

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

 Лейфа А.В. Лейфа

« 2 » марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

МДК

МДК 02.02 Предоставление турагентских услуг

Специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Квалификация выпускника – Специалист по туризму

Год набора – 2024

Курс 3 Семестр 5,6

Дифференцированный зачет 6 сем

Другие формы контроля 5 сем

Общая трудоемкость МДК 172.0 (академ. час)

Составитель А.С. Танасе, ученое звание отсутствует,

Факультет среднего профессионального образования

ЦМК социально-экономических дисциплин

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 12.12.2022 № 1100

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры социально-экономических дисциплин

15.02.2024 г. , протокол № №6

Заведующий кафедрой Кирилук Н.В. Кирилук

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана по учебной работе

Кирилук Н.В. Кирилук

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Кирилук Н.В. Кирилук

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 2 » марта 2024 г.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Рабочая программа Предоставление турагентских услуг является частью ППССЗ по специальности СПО 43.02.16 Туризм и гостеприимство в части освоения основного вида профессиональной деятельности

2. МЕСТО МДК В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Междисциплинарный курс «Предоставление турагентских услуг» является обязательной частью профессионального модуля в соответствии с ФГОС СПО по специальности "Туризм и гостеприимство"

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ МДК И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональных компетенции	Минимальные требования
ПК 2.1.	ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов	<p>Навыки:</p> <p>Консультирование туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа)</p> <p>Осуществление приема заказов от туристов</p> <p>Проверка наличия всех реквизитов заказа</p> <p>Идентификация вида заказа</p> <p>Направление заказа в соответствующее подразделение туроператора и его контроль</p> <p>Корректировка сроков и условий выполнения заказов и в случае необходимости информирование заказчиков (туристов) об изменении параметров заказа</p> <p>Умения:</p> <p>Взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meetкомпаниями</p> <p>Владеть культурой межличностного общения</p> <p>Владеть техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры</p> <p>Владеть техникой количественной оценки и анализа информации</p> <p>Владеть методикой хранения и поиска информации</p> <p>Вести документацию, хранение и извлечение информации</p> <p>Пользоваться компьютерными программами бронирования туров</p> <p>Осуществлять контроль за своевременным выполнением заказа</p> <p>Собирать, обрабатывать и анализировать статистические данные.</p> <p>Формировать банки данных</p>

		<p>Знания: Законодательство Российской Федерации в сфере туризма Нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности Ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов Цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги Системы бронирования услуг Организацию работы с запросами туристов Требования к оформлению и учету заказов Порядок контроля за прохождением и выполнением заказов Виды технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций Программное обеспечение деятельности туристских организаций Этику делового общения Основы делопроизводства Правила внутреннего трудового распорядка Правила по охране труда и пожарной безопасности</p>
ПК 2.2.	ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа	<p>Навыки: Координация работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа</p> <p>Умения: Координировать работу подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа</p> <p>Знания: Законодательство Российской Федерации в сфере туризма Нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности Ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов Цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги Системы бронирования услуг Организацию работы с запросами туристов Требования к оформлению и учету заказов Порядок контроля за прохождением и выполнением заказов Виды технических средств сбора и обработки информации,</p>

	туристского продукта																
16	Тема 3.7 Покупательское поведение потребителя туристских услуг	5	2		2												Опрос
17	Тема 3.8 Послепродажное обслуживание	5	4		2												Опрос
18	Другие формы контроля	5	2														
19	Тема 1. Нормативная база организации турагентских продаж	6	2		6										2		Опрос
20	Тема 2. Организация взаимодействия турфирмы-агента и турфирмы оператора	6	4		4										2		Тестирование
21	Тема 3. Участие турагента в организации рекламы и продвижения турпродукта	6	2		4												Тестирование
22	Тема 4. Организация офиса турфирмы – агента и квалификационные требования к персоналу	6	2		4										2		Опрос
23	Тема 5. Психологические особенности поведения турагента в процессе продажи туристской путевки	6	4		2										2		Опрос
24	Тема 6. Информационное обеспечение продаж турпродукта	6	2		4										2		Опрос
25	Тема 7.	6	4		2										2		Тестирование

