

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



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УиНР
А.В. Лейфа
«21» 06 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
профессионального модуля

ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

Специальность 43.02.10 Туризм
Квалификация выпускника – специалист по туризму
Год набора 2022
Курс 2, 3 Семестр 3, 4, 5, 6
Дифференцированный зачёт 3, 4, 5
Курсовая работа 4, 5 семестр
Учебная практика 4 семестр
Производственная практика (по профилю специальности) 5 семестр
Квалификационный экзамен 6 семестр
Практические занятия 120 (акад.час)
Лекции 94 (акад.час)
Консультации 30 (акад.час.)
Самостоятельная работа 113 (акад.час)
Учебная практика 144 (акад.час.)
Производственная практика (по профилю специальности) 72 (акад.час.)
Общая трудоемкость профессионального модуля 613 (акад.час)

Составитель: Дорощева О.В.

2022 г.

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности СПО 43.02.10 Туризм, утвержденного приказом министерства образования и науки Российской Федерации от 07 мая 2014 г. № 474

Рабочая программа обсуждена на заседании ЦМК социально-экономических дисциплин
«03» 06 2022 г., протокол № 10
Председатель ЦМК [подпись] Н.В. Кирилюк

СОГЛАСОВАНО
Зам. декана по учебной работе
[подпись] Н.В. Дремина
«03» 06 2022 г.

СОГЛАСОВАНО
с научной библиотекой
[подпись]
«20» 06 2022 г.

Рабочая программа ПМ.01. Предоставление турагентских услуг является частью ППССЗ по специальности СПО 43.02.10 Туризм (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности.

2. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы:

ПМ.01. Предоставление турагентских услуг относится к группе профессиональных модулей профессионального цикла, читается в 3, 4,5, 6 семестрах в объеме 613 acad.ч. с учетом практики.

Для успешного освоения профессионального модуля обучающиеся должны владеть компетенциями, полученных при изучении общепрофессиональных дисциплин: ОП.01. Организация туристской индустрии, ОП.08 Правовое регулирование в туризме, ОП.12. Профессиональная этика и этикет

Целью ПМ.01. Предоставление турагентских услуг является выявление и анализ запросов потребителя и возможностей их реализации, а также взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению туристического продукта.

Наряду с практической целью – обучение продаже и продвижению турпродукта, ставятся образовательные и воспитательные цели. Достижение образовательных целей осуществляется в аспекте гуманизации и гуманитаризации образования и означает расширение кругозора обучающихся, повышение уровня их общей культуры и образования, а также культуры мышления, общения. Реализация воспитательного потенциала проявляется в готовности специалистов содействовать налаживанию коммуникативных и научных связей, относиться с уважением к духовным ценностям других людей, проявлять тактичность при общении с ними.

3. Показатели освоения профессионального модуля:

Результатом освоения профессионального модуля является овладение общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

Индекс	Формируемые компетенций
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
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.
ПК 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах.

Индекс	Формируемые компетенций
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК 1.4.	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
ПК 1.5.	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
ПК 1.6.	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
ПК 1.7.	Оформлять документы строгой отчетности.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен **иметь практический опыт:**

- выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;
- взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
- оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;
- оказания визовой поддержки потребителю;
- оформления документации строгой отчетности

уметь:

- определять и анализировать потребности заказчика;
- выбирать оптимальный туристский продукт;
- осуществлять поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);
- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;
- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездах, организовываемых туроператорами;
- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;
- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;
- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;
- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);
- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
- принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;
- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения

виз в консульствах зарубежных стран;

знать:

- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;
- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;
- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;
- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;
- технологии использования базы данных;
- статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;
- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;
- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;
- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;
- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;
- правила оформления деловой документации;
- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;
- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;
- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;
- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.

4. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.01. Предоставление турагентских услуг

4.1 Тематический план профессионального модуля Предоставление турагентских 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			Самостоятельная работа обучающегося	Консультации	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности),
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1-9 ПК 1.1 - 1.7	МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта	244	156	68	20	68	20		-
ОК 1-9 ПК 1.1 - 1.7	МДК 01. 02 Технология и организация турагентской деятельности	153	98	52	20	45	10		-
	Всего:	397	254	120	40	113	30		
	Учебная практика	144						144	-
	Производственная практика (по профилю специальности)	72							72
	Итого	613	254	120	40	113	30	144	72

4.2. Содержание профессионального модуля ПМ.01. Предоставление турагентских услуг

