МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
РЕСПУБЛИКИ КОМИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
«СЫКТЫВКАРСКИЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ имени И.А. КУРАТОВА»

«УЧЕБНО-ПРОГРАММНЫЕ ИЗДАНИЯ»

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЦИКЛ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Для студентов, обучающихся по специальности
43.02.10 Туризм

(углубленная подготовка)

Сыктывкар, 2019

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования

код	наименование специальности
43.02.10	Туризм

(программа подготовки специалистов среднего звена углубленной подготовки)

Разработчики

	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень (звание) [квалификационная категория]	Должность
1	Носова Анна Викторовна	высшая	Преподаватель
2	Гаевая Елена Витальевна	высшая	Преподаватель
3	Боцман Наталья Александровна	первая	Преподаватель
4	Черных Анастасия Владимировна		Преподаватель

10	мая	2019
[число]	[месяц]	[год]

[дата проставляется вручную]

Рекомендована
ПЦК преподавателей частных методик дошкольного образования
Протокол № 8 от «16» мая 2019 г.

Председатель ПЦК _____ *Моторина Л.Д.*

Рассмотрена
научно-методическим советом ГПОУ
«Сыктывкарский гуманитарно-педагогический колледж имени И.А. Куратова»
Протокол № 5 от «05» июня 2019 г.

Председатель совета _____ *Герасимова М.П.*

Содержание

1.	**Паспорт рабочей программы профессионального модуля**	4
2.	**Результаты освоения профессионального модуля**	7
3.	**Структура и примерное содержание профессионального модуля**	8
4.	**Условия реализации профессионального модуля**	19
5.	**Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля**	24
6.	**Тематика учебно-исследовательских работ студентов**	27
7.	**Приложение: матрица компетенций профессионального модуля**	28

1. ПАСПОРТ
рабочей программы профессионального модуля

ПМ.03	Предоставление туроператорских услуг
[код]	*[название профессионального модуля в соответствии с ФГОС]*

1.1. Область применения рабочей программы профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО

по специальности 43.02.10 **[код]** Туризм **[наименование специальности полностью]**

укрупненной группы специальностей **430000** **Сервис и туризм**

в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

Предоставление турагентских услуг

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК 3.5.	Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована:

только в рамках реализации специальности **43.02.10** *[код]* **Туризм** *[наименование специальности полностью]*

в дополнительном профессиональном образовании при реализации программ повышения квалификации и переподготовки

[указать направленность программ повышения квалификации и переподготовки] *[код]* *[наименование специальности полностью]*

при освоении профессии рабочего *[код]* *[наименование профессии полностью]*

в рамках специальности СПО *[код]* *[наименование специальности полностью]*

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

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

иметь практический опыт:

1.	проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
2.	планирования программ турпоездок,
3.	составления программ тура и турпакета;
4.	предоставления сопутствующих услуг;
5.	решения проблем, возникающих на маршруте;
6.	расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены

	турпродукта;
7.	взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
8.	работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
9.	планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;

уметь:

1.	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
2.	проводить анализ деятельности других туркомпаний;
3.	работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
4.	обрабатывать информацию и анализировать результаты;
5.	налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
6.	работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
7.	работать с информационными и справочными материалами;
8.	составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
9.	составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
10.	оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
11.	оформлять страховые полисы;
12.	вести документооборот с использованием информационных технологий;
13.	анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
14.	рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
15.	рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
16.	работать с агентскими договорами;
17.	использовать каталоги и ценовые приложения;
18.	консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
19.	работать с заявками на бронирование туруслуг;
20.	предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
21.	использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
22.	использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

знать:

1.	виды рекламного продукта;
2.	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
3.	способы обработки статистических данных;
4.	методы работы с базами данных;
5.	методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
6.	планирование программ турпоездок;
7.	основные правила и методику составления программ туров;
8.	правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
9.	способы устранения проблем, возникающих во время тура;
10.	методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного

	обслуживания;
11.	методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
12.	методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
13.	основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
14.	правила бронирования туруслуг;
15.	методику организации рекламных туров;
16.	правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
17.	основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
18.	технику проведения рекламной кампании;
19.	методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
20.	техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
21.	специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего часов **588** в том числе

максимальной учебной нагрузки обучающегося **408** часов, в том числе

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **288** часов,

самостоятельной работы обучающегося **120** часов;

учебной практики **36** часов;

производственной практики **144** часов;

[количество часов вносится в соответствии с рабочим учебным планом специальности]

Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы МДК 03.01

ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

[индекс и наименование междисциплинарного курса в соответствие с рабочим учебным планом]

всего 289 час

максимальная 181 час

самостоятельная работа 55 час

обязательная аудиторная 126 час

лекций 80 час

лабораторных и практических занятий, включая семинары 46 час

курсовых работ (проектов) час

учебной практики 36 час

производственной практики 72 час

[количество часов вносится в соответствии с рабочим учебным планом специальности]

Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы МДК 03.02

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

[индекс и наименование междисциплинарного курса в соответствие с рабочим учебным планом]

всего 299 час

максимальная 227 час

самостоятельная работа 65 час

обязательная аудиторная 162 час

лекций 116 час

лабораторных и практических занятий, включая семинары 46 час

курсовых работ (проектов)		час
учебной практики	0	час
производственной практики	72	час

[количество часов вносится в соответствии с рабочим учебным планом специальности]

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности

Предоставление туроператорских услуг

в том числе профессиональными **(ПК)** и общими **(ОК)** компетенциями.

