

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



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УиНР
А.В. Лейфа
2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
профессионального модуля

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Специальность 43.02.10 Туризм
Квалификация выпускника – специалист по туризму
Год набора 2022
Курс 1, 2 Семестр 3, 4
Другие формы контроля 3 семестр
Дифференцированный зачет 3 семестр
Производственная практика (по профилю специальности) 3 семестр
Квалификационный экзамен 4 семестр
Лабораторные занятия 12 (акад.час.)
Практические занятия 40 (акад.час)
Лекции 52 (акад.час)
Консультации 4 (акад.час.)
Самостоятельная работа 28 (акад.час)
Производственная практика (по профилю специальности) 72 (акад.час.)
Общая трудоемкость профессионального модуля 208 (акад.час)

Составитель: Глушкова А.Н.
Царевская Е.А.

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. Кирилук

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана по учебной работе

[подпись] Н.В. Дремина

«04» 06 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

с научной библиотекой

[подпись]

«20» 06 2022 г.

1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида деятельности: Технология и организация туроператорской деятельности соответствующих общих и профессиональных компетенций (ОК) и (ПК).

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области гостиничного и туристического бизнеса.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Профессиональный модуль ПМ.03. Предоставление туроператорских услуг относится к группе профессиональных модулей профессионального цикла, читается в 3 и 4 семестрах в объеме 208 академических часов с учетом производственной практики (по профилю специальности).

Преподавание курса связано с другими дисциплинами учебного плана по направлению подготовки среднего профессионального образования 43.02.10 «Туризм» - МДК.01.01. «Технология продаж и продвижение турпродукта», МДК.01.02. «Технология и организация турагентской деятельности», МДК.02.01. «Технология и организация сопровождения туристов», МДК.02.02. «Организация досуга туристов».

3. Показатели освоения профессионального модуля:

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

Код	Наименование результата обучения
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 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2	Формировать туристский продукт
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского

Код	Наименование результата обучения
	продукта

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:
иметь практический опыт:

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

уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
 - проводить анализ деятельности других туркомпаний;
 - работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
 - обрабатывать информацию и анализировать результаты;
 - налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
 - работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
 - работать с информационными и справочными материалами;
 - составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
 - составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
 - оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
 - оформлять страховые полисы;
 - вести документооборот с использованием информационных технологий;
 - анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
 - рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
 - рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
 - работать с агентскими договорами;
 - использовать каталоги и ценовые приложения;
 - консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
 - работать с заявками на бронирование туруслуг;
 - предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
 - использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
 - использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;
- знать:*
- виды рекламного продукта;
 - правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
 - способы обработки статистических данных;

- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездок;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

4. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ. 03. «Предоставление туроператорских услуг»

4.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Консультации, часов	Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающихся			Самостоятельная работа обучающихся			Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОК 1 - 9 ПК 3.1 - 3.5	МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	66	52	0		14		0		
ОК 1 - 9 ПК 3.1 - 3.5	МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме	70	52	26		14		4		
	Производственная практика (по профилю специальности)	72								72
	Всего:	208	104	26		28		4		72

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

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности		108	
Тема 1. Основные понятия и содержание дисциплины «Технология и организация туроператорской деятельности»	Содержание	2	1
	1 Цели и задачи дисциплины: изучение технологии и организации туроператорской деятельности		
	2 Структура дисциплины «Технология и организация туроператорской деятельности» Правовые основания предоставления туристических услуг		
	3 Основные субъекты предоставления туруслуг (туроператор, турагент, турист)		
Тема 2. Туристские предприятия и их формы	Практические занятия	2	2
	Ведущие туроператоры: «ТЕZ TOUR», «CORAL TRAVEL», «PEGAS TOURISTIK», «PAC GROUP»		
	Форма проведения семинара: обсуждение предложенных вопросов		
	Цель семинарского занятия: рассмотреть основные понятия и структуру в технологии и организации туроператорской деятельности		
	Содержание		
	1 Место туроператора на туристском рынке		
2 Организационно-правовые формы туристских предприятий			
3 Влияние факторов на выбор организационно-правовой формы туристского предприятия			
4 Классификации туристских фирм			
5 Рецептивные и инициативные туристские фирмы			
Тема 3. Основные функции туроператора	Практические занятия	2	2
	Форма проведения в виде обсуждения проблемных вопросов и ситуаций. Примерная тема доклада «Организационно-правовые формы туристского предприятия».		
	В докладе отразить: общую информационную оценку сайта туркомпании (структура: основные информационные блоки, их взаимосвязь и особенности; организация тура) Дать оценку турператорской деятельности компании		
	Содержание		
1 Основные задачи туроператора	2	2, 3	
2 Функция туроператора: ценообразование и факторы, влияющие на эту деятельность			
3 Функция продвижения турпродукта, информативная и новаторская, бюджетообразующая и интегрирующая			

