. Грачева, Ю.А. Макарова, Л.А Мишина, Ю.В Мишунина.-2е изд., пераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2010,2012.-276 с.

4. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие/ А.П. Дурович,. – М.: ИНФРА-М, 2015 г. – 316 с.

5. Косолапов А.Б. Технология и организация турагентской и туроператорской деятельности: учебное пособие для вузов. А.Б. Косолапов. 2-е издание, стер.-М.: КНОРУС, 2013.-288.

6. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта: учебник. –М.: Финансы и статистика, 2014.-160с.

7. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2014. — 256 с.

Федеральные законы РФ:

1.Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 05.04.2016) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"

Электронные издания:

1. КонсультантПлюс – надежная правовая поддержка [Электронный ресурс]: Компьютерная справочно-правовая система в России. – Свободный доступ из сети Интернет. – <http://www.consultant.ru/>
2. StudFiles [Электронный ресурс]: Файловый архив для студентов. Все предметы. Все вузы. – Свободный доступ из сети Интернет. – <http://www.studfiles.ru/>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Программа профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг» реализуется в течение 3 и 4 семестра курса обучения.

Организация учебного процесса и преподавание профессионального модуля в современных условиях должны основываться на инновационных психолого-педагогических подходах и технологиях, направленных на повышение эффективности преподавания и качества подготовки обучающихся.

Освоению данного модуля должно предшествовать изучение дисциплин общего гуманитарного и социально-экономического профессионального цикла.

В процессе обучения студентов основными формами являются: аудиторные занятия, включающие лекции и практические занятия, а также внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося. Тематика лекций и практических занятий соответствует содержанию программы профессионального модуля.

Лекции формируют у студентов системное представление об изучаемых разделах профессионального модуля, обеспечивают усвоение ими основных дидактических единиц, готовность к восприятию профессиональных технологий и инноваций, а также способствуют развитию интеллектуальных способностей.

Практические занятия обеспечивают приобретение и закрепление необходимых навыков и умений, формирование профессиональных

компетенций, готовность к самостоятельной и индивидуальной работе, принятию ответственных решений в рамках профессиональной компетенции.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов проводится вне аудиторных часов, составляет около 1/2 от общей трудоемкости междисциплинарного комплекса. Самостоятельная работа включает в себя работу с литературой, подготовку рефератов по выбранной теме, проведение исследований по заданным темам, отработку практических умений, и способствует развитию познавательной активности, творческого мышления обучающихся, прививает навыки самостоятельного поиска информации, а также формирует способность и готовность к самосовершенствованию, самореализации и творческой адаптации, формированию общих компетенций.

Оценка теоретических и практических знаний студентов осуществляется с помощью тестового контроля, решения ситуационных задач, оценки практических умений. После изучения раздела МДК «Технология и организация туроператорской деятельности» и «Маркетинговые технологии в туризме» проводится дифференцированный зачет. В конце изучения профессионального модуля состоится квалификационный экзамен, кроме того, материалы профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг», включаются в государственную итоговую аттестацию по специальности 43.02.10 Туризм.

Учебную практику рекомендуется проводить непрерывным циклом. Учебная практика проводится в предметных кабинетах и лаборатории, под руководством преподавателей, осуществляющих преподавание междисциплинарного курса профессионального модуля.

Производственную практику (по профилю специальности) необходимо проводить концентрированно по завершению модуля. Базами производственной практики являются предприятия туризма, с которыми колледж заключает договор о взаимном сотрудничестве. Основными условиями прохождения производственной практики в данных предприятиях и организациях являются наличие квалифицированного персонала, оснащенность современным технологическим оборудованием. Практика по профилю специальности проводится под руководством преподавателей и специалистов предприятия-базы практики. Руководитель от колледжа назначается приказом директора из числа преподавателей специальных дисциплин. В обязанности преподавателя-руководителя практики входит: контроль выполнения программы практики, оказание методической и практической помощи студентам при отработке практических профессиональных умений и приобретения практического опыта, проверка заполнения дневника по производственной практике. Руководители практики студентов от предприятия-базы практик назначаются приказом руководителя предприятия до начала практики, из числа специалистов, имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Предоставление туроператорских услуг» и специальности 43.02.10 Туризм.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Мастера: наличие первой и высшей категорией. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