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта			
<i>Глава 1. Туристская индустрия</i>			
Тема 1.1. Сущность и тенденции развития туристской индустрии	Содержание		
	1 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	1
	Самостоятельная работа: Составление терминологического словаря, заучивание терминов. Знакомство с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Подготовка доклада: «Индустрия туризма в современных условиях».	2	
Тема 1.2. Индустрия туризма на международном рынке сегодня	Содержание		
	1 Услуги индустрии туризма. Современное состояние туризма в России. Динамика развития российского туризма. Структура рынка туризма.	2	2
	2 Структура управления туризмом в России. Общественные организации. Характеристика международного туристского рынка.		
	Практическое занятие		
	1 Анализ индустрии туризма в современных условиях.	2	3
	Самостоятельная работа: Изучение международного регулирования туристской деятельности. Подготовка доклада «Туристская политика государства» (на выбор).	2	
Тема 1.3. Туристский рынок, его участники	Содержание		
	1 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.	2	2
	2 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.	2	
	Практическое занятие		
	1 Сравнительный анализ категорий «путешествие» и «путешественник», «турист» и «экскурсант».	2	3
	Самостоятельная работа: Подготовка доклада «Роль туроператора и турагента на туристском рынке». Изучение воздействие туризма на экономику страны.	2	
Тема 1.4. Туристский спрос и туристское предложение	Содержание		
	1 Специфика спроса в туризме Сущность и специфика туристского спроса. Факторы, влияющие на объем туристского спроса. Способы	2	2

		изучения спроса на туристские услуги.		
	2	Специфика предложения в туризме Понятие и структура туристского предложения. Особенности маркетинга туристского предложения. Туристский регион и его виды.	2	3
	Практическое занятие № 3		2	
	1	Изучение основных факторов развития современного международного туризма и его особенностей.		
	Самостоятельная работа: Изучение наиболее распространенных проблем туристского рынка России. Подготовка доклада «Маркетинговая деятельность в международном туризме».		2	
Глава 2. Туристский продукт и его особенности				
Тема 2.1. Понятие и сущность турпродукта.	Содержание			
	1	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.	2	2
	Практическая работа № 4:		2	3
	1	Понятие турпродукта. Туристский продукт на национальном уровне.		
Самостоятельная работа: Выбрать дестинацию. Раскрыть её природно-климатические ресурсы, подходящие для использования при формировании туров. Выбрать дестинацию. Раскрыть её культурное наследие, используемое при создании турпродукта.		2		
Тема 2.2 Услуги туристского профиля в составе турпродукта	Содержание			
	1	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.	2	2
	2	Услуги размещения как одна из составляющих турпродукта. Виды предприятий представляющие услуги размещения. Понятие развлекательного туризма и его характеристики.		
	Практическое занятие		2	3
	1	Обслуживание туристов во время путешествия		
	2	Транспортное обеспечение туризма		
Самостоятельная работа: Проработать материал, провести в виде таблицы сравнительный анализ услуг, предоставляемых туроператорами и турагентом. Самостоятельно по рекламным предложениям определить несколько инициативных и рецептивных туроператоров.		2		
Тема 2.3 Сопутствующие услуги в составе турпродукта	Содержание			
	1	Понятие банковских услуг и этапы их формирования. Характеристика основных видов банковских услуг. Особенности развития рынка банковских услуг в России.	2	2
	2	Визовая поддержка как услуга в составе турпродукта. Виза и виды визовых режимов. Шенгенское пространство.		
	Практическое занятие		2	3
1	Паспортно-визовые формальности			

	Самостоятельная работа: Привести перечень стран с либеральным визовым режимом. Провести подборку материалов информационного характера, выпускаемых 2-3 туроператорами. Сравнить их.	2	
Тема 2.4 Товары туристского потребления в составе турпродукта	Содержание		
	1 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	4	2
	Практическое занятие		3
	1 Товары туристского потребления. Таможенные формальности	2	
	Самостоятельная работа: Охарактеризовать сувенирную продукцию, отражающую культуру какой-либо страны	2	
Тема 2.5 Основные этапы производства	Содержание		
	1 Роль и виды маркетинговых исследований в производстве турпродукта. Основные критерии, используемые при сегментации потребительского рынка. Методологические основы маркетинговых исследований	2	2
	2 Методы, используемые в маркетинговых исследованиях Количественные методы. Качественные методы сбора информации.	2	
	3 Проектирование тура и его ступени. Разработка технологической документации при создании турпродукта. Контроль качества турпродукта. Определение ключевых моментов в процессе обслуживания туристов.	2	
	4 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	2	
	Практическое занятие		3
	1 Основные этапы производства турпродукта	2	
	2 Технология приема и обслуживания туристов		
	3 Разработка варианта анкеты		
	Самостоятельная работа 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	
Глава 3. Технология продаж в туризме			
Тема 3.1 Понятие о «классах обслуживания» туристов	Содержание		
	1. 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.	4	2
	Практическое занятие		3
	1 Жалобы туристов. Закон «О защите прав потребителей»	2	
	Самостоятельная работа: Составить перечень услуг, соответствующих обслуживанию туристов по VIP-классу. Определить класс обслуживания для каждой группы: пенсионеры, служащие, предприниматели.	2	
Тема 3.2 Договорные отношения в туризме	Содержание:		
	1 Договор о реализации туристского продукта Особенности договорных отношений между туроператором и турагентом. Содержание договоров о сотрудничестве турфирм с поставщиками услуг смежных отраслей (с	2	2