	Документационное обеспечение продажи турпродукта																ние
26	Тема 8. Использование информационных технологий в организации работы турагента	6	4		2												Опрос
27	Тема 9. Формы оплаты	6	4		2										2		Опрос
28	Тема 10. Организация процедуры продажи турпродукта	6	2		2										2		Опрос
29	Дифференцированный зачет		2														
	Итого		80.0		64.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		28.0

5. СОДЕРЖАНИЕ МДК

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Тема 1.1. Сущность и тенденции развития туристской индустрии	История развития туризма. Функции, история и факторы развития туризма. Цель и задачи курса. Понятие и определение туризма, классификация туризма. Понятие туристская индустрия. Организаторы туризма.
2	Тема 1.2. Индустрия туризма на международном рынке сегодня	Услуги индустрии туризма. Современное состояние туризма в России. Динамика развития российского туризма. Структура рынка туризма. Структура управления туризмом в России. Общественные организации. Характеристика международного туристского рынка.
3	Тема 1.3. Туристский рынок, его участники	Основные понятия туристского рынка. Общая характеристика. Понятие туристского рынка. Особенности функционирования туристского рынка. Современный туристский рынок и перспективы его развития. Сегментация туристского рынка. Выбор целевого рынка туристских услуг. Конкурентная политика турпредприятия. Структура туристского рынка и методы конкурентной борьбы на туристском рынке. Элементы анализа конкурентов в туристской среде. Современная структура и тенденции развития туроператоров
4	Тема 1.4. Туристский спрос	Специфика спроса в туризме Сущность и

	и туристское предложение	специфика туристского спроса. Факторы, влияющие на объем туристского спроса. Способы изучения спроса на туристские услуги. Специфика предложения в туризме. Понятие и структура туристского предложения. Особенности маркетинга туристского предложения. Туристский регион и его виды
5	Тема 2.1. Понятие и сущность турпродукта.	Туристский продукт как комплекс товаров и услуг, потребляемых туристом. Факторы, влияющие на качество турпродукта. Уровни турпродукта. Структура туристического продукта с точки зрения факторов, обуславливающих его качество.
6	Тема 2.2 Услуги туристского профиля в составе турпродукта	Классификация туристских услуг предприятий туризма и их элементы. Услуги туроператоров и турагентов, их общие и отличительные черты. Роль транспортных услуг в создании турпродукта: перевозка, трансфер, основа турпродукта. Услуги размещения как одна из составляющих турпродукта. Виды предприятий представляющие услуги размещения. Понятие развлекательного туризма и его характеристики.
7	Тема 2.3 Сопутствующие услуги в составе турпродукта	Понятие банковских услуг и этапы их формирования. Характеристика основных видов банковских услуг. Особенности развития рынка банковских услуг в России. Визовая поддержка как услуга в составе турпродукта. Виза и виды визовых режимов. Шенгенское пространство
8	Тема 2.4 Товары туристского потребления в составе турпродукта	Понятие и классификация товаров. Основные виды товаров, потребляемые туристами: сувениры, парфюмерия и табачные изделия, бытовые и промышленные товары, туристское снаряжение и т.д. Правила перемещения товаров через государственные границы. Товары, изготавливаемые до и в процессе потребления турпродукта. Использование товарных марок и упаковки
9	Тема 2.5 Основные этапы производства	Роль и виды маркетинговых исследований в производстве турпродукта. Основные критерии, используемые при сегментации потребительского рынка. Методологические основы маркетинговых исследований Методы, используемые в маркетинговых исследованиях. Количественные методы. Качественные методы сбора информации. Проектирование тура и его ступени. Разработка технологической документации при создании турпродукта. Контроль качества турпродукта. Определение ключевых моментов в процессе