**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
<p>ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.</p>	<p>-разрабатывать анкеты; -составляет опросные листы; -информирует анкетированного о последовательности поведения социологического исследования; -обрабатывает полученные результаты; -ведет документацию на электронных и бумажных носителях;</p> <p>- ясность и аргументированность значения маркетинга в туризме; - использование оптимального выбора для проведения маркетинговых исследований; - правильность составления анкет; - правильность выбора источников для вторичной обработки информации; - правильность проведения исследования; - результативность обработки полученных результатов; - достижение поставленных целей исследования; - использование новых технологий при ведении документации;</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях № 1.7-1.8, 2.1-2.8, при проведении устных опросов, контрольной работы в виде тестирования № 2.1-2.7, выполнения внеаудиторной самостоятельной работы, дифференцированного зачета по междисциплинарному курсу.</p>
<p>ПК 3.2. Формировать туристский продукт.</p>	<p>-оформляет турпакеты -оформляет ваучеры -оформляет страховые полисы - едет документацию на электронных и бумажных носителях; - демонстрация навыков разработки нового туристского продукта;</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях № 1.3-1.5, 2.9-2.12, при проведении устных опросов, контрольной работы в виде тестирования № 2.8-2.11, выполнения внеаудиторной самостоятельной работы, дифференцированного зачета по междисциплинарному курсу.</p>
<p>ПК 3.3. Рассчитывать стоимость</p>	<p>-рассчитывает стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя -ведет документацию на электронных</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и</p>

туристского продукта.	и бумажных носителях; - демонстрация навыков расчета стоимости турпакета; - использование новых технологий при ведении документации;	практических занятиях № 1.7-1.8, 2.13, при проведении устных опросов, контрольной работы в виде тестирования, выполнения внеаудиторной самостоятельной работы, дифференцированного зачета по междисциплинарному курсу.
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	-заполняет разовые заявки под конкретного и реального клиента -ведет документацию на электронных и бумажных носителях; - демонстрация навыков по организации участия в выставках и ярмарках; - составление программы взаимоотношений, аргументированность преимущества предложения;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях № 1.4, 2.14, при проведении устных опросов, контрольной работы в виде тестирования № 2.12-2.13дифференцированного зачета по междисциплинарному курсу.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

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.	- демонстрация умения объяснить социальную значимость получаемой специальности; - демонстрация интереса к будущей профессии; - стремление к освоению профессиональных компетенций, знаний и умений (участие в предметных конкурсах, олимпиадах и др.).	Наблюдение и оценка на практических занятиях. (Экспертная) оценка при прохождении практики.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- способность организовать собственную деятельность в соответствии с поставленной целью; - определение и самостоятельный выбор способов (технологий) решения задачи в соответствии с заданными условиями и имеющимися ресурсами.	Наблюдение и оценка на практических занятиях. (Экспертная) оценка при прохождении практики.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация способностей определения и самостоятельного выбора способов разрешения проблемы в соответствии с заданными критериями; - способность провести анализ ситуации по заданным критериям, определять риски; - адекватность оценки последствия принятых решений. 	Наблюдение и оценка на практических занятиях. (Экспертная) оценка при прохождении практики.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Наблюдение и оценка на практических занятиях. (Экспертная) оценка при прохождении практики.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> - правильность выбора информационных источников для анализа, оценки и извлечения информационных данных, необходимых для решения профессиональных задач; - владение приемами работы с компьютером, электронной почтой, Интернетом; - использование информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности. 	Наблюдение и оценка на практических занятиях. (Экспертная) оценка при прохождении практики.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<ul style="list-style-type: none"> - корректное взаимодействие с обучающимися, педагогами, мастерами-наставниками, клиентами в ходе освоения профессионального модуля; - успешное взаимодействие при работе в парах, малых группах. 	Наблюдение и оценка на практических занятиях. (Экспертная) оценка при прохождении практики.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> - проявление ответственности к результатам выполнения профессиональных обязанностей членами команды; - проведение самоанализа и корректировки результатов собственной работы. 	Наблюдение и оценка на практических занятиях. (Экспертная) оценка при прохождении практики.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- демонстрация способностей владения механизмом целеполагания, планирования, организации, анализа, рефлексии, самооценки успешности собственной деятельности и коррекции результатов в области образовательной деятельности; - владение способами физического, духовного и интеллектуального саморазвития.	Наблюдение и оценка на практических занятиях. (Экспертная) оценка при прохождении практики.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности; - проявление профессиональной мобильности при прохождении различных этапов производственной практики.	Наблюдение и оценка на практических занятиях. (Экспертная) оценка при прохождении практики.

Оценка индивидуальных образовательных достижений студентов по результатам текущего и итогового контроля производится в соответствии с универсальной шкалой

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
менее 70	2	не удовлетворительно

На этапе промежуточной и итоговой аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений определяется преподавателем интегральная оценка освоенных обучающимися знаний, умений, общих компетенций как результатов освоения учебной дисциплины.