		музеями, экскурсионными фирмами, предприятиями развлекательного характера, средствами размещения, предприятиями питания, транспортными организациями, а также между инициативных туроператоров с рецептивными.		
		Практическое занятие		
	1	Работа турфирм с поставщиками услуг в смежных областях.	2	3
		Самостоятельная работа: Рассмотреть права и обязанности туристов. Изучить виды компенсации за непредоставленные услуги и возмещение убытков.	4	
Тема 3.3 Основные формы продаж туристских продуктов		Содержание:		
	1	Рыночная среда и управление продажами. Понятие маркетинговой среды. Сущность макросреды предприятия. Сущность микросреды предприятия. SWOT-анализ.	2	2
	2	Специфика продаж в турбизнесе. Канал сбыта турпродукта: сущность, функции, классификация. Формы продажи турпродукта: формальная сеть, собственные бюро продаж, контрагентская сеть.	2	
		Практическое занятие		
	1	Анализ маркетинговой среды предприятия.	2	3
	2	Организация процесса продаж. Составляющие эффективной продажи в туризме	2	
	3	Формирование сбытовой сети при продвижении турпродукта	2	
	4	Поиск клиентов и возможности продвижения турпродукта в сети Интернет.	2	
		Самостоятельная работа: Составление терминологического словаря, заучивание терминов. Составить схему агентской сети какого-либо крупного инициативного туроператора.	2	
Тема 3.4 Продвижение турпродукта		Содержание		
	1	Особенности коммуникативной политики. Реклама. Разработка коммуникативной политики. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Виды рекламы. Рекламное обращение. Рекламный слоган.	2	2
	2	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.	2	
	3	Личная продажа. Фирменный стиль. Личная продажа: понятие и особенности. Фирменный стиль: цели, элементы, носители.	2	
		Практическое занятие		
	1	Реклама как средство продвижения турпродукта	2	3
	2	Разработка программы продвижения турпродукта	2	
	3	Деловая игра «Продвижение турпродукта клиентам. Работа с клиентами»	2	
		Самостоятельная работа: На основании изучения рекламной продукции турфирм сделать подборку рекламных объявлений информационного, убеждающего и напоминающего характера. Раскрыть понятие «нерекламные методы продвижения турпродукта». Привести примеры турфирм, реализующих свои туры такими методами. Изучение информационных технологий в продвижении туристского продукта. Рассмотрение выставки и ярмарки в комплексе мероприятий по продвижению туристского продукта.	5	
Тема 3.5		Содержание:		2

Документационное сопровождение процесса реализации туристского продукта	1	Основные виды технологической документации, необходимой при проектировании турпродукта Понятие о бронировании услуг. Роль бронирования проездных документов. Туристская путёвка. Туристский ваучер. Информационный листок. Памятка туриста. Каталог туроператора.	2	
	Самостоятельная работа: Разработать информационный листок к туристической путевке для конкретного (спортивного, познавательного, экологического и т.д.) тура		4	
Тема 3.6 Предпосылки для создания доверительных отношений с потребителями	Содержание:			
	1.	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	2	2
	2.	Менеджер, как активный субъект процесса личной продажи туристского продукта. Внешний вид персонала туристского предприятия.	2	
	Самостоятельная работа: Изучение маркетинга рынка потребителей туристских услуг.		6	
Тема 3.7 Выявление потребностей. Презентация туристского продукта	Содержание:			
	1.	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	4	2
	Практическое занятие			3
	1	Фирменный стиль компании	2	
	2	Приёмы воздействия на потребителя	2	
	3	Деловая игра «Рекламное выступление менеджера фирмы»	2	
	4	Деловая игра «Мозговая атака - способ выдвижения новых идей»	2	
	5	Особенности ценообразования в туризме	4	
	6	Особенности продажи турпродукта по телефону.		
	Самостоятельная работа: Составление словесной презентации тура Составление словесной презентации гостиницы Рассмотреть возможные проблемы выявления потребностей Составить доклад на тему: «Ориентация на потребителя – основной принцип маркетинга»		10	
Тема 3.8 Покупательское поведение потребителя туристских услуг	Содержание:			
	1.	Мотивация продаж Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. Процесс принятия клиентом решения о покупке. Типы покупателей.	2	2
	2.	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.	2	
	3.	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.	2	