		<p>обслуживания туристов.</p> <p>Методы оценки контролируемых характеристик турпродукта. Определение методов корректировки услуг. Анализ проекта турпродукта и его цели. Основные требования, предъявляемые к туроператору при анализе. Утверждение проекта турпродукта</p>
10	Тема 3.1 Понятие о «классах обслуживания» туристов	Понятие класс обслуживания и его роль в создании турпродукта. Виды классов обслуживания в системах размещения и в системах транспортного обслуживания; их характеристика. Классификация туров, учитывающая класс обслуживания туристов
11	Тема 3.2 Договорные отношения в туризме	Договор о реализации туристского продукта Особенности договорных отношений между туроператором и турагентом. Содержание договоров о сотрудничестве турфирм с поставщиками услуг смежных отраслях (с музеями, экскурсионными фирмами, предприятиями развлекательного характера, средствами размещения, предприятиями питания, транспортными организациями, а также между инициативных туроператоров с рецептивными)
12	Тема 3.3 Основные формы продаж туристских продуктов	Рыночная среда и управление продажами. Понятие маркетинговой среды. Сущность макросреды предприятия. Сущность микросреды предприятия. SWOT-анализ. Специфика продаж в турбизнесе. Канал сбыта турпродукта: сущность, функции, классификация. Формы продажи турпродукта: формальная сеть, собственные бюро продаж, контрагентская сеть.
13	Тема 3.4 Продвижение турпродукта	Особенности коммуникативной политики. Реклама. Разработка коммуникативной политики. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы. Рекламное обращение. Рекламный слоган. Особенности стимулирования сбыта. Пиар. Понятие и сущность стимулирования сбыта. Система ФОССТИС. Виды инструментов стимулирования сбыта. Сущность, понятие, история возникновения PR. Цели, виды и функции PR. Личная продажа. Фирменный стиль. Личная продажа: понятие и особенности. Фирменный стиль: цели, элементы, носители
14	Тема 3.5 Предпосылки для создания доверительных отношений с потребителями	Расположение офиса туристского предприятия и его внешний вид. Фирменный стиль, как неотъемлемый элемент образа компании. Возникновение и развитие товарного знака. Функции и возможности товарного знака. Материально-техническая база туристского предприятия Менеджер, как активный субъект

		процесса личной продажи туристского продукта. Внешний вид персонала туристского предприятия
15	Тема 3.6 Выявление потребностей. Презентация туристского продукта	Исследование потребностей потребителя. Техники активного слушания. Правила и рекомендации проведения презентации. Презентация турпродукта. Цели презентации. Взаимодействие продавца и покупателя на этом этапе. Правила и рекомендации проведения презентации. Переговоры о цене турпродукта. Приёмы воздействия на потребителя
16	Тема 3.7 Покупательское поведение потребителя туристских услуг	Мотивация продаж Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятие клиентом решения о покупке. Типы покупателей. Управление возражениями Управление возражениями клиента. 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. Работа с сомнениями Работа с возражениями и сомнениями клиента туристической компании. Диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями. Способы и методы обработки возражений. Стимулирование клиента на покупку
17	Тема 3.8 Послепродажное обслуживание	Изучение послепродажного обслуживания и формирование лояльности потребителя. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. Роль послепродажного сервиса в обеспечении конкурентоспособности товара
18	Другие формы контроля	Промежуточная аттестация проводится в форме устного опроса
19	Тема 1. Нормативная база организации турагентских продаж	Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»; Правила оказания услуг по реализации туристского продукта;
20	Тема 2. Организация взаимодействия турфирмы- агента и турфирмы оператора	Выбор турагентом туроператора; Формы взаимодействия турагентской и туроператорской фирм.
21	Тема 3. Участие турагента в организации рекламы и продвижения турпродукта	Турагентская реклама

22	Тема 4. Организация офиса турфирмы – агента и квалификационные требования к персоналу	Офис продаж; Офис и оборудование офиса турагентства; Расположение мебели и оборудования; Техническое оборудование турагентства; Охрана труда в офисном помещении; Средства пожарной безопасности; Квалификационные требования к персоналу турагентства
23	Тема 5. Психологические особенности поведения турагента в процессе продажи туристской путевки	Особенности личной продажи туристского продукта; Особенности продажи по телефону; Особенности работы с клиентами разных психологических типов; Урегулирование конфликтных ситуаций;
24	Тема 6. Информационное обеспечение продаж турпродукта	Обеспечение туриста информацией о турпродукте; Использование туристической информации турагентами;
25	Тема 7. Документационное обеспечение продажи турпродукта	Договор о реализации турпродукта; Туристская путевка; Документы, которые выдаются туристу для совершения путешествия
26	Тема 8. Использование информационных технологий в организации работы турагента	Использование информационных ресурсов Интернета; Использование электронных туристических каталогов
27	Тема 9. Формы оплаты	Организация приема оплаты при реализации путевки (турпродукта) конечному потребителю; Внесение оплаты за турпродукт туроператору.
28	Тема 10. Организация процедуры продажи турпродукта	Информационный подготовительный этап; Организационный подготовительный этап; Продажа туристского продукта.
29	Дифференцированный зачет	Промежуточная аттестация проводится в форме устного опроса