	4	Операторское лобби в постиндустриальной экономике		
	5	Финансовое обеспечение туроператора		
		Практические занятия Форма проведения семинара: семинар проводится в форме презентаций по докладам. Темы докладов «Функции туроператоров на туристском рынке» Вопросы к семинару: 1. Функция ценообразования в туроператорской деятельности 2. Продвижение турпродукта 3. Информативная и новаторская функции туроператора 4. Бюджетообразующая и интегрирующая функции	2	3
Тема 4. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров		Содержание	2	2,3
	1	Аутгоинговый туроператор международных туров. Флайтеры и нон-флайтеры		
	2	Инкаминг - туроператор		
	3	Организация инкам- туров		
	4	Инсайдинг - туроператор		
	5	Организация индивидуальных и групповых туров		
	6	Профиль работы туроператоров		
		Практические занятия Форма проведения: семинар проводится в форме дискуссии Вопросы к семинару: 1. Аутгоинговый туроператор 2. Инкаминг – туроператор 3. Инсайдинг - туроператор 4. Профиль работы туроператоров 5. Инновации в туроперейтинге Анализ практических ситуаций	2	3
Тема 5. Основы туроператорской деятельности		Содержание	2	
	1	Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туроператорской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России.		2
	2	Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров.		2
	3	Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.		3
		Практические занятия 1. Деловая игра «Формирование пакета документов» 2. Изучение технологии оформления договоров. 3. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру. 4. Разбор ситуаций предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором.	2	3

Тема 6. Технология разработки туристского продукта.	Содержание		2	
	1.	Понятие разработки туристского продукта.		2
	2	Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации.		2
	3.	Свойства и цели турпродукта.		2
	4.	Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов.		2
	5.	Выбор схемы работы в дестинации.		3
	6.	Основные правила и методика составления программ туров.		3
	7.	Расчет стоимости тура.		
	Практические занятия Анализ ресурсов выбранной дестинации. Определение базовых услуг по заданным показателям. Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов. Расчет необходимого количества мест в средствах размещения. Планирование программ тур поездок. Составление программ тура и турпакета. Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Расчет стоимости тура.		2	3
Тема 7. Индустрия туризма, досуга и гостеприимства в туроператорской деятельности	Содержание		2	2, 3
	1	Факторы роста индустрии туризма		
	2	Современная система туризма. Структура туристической индустрии		
	3	Индустрия туризма и особенности взаимодействия отраслей		
	4	Индустрия досуга		
	5	Материально-техническая база туризма		
	Практические занятия Форма проведения семинара: семинар проводится в форме дискуссии 1. Структура туристической индустрии 2. Индустрия досуга 3. Индустрия развлечений. Анализ практических ситуаций		2	3
Тема 8. Индустрия перевозок в туроператорской деятельности	Содержание		2	2,3
	1	Роль транспорта в туроператорской деятельности		
	2	Международная классификация транспортных средств		
	3	3.1 Организация туристских путешествий воздушным транспортом 3.2 Взаимодействие туроператоров и авиакомпаний 3.3 Договоры на квоту мест		

	3.4 Тарифы четырех типов		
	4 Организация морских и речных круизов. Формы круизного путешествия		
	5 5.1 Организация железнодорожного туризма 5.1.1 Туристские, экскурсионные и чартерные поезда 5.1.2 Графиковые и специальные туристские поезда 5.1.3 Пассажирские, скорые и скоростные поезда		
	6 6.1 Автобусные перевозки туристов Виды автобусного туризма: 6.1.1 Поездки на рейсовых автобусах; 6.1.2 Поездки на челночных автобусах; 6.1.3 Специальные рейсы; 6.1.4 Поездки в течение дня; 6.3 Способы организации нерегулярных перевозок туристов. Организация нетрадиционных автобусных туров; 6.2 Организация международных автобусных туров и их классификация		
	Практические занятия	2	3
	Форма проведения семинара: семинар проводится в форме презентаций по докладам. Доклады на тему «Организация транспортного обслуживания (на выбор студента) Анализ практических ситуаций		
Тема 9. Индустрия размещения в туроператорской деятельности	Содержание	2	2,3
	1 Специфические черты гостиничных услуг		
	2 Стандартная классификация средств размещения		
	3 Система критериев в средствах размещения		
	4 Характеристика основных групп гостиниц. Модели гостиниц		
	Практические занятия	2	2,3
	Форма проведения семинара: семинар проводится в форме презентаций по докладам. Доклады на тему «Средства размещения» (на выбор студента). Дополнительные вопросы к семинару: 1. Средства размещения в Европе 2. Средства размещения в Азии 3. Средства размещения в Америке Анализ практических ситуаций		
Тема 10. Индустрия питания в туроператорской деятельности	Содержание	2	2
	1 Классификация туристских предприятий питания		
	2 Специальные планы питания туристов		
	3 Варианты организации питания и их международное обозначение		
	4 Предприятия быстрого обслуживания		
	5 Кейтеринг		
	Практические занятия	2	3