	Практическое занятие			
	1	Вербальные и невербальные средства делового общения в туризме	2	3
	2	Анализ поведения менеджеров при работе с возражениями.	2	
	3	Программа повышения лояльности клиентов	2	
	4	Формирование положительного имиджа туристического предприятия	2	
	5	Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы как личностные факторы поведения потребителей	2	
	6	Мотивация и личность потребителя как основа управления поведением потребителя	2	
	7	Влияние различных групп на потребительское поведение	2	
	8	Влияние факторов на поведение потребителей	2	
	Самостоятельная работа: Составление психологического портрета клиента туристкой фирмы. Классификация групп клиентов турфирмы.		5	
Тема 3.9 Безопасность в туризме.	Содержание:			
	1	Понятие, сущность и виды угроз безопасности в туризме. Основные направления деятельности по обеспечению безопасности туризма. Факторы, влияющие на туриста во время отдыха.	2	2
		Общие ограничительные меры во время пребывания в зарубежной стране. Организация безопасности туристов.	2	
	Практическое занятие			
	1	Безопасность как важное условие туризма	2	3
Самостоятельная работа: Изучить способы предупреждения вредных воздействий микроклимата в помещениях для туристов.		6		
Тема 3.10 Послепродажное обслуживание	Содержание:			
	1	Изучение послепродажного обслуживания и формирование лояльности потребителя. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. Роль послепродажного сервиса в обеспечении конкурентоспособности товара	2	2
	Практическое занятие			
	1	Анализ предотвращения типичных ошибок менеджеров при продаже туров.	4	3
	Самостоятельная работа: Изучить методы послепродажного обслуживания		6	
Консультации		20		
Курсовая работа	Содержание:		20	
	1	Общие требования к содержанию и структуре исследовательских работ	2	3
	2	Характеристика и требования к структурным элементам исследовательской работы	6	
	3	Основные параметры текстовой части	4	
	4	Оформление списка использованных источников, иллюстраций, ссылок в тексте	2	
	5	Алгоритм подготовки исследовательской работы	4	
	6	Формулирование общих выводов курсовой работы	2	