5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Практическое задание	Анализ индустрии туризма в современных условиях.
Практическое задание	Сравнительный анализ категорий «путешествие» и «путешественник», «турист» и «экскурсант».
Практическое задание	Изучение основных факторов развития современного международного туризма и его особенностей.
Практическое задание	Понятие турпродукта. Туристский продукт на национальном уровне.
Практическое задание	Обслуживание туристов во время путешествия

	Транспортное обеспечение туризма
Практическое задание	Паспортно-визовые формальности
Практическое задание	Товары туристского потребления. Таможенные формальности
Практическое задание	Основные этапы производства турпродукта Технология приема и обслуживания туристов Разработка варианта анкеты
Практическое задание	Жалобы туристов. Закон «О защите прав потребителей»
Практическое задание	Работа турфирм с поставщиками услуг в смежных областях
Практическое задание	Анализ маркетинговой среды предприятия. Организация процесса продаж. Составляющие эффективной продажи в туризме Формирование сбытовой сети при продвижении турпродукта Поиск клиентов и возможности продвижения турпродукта в сети Интернет.
Практическое задание	Реклама как средство продвижения турпродукта Разработка программы продвижения турпродукта Деловая игра «Продвижение турпродукта клиентам. Работа с клиентами»
Практическое задание	Фирменный стиль компании Приемы воздействия на потребителя Деловая игра «Рекламное выступление менеджера фирмы» Деловая игра «Мозговая атака - способ выдвижения новых идей» Особенности ценообразования в туризме Особенности продажи турпродукта по телефону.
Практическое задание	Вербальные и невербальные средства делового общения в туризме Анализ поведения менеджеров при работе с возражениями. Программа повышения лояльности клиентов Формирование положительного имиджа туристического предприятия Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы как личностные факторы поведения потребителей Мотивация и личность потребителя как основа управления поведением потребителя Влияние различных групп на потребительское поведение Влияние факторов на поведение потребителей
Практическое задание	Анализ предотвращения типичных ошибок менеджеров при продаже туров.
Практическое задание	Факторы развития туризма; Международное регулирование туристской деятельности; Развитие и регулирование туристской деятельности в

	России
Практическое задание	Роль, цель и задачи турагентской деятельности; Функции турагентства; Доход агентства по туризму. Комиссионное вознаграждение. Бонусы Рейтинг туроператоров России. Краткая характеристика ведущих туроператоров России; Знакомство с веб сайтами ведущих туроператоров России.
Практическое задание	Виды нестандартной рекламы; Не рекламные методы продвижения турагентских услуг; Независимые, уполномоченные, ритейлинговые, франчайзинговые турагентства. Агентские сети и условия работы в них; Знакомства с сайтами онлайн бронирования средств размещения туристов.
Практическое задание	Создание информационной карточки своего турагентства; Стандарты обслуживания в турагентстве; Устав, учредительный договор, регистрация турагентства.
Практическое задание	Потребность: основные подходы к определению потребности; Формирование лояльности клиентов турфирмы; Обработка возражений клиента; Знакомство с сайтами онлайн бронирования авиа и железнодорожных билетов.
Практическое задание	Печатная реклама как источник информации ; Карты, схемы и видеоматериалы, используемые в работе турагентств ; Знакомство с туристскими информационными порталами.
Практическое задание	Знакомство с агентским договором о реализации туристского продукта; Знакомство с договором о реализации турпродукта; Типы и виды виз; Заполнение бланка туристской путевки; Знакомство с анкетой для получения про-визы; Знакомство с анкетой- опросником для стран Шенгенского соглашения.
Практическое задание	Интегрированные коммуникационные сети; Веб-сайт. Характеристика туристических серверов; Системы бронирования и резервирования
Практическое задание	Прием наличных денежных средств в оплату турпродукта; Прием оплаты с использованием платежной карты; Оплата туристических услуг по банковскому переводу; Оплата туристических услуг средствами электронной коммерции.
Практическое задание	Аттрактивность страны (на выбор) по курортному