	<p>Форма проведения семинара: семинар проводится в форме презентаций по докладам. Доклады на тему « Предприятия питания» (на выбор студента).</p> <p>Вопросы к семинару:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные типы предприятий питания 2. Разновидность обслуживания - кейтеринг 3. Специальные планы питания туристов <p>Анализ практических ситуаций</p>		
Тема11. Оптимизация представления туруслуг.	Содержание	6	
	1 Практика делового общения и переписки. Формирование коммуникативных навыков. Понятие корпоративной культуры. Профессиональная этика работников туроператорской компании.		2
	2 Работа с информационно-справочными материалами. Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. Использование каталогов и ценовых предложений.		2
	3 Решение проблем с помощью правового регулирования. Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме.		2
	4 Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения. Предоставление сопутствующих услуг.		2
	Практические занятия Деловая игра «Практика делового общения». Техника написания делового письма. Работа с информационно-справочнымиматериалами.	6	2
Самостоятельная работа	<ul style="list-style-type: none"> - Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров. - Выявление в СМИ, электронных изданиях и анализ предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором в соответствии с законодательством РФ. Мониторинг предложений туроператоров. - Составление программы экскурсионного обслуживания по маршруту в России для зарубежных туристов. - Составление программы экскурсионного обслуживания за рубежом для российских туристов. 	14	
Консультации			
Всего		66	
МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме			
Тема 1. Проведение маркетинговых	Содержание	6	

исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	1	Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга в туризме. Становление и развитие маркетинга в туризме. Принципы маркетинга туризма. Маркетинг в профессиональной деятельности специалиста по туризму.		1
	2	Концепции рыночной деятельности. Концепция маркетинга в туризме. Современные тенденции развития маркетинга. Уровни и координация маркетинга в туризме. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Управление маркетингом туристской организации.		1
	3	Рынок туристских услуг. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Экономические закономерности туристского рынка. Основные элементы окружающей среды туристской фирмы. Макросреда и микросреда. STEP-анализ, SWOT-анализ.	6	2-3
	4	Информационное обеспечение маркетинга. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Организационные формы проведения маркетинговых исследований. Методологические основы маркетинговых исследований. Опрос и его инструментарий. Наблюдение. Эксперимент. Экспертные оценки. Метод фокус-групп. Другие методы маркетинговых исследований.		2-3
	5	Анализ конкурентов. Построение конкурентной карты рынка. Потребители как объект маркетинговых исследований.		2
Практические занятия: Разработка плана и организация маркетингового исследования для создания нового продукта. Анализ туристского спроса и факторов, влияющих на него. Графический анализ данных о спросе на туристские услуги. Пути повышения спроса. Проведение анализа деятельности организаций-конкурентов		7	3	
Лабораторные работы Создать SWOT-анализ туристической фирмы Маркетинговое исследование туристической фирмы используя Метод фокус-групп Анализ конкурентного рынка туристических фирм Амурской области		8	3	
Тема 2. Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта.	Содержание		14	
	1	Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии туристской организации. Виды маркетинговых стратегий. Программа маркетинга. Бюджет маркетинга.		2
	2	Сущность и роль сегментации рынка. Базовые признаки сегментации и основные сегменты рынка туризма. Методы сегментации. Особенности сегментации российского туристского рынка. Выбор целевого рынка. Позиционирование туристского продукта.		2
	3	Маркетинговый комплекс. Планирование и разработка туристского продукта. Жизненный цикл турпродукта. Внедрение на рынок нового турпродукта. Стратегии установления цены на туристский продукт.		2
	4	Формирование сбытовой политики, управление каналами сбыта. Контакты с торговыми представительствами других регионов и стран.		2
	Практические занятия:			

	<ul style="list-style-type: none"> - Проведение сегментации рынков для различных турпродуктов; - Позиционирование турпродукта по преимуществам; - Анализ маркетинговых стратегий турфирм региона, разработка программы маркетинга виртуальной турфирмы. 	7	3
	Лабораторные работы Анализ маркетинговой среды туристических фирм Амурской области. Составить жизненный цикл турпродукта	9	3
Самостоятельная работа		14	
Создания презентации по заданной тематике. Проведения маркетингового исследования «Популярные туристские направления» Разработка маркетингового плана компании.			
Консультации		4	
Всего		70	
Производственная практика (по профилю специальности)		72	3
Составление программы обслуживания Составление и оформление туристских документов Создание информационных пакетов Создание маршрута и программы обслуживания Создание сопутствующих документов турпакета Определение себестоимости туристских услуг Определение цены турпакета Проведения маркетинговых исследований по туристским продуктам Создание базы данных по туристским продуктам Проведение презентаций, выставок, рекламных акций Работа с клиентурой Беседа с туристами по выбору турпакета Продажа турпакета.			
Всего:		208	