<p>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ:</p> <p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p> <p>Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ. Отчетов и подготовка к их защите.</p> <p>Составление терминологического словаря, заучивание терминов.</p> <p>Знакомство с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».</p> <p>Подготовка доклада: «Индустрия туризма в современных условиях».</p> <p>Изучение международного регулирования туристской деятельности.</p> <p>Подготовка доклада «Туристская политика государства» (на выбор).</p> <p>Подготовка доклада «Роль туроператора и турагента на туристском рынке».</p> <p>Изучение воздействия туризма на экономику страны.</p> <p>Изучение наиболее распространенных проблем туристского рынка России.</p> <p>Подготовка доклада «Маркетинговая деятельность в международном туризме».</p> <p>Выбрать дестинацию. Раскрыть её природно-климатические ресурсы, подходящие для использования при формировании туров.</p> <p>Выбрать дестинацию. Раскрыть её культурное наследие, используемое при создании турпродукта.</p> <p>Проработать материал, провести в виде таблицы сравнительный анализ услуг, представляемых туроператорами и турагентом.</p> <p>Самостоятельно по рекламным предложениям определить несколько инициативных и рецептивных туроператоров.</p> <p>Привести перечень стран с либеральным визовым режимом.</p> <p>Провести подборку материалов информационного характера, выпускаемых 2-3 туроператорами. Сравнить их.</p> <p>Охарактеризовать сувенирную продукцию, отражающую культуру какой-либо страны.</p> <p>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.</p> <p>Составить перечень услуг, соответствующих обслуживанию туристов по VIP-классу.</p> <p>Определить класс обслуживания для каждой группы: пенсионеры, служащие, предприниматели.</p> <p>Рассмотреть права и обязанности туристов.</p> <p>Изучение видов компенсации за непредоставленные услуги и возмещение убытков.</p> <p>Составить схему агентской сети какого-либо крупного инициативного туроператора.</p> <p>На основании изучения рекламной продукции турфирм сделать подборку рекламных объявлений информационного, убеждающего и напоминающего характера.</p> <p>Раскрыть понятие «нерекламные методы продвижения турпродукта». Привести примеры турфирм, реализующих свои туры такими методами.</p> <p>Изучение информационных технологий в продвижении туристского продукта.</p> <p>Рассмотрение выставки и ярмарки в комплексе мероприятий по продвижению туристского продукта.</p> <p>Разработать информационный листок к туристической путевке для конкретного (спортивного, познавательного и т.д.) тура</p> <p>Изучение маркетинга рынка потребителей туристских услуг.</p> <p>Составление словесной презентации тура</p> <p>Составление словесной презентации гостиницы</p> <p>Рассмотреть возможные проблемы выявления потребностей</p> <p>Составить доклад на тему: «Ориентация на потребителя – основной принцип маркетинга»</p> <p>Составление психологического портрета клиента туристской фирмы.</p> <p>Классификация групп клиентов турфирмы.</p> <p>Изучение способы предупреждения вредных воздействий микроклимата в помещениях для туристов.</p> <p>Изучение методы послепродажного обслуживания</p>	68	
Всего	244	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности			
Тема 1. Нормативная база организации турагентских продаж	Содержание	2	1
	1 Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;		
	2 Правила оказания услуг по реализации туристского продукта;		
	Практическая работа	6	
	1 Факторы развития туризма;		3
	2 Международное регулирование туристской деятельности;		
	3 Развитие и регулирование туристской деятельности в России.		
Самостоятельная работа		4	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.			
Тема 2. Организация взаимодействия турфирмы-агента и турфирмы оператора	Содержание	2	1
	1 Выбор турагентом туроператора;		
	2 Формы взаимодействия турагентской и туроператорской фирм.		
	Практическая работа	4	
	1 Роль, цель и задачи турагентской деятельности;		3
	2 Функции турагентства;		
	3 Доход агентства по туризму. Комиссионное вознаграждение. Бонусы		
	4 Рейтинг туроператоров России. Краткая характеристика ведущих туроператоров России;		
	5 Знакомство с веб сайтами ведущих туроператоров России.		
	Самостоятельная работа		4
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.			
Тема 3. Участие турагента в организации рекламы и продвижения турпродукта	Содержание	2	1
	1 Турагентская реклама.		
	Практическая работа	4	
	1 Виды нестандартной рекламы;		3
	2 Не рекламные методы продвижения турагентских услуг;		
	3 Независимые, уполномоченные, ритейлинговые, франчайзинговые турагентства. Агентские сети и условия работы в них;		
	4 Знакомства с сайтами онлайн бронирования средств размещения туристов.		
Самостоятельная работа		4	
Ссистематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам			
Тема 4. Организация офиса турфирмы –	Содержание	2	1
	1 Офис продаж;		

агента и квалификационные требования к персоналу	2	Офис и оборудование офиса турагентства;		
	3	Расположение мебели и оборудования;		
	4	Техническое оборудование турагентства;		
	5	Охрана труда в офисном помещении;		
	6	Средства пожарной безопасности;		
	7	Квалификационные требования к персоналу турагентства.		
	Практическая работа		4	
	1	Создание информационной карточки своего турагентства;		3
	2	Стандарты обслуживания в турагентстве;		
	3	Устав, учредительный договор, регистрация турагентства.		
Самостоятельная работа		4		
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.				
Тема 5. Психологические особенности поведения турагента в процессе продажи туристской путевки	Содержание		2	1
	1	Особенности личной продажи туристского продукта;		
	2	Особенности продажи по телефону;		
	3	Особенности работы с клиентами разных психологических типов;		
	4	Урегулирование конфликтных ситуаций;		
	Практическая работа		8	3
	1	Потребность: основные подходы к определению потребности;		
	2	Формирование лояльности клиентов турфирмы;		
	3	Обработка возражений клиента;		
	4	Знакомство с сайтами онлайн бронирования авиа и железнодорожных билетов.		
Самостоятельная работа		4		
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.				
Тема 6. Информационное обеспечение продаж турпродукта	Содержание		2	1
	1	Обеспечение туриста информацией о турпродукте;		
	2	Использование туристической информации турагентами;		
	Практическая работа		4	3
	1	Печатная реклама как источник информации;		
	2	Карты, схемы и видеоматериалы, используемые в работе турагентств;		
3	Знакомство с туристскими информационными порталами.			
Самостоятельная работа		6		
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.				
Тема 7. Документационное обеспечение продажи турпродукта	Содержание		2	1
	1	Договор о реализации турпродукта;		
	2	Туристская путевка;		
	3	Документы, которые выдаются туристу для совершения путешествия.		
	Практическая работа		8	3
	1	Знакомство с агентским договором о реализации туристского продукта;		
2	Знакомство с договором о реализации турпродукта;			