	направлению; Подготовка экскурсионного направления; Виды туристских формальностей; Особенности проведения презентации.
--	--

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Тема 1.1. Сущность и тенденции развития туристской индустрии	Составление терминологического словаря, заучивание терминов. Знакомство с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Подготовка доклада: «Индустрия туризма в современных условиях»	2
2	Тема 1.2. Индустрия туризма на международном рынке сегодня	Изучение международного регулирования туристской деятельности. Подготовка доклада «Туристская политика государства» (на выбор).	2
3	Тема 1.4. Туристский спрос и туристское предложение	Изучение наиболее распространенных проблем туристского рынка России. Подготовка доклада «Маркетинговая деятельность в международном туризме»	2
4	Тема 2.1. Понятие и сущность турпродукта.	Выбрать дестинацию. Раскрыть её природно-климатические ресурсы, подходящие для использования при формировании туров. Выбрать дестинацию. Раскрыть её культурное наследие, используемое при создании турпродукта	2
5	Тема 2.5 Основные этапы производства	Проработать материал и написать эссе по темам: характеристика потребителей с точки зрения количественных предпочтений; характеристика потребителей с точки зрения целевых предпочтений; характеристика потребителей с точки зрения географического критерия.	2
6	Тема 3.2 Договорные отношения в туризме	Рассмотреть права и обязанности туристов. Изучить виды компенсации за непредоставленные услуги и возмещение убытков	2
7	Тема 1. Нормативная база организации турагентских продаж	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам	2
8	Тема 2. Организация взаимодействия	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим	2

	турфирмы- агента и турфирмы оператора	работам.	
9	Тема 4. Организация офиса турфирмы – агента и квалификационные требования к персоналу	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
10	Тема 5. Психологические особенности поведения турагента в процессе продажи туристской путевки	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
11	Тема 6. Информационное обеспечение продаж турпродукта	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
12	Тема 7. Документационное обеспечение продажи турпродукта	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
13	Тема 9. Формы оплаты	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
14	Тема 10. Организация процедуры продажи турпродукта	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2

Результаты освоения дисциплины достигаются за счет использования в процессе обучения современных инструментальных средств: лекции с применением мультимедийных технологий, современного и аппаратного обеспечения. При проведении занятий используются активные и интерактивные формы

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Примерные вопросы для устного опроса к другим формам контроля 5 семестр

1. Понятие туристского продукта.
2. Продвижение туристского продукта.
3. Особенности групповых туров.
4. Особенности индивидуальных туров.
5. Типы клиентов турфирм.
6. Туроператор и турагент. Сходства и различия.
7. Агентское соглашение.
8. Понятие турпакета.
9. Основные цели рекламы в туризме.
10. Понятие турпродукта. Туристский продукт на национальном уровне.
11. Обслуживание туристов во время путешествия
12. Транспортное обеспечение туризма
13. Паспортно-визовые формальности

14. Товары туристского потребления. Таможенные формальности
15. Основные этапы производства турпродукта