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.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности

Тип занятия Методы / формы	Лекционные занятия	Практические занятия.
Методы проблемного обучения	Тема 3. Основные функции туроператора	Тема 7. Индустрия туризма, досуга и гостеприимства в туроператорской
Деловая игра		Тема 5. Основы туроператорской деятельности

МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме

Тип занятий Методы / формы	Лекционные занятия	Практические/лабораторные занятия
Работа в команде	Тема 2. Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта.	Тема 2. Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта.
Методы проблемного обучения	Тема 1. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	

6. Условия реализации программы дисциплины

6.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов:

Занятия по МДК 03.01. проводятся в кабинете турагентской и туроператорской деятельности.

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

Занятия по МДК 03.02. проводится в учебной (тренинговой) фирме по предоставлению туристических услуг (турфирма).

Оборудование: офисная мебель, рабочие места офисных работников, персональный компьютер, оборудованные, оргтехника, флип-чат, сейф

6.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература

1. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 472 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13683-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496647>

2. 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>

3. Лисевич, А. В. Маркетинговые технологии в туризме : учебное пособие для СПО / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова, М. А. Джалайя. — Саратов : Профобразование, 2019. — 68 с. — ISBN 978-5-4488-0371-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86302.html>

4. 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>

Дополнительная литература

5. 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>

6. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495450>

7. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 120 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10550-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495452>

8. 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>

9. Предоставление туроператорских услуг: сб. учеб.-метод. материалов для специальности 43.02 10 «Туризм»/ АмГУ, ФСПО; сост. М.С. Бальцежак, М.С. Гашков – Благовещенск: Изд-во Амур.гос. ун-та, 2017.- 14 с. Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/10237.pdf

Программное обеспечение:

1. Лицензионное: Windows 7 Pro – DreamSparkPremiumElectro-nicSoftwareDelivery (3 years) 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
ОК.1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> – точность аргументации и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии; – способность проявлять активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности, участвуя в студенческих конференциях, профессиональных конкурсах и др.; – наличие положительных отзывов по итогам учебной практики 	Наблюдение и экспертная оценка в результате опроса и в процессе учебной практики
ОК. 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> – эффективно принимать решения в сложных и экстремальных ситуациях 	Оценка деятельности студента в период опроса. Экспертная оценка на практическом занятии
ОК .3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> – эффективно принимать решения в сложных и экстремальных ситуациях; – обращаться за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации. 	Оценка деятельности студента в период опроса. Экспертная оценка на практическом занятии
ОК.4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<ul style="list-style-type: none"> – нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития 	Оценка деятельности студента в период опроса. Экспертная оценка на практическом занятии
ОК.5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> – использовать приемы эффективного общения и соблюдать культуру межличностных отношений; – организовывать движение группы по маршруту. 	Оценка деятельности студента в период опроса. Экспертная оценка на практическом занятии
ОК.6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно	<ul style="list-style-type: none"> - умение эффективно общаться и взаимодействовать со всеми участниками учебно- 	Наблюдение и экспертная оценка в процессе учебной практики.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
общаться с коллегами, руководством, потребителями.	воспитательного процесса - умение распределять и выполнять порученную работу в команде	Экспертная оценка решения ситуативных задач. Экспертная оценка выполнения индивидуальных задач.
ОК.7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- организовывать движение группы по маршруту	Оценка деятельности студента в период опроса. Экспертная оценка на практическом занятии
ОК.8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности	Наблюдение и экспертная оценка на практическом занятии в процессе учебной практики. Экспертная оценка решения ситуативных задач. Экспертная оценка выполнения индивидуальных задач.
ОК.9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий профессиональной деятельности.	– эффективно принимать решения в сложных и экстремальных ситуациях	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях.

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися различных заданий.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Устный опрос Практическая работа Самостоятельная работа
ПК 3.2 Формировать туристский продукт	Навыки и умения формировать туристский продукт	Устный опрос Практическая работа Самостоятельная работа
ПК 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Навыки и умения рассчитывать стоимость туристского продукта	Устный опрос Практическая работа Самостоятельная работа
ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	Навыки и умения взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	Устный опрос Практическая работа Самостоятельная работа
ПК 3.5 Организовывать	Навыки и умения	Устный опрос

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг	организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг	Практическая работа Самостоятельная работа
Промежуточная аттестация	Другие формы контроля, диф.зачет – 3 семестр Квалификационный экзамен – 4 семестр	