	3	Типы и виды виз;		
	4	Заполнение бланка туристской путевки;		
	5	Знакомство с анкетой для получения про-визы;		
	6	Знакомство с анкетой-опросником для стран Шенгенского соглашения.		
	Самостоятельная работа			
	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.		6	
Тема 8. Использование информационных технологий в организации работы турагента	Содержание		4	1
	1	Использование информационных ресурсов Интернета;		
	2	Использование электронных туристических каталогов.		
	Практическая работа		4	3
	1	Интегрированные коммуникационные сети;		
	2	Веб-сайт. Характеристика туристических серверов;		
	3	Системы бронирования и резервирования.		
Самостоятельная работа				
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.		6		
Тема 9. Формы оплаты	Содержание		4	1
	1	Организация приема оплаты при реализации путевки (турпродукта) конечному потребителю;		
	2	Внесение оплаты за турпродукт туроператору.		
	Практическая работа		6	3
	1	Прием наличных денежных средств в оплату турпродукта;		
	2	Прием оплаты с использованием платежной карты;		
	3	Оплата туристических услуг по банковскому переводу;		
4	Оплата туристических услуг средствами электронной коммерции.			
Самостоятельная работа				
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.		4		
Тема 10. Организация процедуры продажи турпродукта	Содержание		4	1
	1	Информационный подготовительный этап;		
	2	Организационный подготовительный этап;		
	3	Продажа туристского продукта.		
	Практическая работа		4	3
	1	Аттрактивность страны (на выбор) по курортному направлению;		
	2	Подготовка экскурсионного направления;		
3	Виды туристских формальностей;			
4	Особенности проведения презентации.			
Самостоятельная работа				
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.		4		
	Консультации		10	
Тема 11.	Содержание			

Курсовое проектирование	Тематика курсового проектирования: 1 Франчайзинг в туристском бизнесе 2 Информационные технологии в работе турагентства 3 Маркетинговая деятельность турагентства 4 Создание имиджа турагентства 5 Организация работы турагентства 6 Управление конфликтными ситуациями в турагентстве 7 Организация продаж турпродукта 8 Туристские формальности 9 Особенности оформления и продажи туров в страны Евросоюза 10 Проблема сезонности в туризме 11 Взаимодействие турагентской и туроператорской деятельности 12 Особенности турагентской деятельности 13 Государственное регулирование турагентской деятельности 14 Управление качеством туристских услуг в деятельности турагентства 15 Деятельность туристского агентства по страхованию туристов	20	2, 3
Всего		153	
Учебная практика:		144	
1. Ознакомление с содержанием и задачами практики, с правилами техники безопасности	Роль практики в процессе приобретения обучающимися профессиональных навыков и первоначального опыта профессиональной деятельности по изучаемой специальности. Взаимосвязь практики с теоретическим обучением. Программа практики и порядок ее реализации. Техника безопасности в учебном учреждении.		3
2. Проведение экономической оценки подбора оптимального турпродукта для клиента	Отработка навыков выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта. Определение и анализ потребности заказчика. Приобретение навыков в выборе оптимального туристского продукта		3
3. Разработка технологии персональной продажи в туристской индустрии	Приобретение навыков оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя. Изучение предоставления потребителю полной и достоверной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы. Приобретение навыков взаимодействия с потребителями с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения (при помощи деловой игры)		3
4. Изучение нормативной базы организации турагентских продаж	Изучение законодательной базы организации турагентских продаж Применение законодательной базы в туристской индустрии		3
5. Оформление документов по турпродукту	Изучение оформления документации строгой отчетности по турпродуктам Составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта (договора, заявки) Приобретение навыков консультации потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз		3