Примерные вопросы для устного опроса к дифференцированному зачету 6 семестр

1. Основные понятия ТАД: «турагент», «субагент», «турагентская деятельность», «агентский договор», «субагентский договор», «процесс обслуживания», «виды услуг турагентства».
2. Роль и место технологий продвижения и продаж в сфере туристских услуг.
3. Государственное регулирование турагентской деятельности. Нормативноправовая база турагентской деятельности в России: ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ». ФЗ «О защите прав потребителей».
4. Анализ и практическое использование ГОСТ Р «Туристские услуги. Услуги турагентов».
5. Турагентская деятельность как вид предпринимательства. Основные отличия между туроператором и турагентством.
6. Виды и типы турагентств: классификация по видам деятельности; по ассортименту; по степени зависимости отТО; по формам сотрудничества с ТО и др. Функции и задачи турагентства.
7. Организационно — правовые формы туристского предприятия, их основные характеристики. Факторы, определяющие выбор организационно- правовой формы туристского предприятия.
8. Основные службы туристского агентства и их задачи. Риски в турагентской деятельности. Формирование имиджа туристского агентства.
9. Источники и способы подбора персонала. Оценка и прием на работу. Мотивация и профессиональное развитие персонала.
10. Должностные инструкции и квалификационные требования к персоналу. Должностные обязанности менеджера турагентства.
11. Законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора. Сделка турагента с туроператором. Варианты сделок между турагентом и туроператором. Подготовка и проведение сделки.
12. Классификация групп клиентов. Факторы, влияющие на поведение клиентов. Классы обслуживания: апартаменты, люкс, полулюкс, первый класс, туристский класс, бизнес- класс.
13. Подготовка туров. Составление маршрутов и взаимоувязка отдельных сегментов тура и услуг. Виды туров. Требования к ним. Основные правила выбора турпакета.
14. Роль информации в туристской деятельности. Виды и классификация информации в туризме. Информационное обеспечение тура. Сохранность информации.
15. Формы и стили обслуживания клиентов. Их характеристика.
16. Связи с общественностью в комплексе мероприятий по продвижению туристского продукта (PR-акции) турагентством.
17. Проблемы качества туристского обслуживания. Факторы, определяющие уровень качества обслуживания клиентов.
18. Выбор места для офиса. Требования к оформлению офиса турагентства.
19. Анализ и практическое использование правил предоставления турагентских услуг.
20. Коммуникативный этикет и культура обслуживания клиентов в турагентстве. Основные слагаемые культуры обслуживания.
21. Основные знания и умения менеджера турагентства по технологии обслуживания клиента.
22. Понятие технологического цикла обслуживания клиентов туристским агентством.
23. Создание информационной базы менеджером туристского агентства. Создание проекта электронной папки тура.
24. Организация встречи менеджера и клиента в офисе в ходе личных продаж.
25. Специфика ведение телефонных переговоров менеджера турагентства и клиента.
26. Мотивация клиента в ходе выбора тура. Способы выявления мотивации в ходе

личных продаж.

27. Преодоление возражений клиента в ходе предоставления информации клиенту о туре. Завершение сделки.
28. Проведение презентации туристского продукта с учетом потребностей клиента.
29. Анализ и решение проблемных ситуаций менеджером турагентства, возникающих в ходе личных продаж
30. Документационное оформление взаимоотношений турагентства с клиентом: договор на туристско- экскурсионное обслуживание, туристский ваучер/ путевка, информационный листок, памятка туриста.
31. Установление последующего контакта турагентства с клиентом; причины, значение для совершенствования туристской деятельности.
32. Понятие и виды туристских формальностей. Их роль в организации туристской деятельности.
33. Паспортные формальности; история, виды паспортов, их назначение.
34. Документы, необходимые для получения заграничного паспорта. Специфика оформления общегражданского заграничного паспорта. Правила выдачи загранпаспортов в России.
35. Визовые формальности. Определение визы, виды виз. Особенности визового и безвизового въезда в страну временного пребывания. Шенгенское визовое пространство. Правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации.
36. Стандартный набор документов для получения визы. Технология доставки туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.
37. Страхование в туризме, его функции. Нормативно- правовое обеспечение страхования туристов в РФ. Основные определения и понятия в страховании.
38. Классификация и виды страхования. Основные виды страхования в туризме, их сущность. Содержание программ страхования, страховые случаи.
39. Взаимоотношения турагентства и страховой компании Правила добровольного страхования от несчастных случаев. Структура и содержание страхового полиса.
40. Схемы действий туриста и турагентства при наступлении страхового случая. Список документов, предоставляемых в страховую компанию при наступлении страхового случая.
41. Понятие санитарных (медицинских) формальностей и эпидемиологического контроля. Основные цели и задачи медицинских формальностей в туризме.
42. Инфекционные карантинные болезни, континенты, регионы и зоны их распространения. Формы санитарных формальностей при посещении стран риска.
43. Меры, осуществляемые санитарно- эпидемиологическими службами. Обучение специалистов туристских фирм Госсанэпиднадзором РФ, его цель и задачи.
44. Содержание памятки для туристов, отъезжающих в страны, неблагополучные по особо опасным инфекциям.
45. Таможенные формальности для туристов. Порядок пересечения таможенной границы. Особенности вывоза и ввоза товаров туристами.
46. Нормы и порядок вывоза и ввоза валюты. Порядок обмена валюты. Документы, подтверждающие происхождение валюты.
47. Таможенное декларирование, его процедуры. Таможенная декларация, ее содержание и требования к оформлению. Порядок применения таможенной декларации.
48. Порядок ввоза и вывоза: культурных ценностей, фауны и флоры, личных животных из РФ.
49. Финансово- экономический анализ деятельности туристского агентства. Ценовая политика турагентства.
50. Финансовое планирование и виды доходов туристского агентства. Затраты туристского агентства на организацию деятельности.
51. Система комиссионных вознаграждений. Виды и размеры комиссионных