6. Использование информационных технологий в организации работы турагента.	Изучение сайтов туроператоров Приобретение навыков бронирования с использованием современной офисной техники		3
7. Использование информационных источников обеспечения продаж турпродукта	Приобретение навыков использования информационных источников для обеспечения продаж в турфирме		3
Производственная практика		72	
Раздел 1. Технология продаж и продвижения турпродукта	Определение и анализ потребности заказчика;		3
	Выбор оптимального туристского продукта;		3
	Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);		3
	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проведение маркетинга существующих предложений от туроператоров		3
	Взаимодействие с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;		3
	Осуществление бронирования с использованием современной офисной техники		3
	Участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;		3
	Обеспечение своевременного получения потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;		3
	Разработка и формирование рекламных материалов, разработка рекламных акций и представление туристского продукта на выставках, ярмарках, форумах;		3
Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям;	3		
Раздел 2. Технология и организация турагентской деятельности			3
	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчет различных его вариантов;		3
	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;		3
	Составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);		3
	Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности;		3
	Прием денежных средств в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;		3
	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;		3
	Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;		3
	Доставка туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран		3
Всего		613	

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)

5. Образовательные технологии

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.

МДК.01.01 технология продаж и продвижение турпродукта

Тип занятия Методы/формы	Лекционные занятия	Практические занятия
Работа в команде		Тема 1.3. Туристский рынок, его участники Тема 3.4. Продвижение турпродукта
Методы проблемного обучения.	Тема 3.1. Понятие о «классах обслуживания» туристов Тема 3.3. Основные формы продаж туристских продуктов	Тема 3.10. Послепродажное обслуживание

МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности

Тип занятия Методы/формы	Лекционные занятия	Практические занятия
Работа в команде	Тема 4. Организация офиса турфирмы – агента и квалификационные требования к персоналу	Тема 5. Психологические особенности поведения турагента в процессе продажи туристской путевки

6. Условия реализации программы дисциплины

6.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов: кабинет турагентской и туроператорской деятельности.

Обснащение кабинета: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: учебная мебель, доска, ноутбук, проекционный экран. Количество посадочных мест – 30

6.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12617-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496401>

Жданова, Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для СПО / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, 2019. — 98 с. —

ISBN 978-5-4488-0273-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83347.html>

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>

Дополнительная литература

Захарова, Н. А. Услуги общественного питания, экскурсионное обслуживание и другие сопутствующие услуги в сфере туризма : учебное пособие для СПО / Н. А. Захарова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 122 с. — ISBN 978-5-4488-0508-0, 978-5-4497-0400-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/93554.html>

Сушинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие для среднего профессионального образования / М. Д. Сушинская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 157 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08314-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492106>

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>

Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10544-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495449>

Предоставление турагентских услуг: сб. учеб.-метод. материалов для специальности 43.02 10 «Туризм»/ АмГУ, ФСПО; сост. М.С. Гашков, А.В. Глушкова – Благовещенск: Изд-во Амур.гос. ун-та, 2017.- 17 с. Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/10235.pdf

Перечень программного обеспечения:

1. Лицензионное: Windows 7 Pro – DreamSparkPremiumElectronicSoftwareDelivery Renewal по договору – Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 года.

2. Свободно распространяемое: LibreOffice - бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL <https://ru.libreoffice.org/about-us/license/>.

7. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только формирование 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
ОК1. Понимать и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней	Демонстрация интереса к будущей профессии. Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности	- оценка результатов выполнения практических работ, при выполнении учебной практики, при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы

устойчивый интерес.		
ОК2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности	- оценка эффективности и правильности принимаемых решений на практических занятиях; при выполнении учебной практики, при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- наблюдение и оценка эффективности и правильности принятия решений при выполнении профессиональных задач во время выполнения практических работ, при выполнении учебной практики, при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы
ОК4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование	- наблюдение и оценка эффективности и правильности отбора, обработки и использования информации для выполнения профессиональных задач во время выполнения практических работ, при выполнении учебной практики; при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы
ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	- наблюдение и оценка эффективности и правильности отбора, обработки и использования информационно-коммуникационных технологий для выполнения профессиональных задач во время выполнения практических работ; при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы
ОК6. Работать в коллективе и команде,	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и в ходе	- наблюдение и оценка коммуникабельности во

обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	обучения	время выполнения практических работ; - наблюдение с фиксацией фактов; наблюдение и оценка коммуникабельности во время обучения, выполнения практических работ, при выполнении учебной практики и участия в конкурсах.
ОК7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	Развитие самоменеджмента обучающегося Проявление ответственности за работу подчиненных, результат принятием на себя ответственности за результат выполнения задач выполнения заданий	наблюдение и оценка ответственности во время выполнения практических работ; - наблюдение с фиксацией фактов; наблюдение и оценка коммуникабельности во время обучения, выполнения практических работ, при выполнении учебной практики и участия в конкурсах.
ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	наблюдение и оценка во время выполнения практических работ; - наблюдение с фиксацией фактов; наблюдение во время обучения, выполнения практических работ, при выполнении учебной практики.
ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности	наблюдение и оценка проявлений интереса в области профессиональной деятельности во время выполнения практических работ, при выполнении учебной практики.