вознаграждений.

52. Технология расчета стоимости отдельных туристских услуг туристского агентства.

53. Информационные технические средства, их виды. Автоматизация турагентской деятельности.

54. Направления использования Интернета. Международные системы бронирования, их функции и особенности использования турагентством.

55. Использование профессиональных пакетов программ по бронированию. Работа в системе Мастер-агент.

56. Информационные направления как фактор улучшения сервисной деятельности. Мероприятия по улучшению информационного обслуживания туристической фирмы.

57. Стратегия поведения в рыночной среде. Товарные марки, товарные знаки, знаки обслуживания, эмблемы фирмы. Представительство туристского агентства. Представительство туристского агентства.

58. Формирование постоянной клиентской базы. Система и комплекс средств стимулирования сбыта туристского продукта и услуг.

59. Организация рекламной кампании. Средства информации. Выбор места и средств для размещения туристской рекламы. Структура и состав рекламного материала с учетом туристских особенностей.

60. Виды коммуникативных связей турагентства. Коммуникативные навыки как фактор успеха продаж в турагентстве.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов	Практическая работа
ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа	Практическая работа

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

МДК

а) литература

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 309 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16141-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543253>

2. Захарова, Н. А. Соблюдение туристских формальностей : учебное пособие для СПО / Н. А. Захарова. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 216 с. — ISBN 978-5-4488-1075-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134190.html>

Дополнительная литература:

1. Дурович, А. П. Организация туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 296 с. — ISBN 978-985-7234-10-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/100351.html>

2. Индустрия гостеприимства : учебное пособие для СПО / составители Н. А. Тимошук. — Саратов : Профобразование, 2021. — 227 с. — ISBN 978-5-4488-1243-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106822.html>

3. Захарова, Н. А. Основы безопасности в туризме : учебное пособие для СПО / Н. А. Захарова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 165 с. —

ISBN 978-5-4488-0487-8, 978-5-4497-0401-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93542.html>

4. Захарова, Н. А. Государственная политика и законодательство в сфере туристской и гостиничной деятельности : учебное пособие для СПО / Н. А. Захарова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 182 с. — ISBN 978-5-4488-0443-4, 978-5-4497-0396-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93538.html>

5. Захарова, Н. А. Услуги общественного питания, экскурсионное обслуживание и другие сопутствующие услуги в сфере туризма : учебное пособие для СПО / Н. А. Захарова. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 120 с. — ISBN 978-5-4488-1660-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134189.html>

6. Веселова, Н. Ю. Технология и организация сопровождения туристов : учебное пособие для СПО / Н. Ю. Веселова, Н. В. Иванова, Н. А. Мальшина. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 61 с. — ISBN 978-5-4488-2012-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138899.html>

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
2	Mozilla Firefox	Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 https://www.mozilla.org/en-US/MPL/

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МДК

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов: кабинет турагентской и туроператорской деятельности. Оснащение кабинета: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: учебная мебель, доска, ноутбук, проекционный экран.