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	-эффективный поиск необходимой информации; - выбор и применение методов и способов анализа рынка потребительского спроса; - выбор и применение методов и способов реализации	Формы: практическая работа, курсовая работа,

	туристского продукта.	самостоятельная работа Методы: Экспертная оценка; Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы;
ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах	-умение сделать правильный выбор и применить верные методы, способы информирования потребителя о туристских продуктах	
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	-умение сделать правильный выбор и применить верные методы, способы информирования потребителя о туристских продуктах	
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	-расчет стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя	
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	-оформление документации турпакета (турпутёвки, ваучеры, страховые полисы)	
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	-оказанию визовой поддержки	
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности	-оформление документов строгой отчетности	
Промежуточная аттестация		Дифференцированный зачет- 3, 4 семестр курсовая работа – 4, 6 семестр экзамен – 4, 6 семестр квалификационный экзамен – 6 семестр

МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта, входящий в профессиональный модуль ПМ. 01 Предоставление турагентских услуг изучается на протяжении 3 и 4 семестров.

Итоговой оценкой по МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта считать оценку за 4-ой семестр.

МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности, входящий в профессиональный модуль ПМ. 01 Предоставление турагентских услуг изучается на протяжении 5 семестра.

Итоговой оценкой считать оценку за 5-ой семестр.

Вопросы для дифференцированного зачета по МКД 01.01

3 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

Вопросы к дифференцированному зачёту по МКД.01.01

4- ой семестр

1. Функции, история и факторы развития туризма
2. Понятие туристская индустрия. Организаторы туризма.
3. Современное состояние туризма в России. Структура рынка туризма.
4. Понятие туристского рынка Особенности функционирования туристского рынка.
5. Сегментация туристского рынка. Выбор целевого рынка туристских услуг.
6. Сущность и специфика туристского спроса. Факторы, влияющие на объем туристского спроса.
7. Понятие и структура туристского предложения.
8. Уровни турпродукта. Структура туристического продукта с точки зрения факторов, обуславливающих его качество.
9. Услуги туроператоров и турагентов, их общие и отличительные черты.
10. Роль транспортных услуг в создании турпродукта: перевозка, трансфер, основа турпродукта.
11. Услуги размещения как одна из составляющих турпродукта. Виды предприятий представляющие услуги размещения.
12. Понятие банковских услуг и этапы их формирования. Характеристика основных видов банковских услуг.
13. Визовая поддержка как услуга в составе турпродукта. Виза и виды визовых режимов.
14. Товары туристского потребления в составе турпродукта
15. Роль и виды маркетинговых исследований в производстве турпродукта.
16. Методологические основы маркетинговых исследований турпродукта.

17. Количественные и качественные методы сбора информации.
18. Разработка технологической документации при создании турпродукта.
19. Основные требования, предъявляемые к туроператору при анализе.

Утверждение проекта турпродукта

20. Основные этапы производства турпродукта
21. Понятие класс обслуживания и его роль в создании турпродукта.
22. Особенности договорных отношений между туроператором и турагентом.
23. Основные права и обязанности туристов по договору
24. Понятие маркетинговой среды. Внешняя и внутренняя среда предприятия.
25. Канал сбыта турпродукта: сущность, функции, классификация.
26. Особенности коммуникативной политики Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.
27. Понятие и сущность стимулирования сбыта
28. . Понятие, цели, виды и функции PR.
29. Личная продажа: понятие и особенности. Фирменный стиль: цели, элементы, носители.
30. Понятие о бронировании услуг. Роль бронирования проездных документов.
31. Расположение офиса туристского предприятия, его внешний и внутренний вид.
32. Приёмы воздействия на потребителя
33. Особенности ценообразования в туризме
34. Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж
35. Процесс принятия клиентом решения о покупке. Типы покупателей
36. Управление возражениями и сомнениями клиента. Функции грамотного использования вопросов.
37. Вербальные и невербальные средства делового общения в туризме
38. Понятие и методы повышения лояльности клиентов
39. Влияние факторов на поведение потребителей
40. Организация безопасности туристов.

Вопросы к дифференцированному зачету по МКД.01.02

5 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. Нормативно-правовая 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, выезжающих 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.