Код	Наименование результата обучения
	Профессиональные компетенции
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК 3.5.	Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг
	Общие компетенции
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Методическое обеспечение образовательного процесса

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (максимальная учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося			
			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	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4.	**Предоставление туроператорских услуг**	**289**	**126**	46		**55**		**36**	**72**
ПК 3.1. ПК 3.5.	**Маркетинговые исследования туристского рынка**	**299**	**162**	46		**65**			**72**
	Всего:	**588**	**288**	92		**120**		**36**	**144**

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

[код] *[наименование модуля в соответствии с ФГОС]*

Наименование разделов междисциплинарных курсов (МДК) профессионального модуля (ПМ) и тем	Содержание учебного материала: лекции, семинарские (практические) занятия; лабораторные и контрольные работы; самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*	Объем часов	Уровень освоения	Формируемые компетенции (ОК, ПК)
1	2	3	4	5
Раздел ПМ 3	**Предоставление туроператорских услуг**			
МДК 03.01	**Технология и организация туроператорской деятельности**	181		
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности	**Содержание**	6		
	1. Понятие и основные функции туроператора. Роль туроператора на рынке		1	ОК.1, ПК 3.2.
	2. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров		1	
	3. Внешние и внутренние факторы туроперейтинга		1	
	Семинарские (практические) занятия			
	1. Анализ деятельности туроператоров России	1		
	Контрольные работы			
		1		
	Самостоятельная работа студентов			
	1. Понятия и определения туроперейтинга	2		
	2. По рекламе туроператора определить его вид	2		
Тема 1.2. Правовые основы туроператорской деятельности	**Содержание**	6		
	1. Государственное регулирование туристской деятельности		1	ОК.1, ПК 3.2.
	2. Условия осуществления туроператорской деятельности		1	
	3. Единый федеральный реестр туроператоров, условия вступления		1	
	Семинарские (практические) занятия	1		
	1. Финансовое обеспечение туроператорской деятельности			
	Контрольные работы	1		
	1.			
	Самостоятельная работа студентов			
	1. Анализ выбранного туроператора по схеме	3		
	2. Работы с единым федеральным реестром туроператоров	2		
Тема 1.3. Основные технологии операторского бизнеса.	**Содержание**	2		
	1. Цикл работ туроператора: проектирование, планирование, ценообразование, продвижение, сбыт и реализация		1	ОК.1, ПК 3.2.
Тема 1.4. Тур как основной продукт деятельности туроператора	**Содержание**	2		
	1. Понятие «тур». Основные компоненты тура.		1	ОК.1-5, ПК 3.2.
	2. Туристические маршруты и их типы		1	
	Семинарские (практические) занятия			
	Самостоятельная работа студентов			
	1. Определить тип маршрута по предложенному туру	2		
Тема 1.5. Туристская услуга как элемент	**Содержание**	2		
	1. Понятие «туристическая услуга». Основные			

турпродукта.		и дополнительные услуги. Требования к туристической услуге: обязательные и рекомендуемые			
Тема 1.6. Туристский продукт как объект рынка туристских услуг	**Содержание**		4		
	1.	Понятие «туристический продукт». Основные потребительские свойства турпродукта. Классы обслуживания		1	ОК 1-5, ПК 3.2.
	2.	Понятие «туристический рынок». Выбор целевого рынка и его сегментирование		1	
	Семинарские (практические) занятия		3		
	1.	Оценка потребительских свойств турпродукта			
	2.	Классификация групп клиентов			
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Разработать классификацию клиентов определенного вида туризма	2		
Тема 1.7. Выбор вида турпродукта для проектирования	**Содержание**		8		
	1.	Этапы формирования тура: задачи каждого этапа и краткая характеристика		1	ОК 1-7, ПК 3.2.
	2.	Классификация создаваемого турпродукта		2	
	3.	Выбор вида туризма и ценовой категории будущего турпродукта		2	
	4.	Комплексный маркетинговый подход в выборе исходного турпродукта		2	
	Семинарские (практические) занятия		3		
	1.	Разработка и формирование замысла тура			
	2.	Дифференциация предложений туроператоров на конкурентном туристском рынке			
	Контрольные работы		1		
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Исходные данные турпродукта, выбранного к проектированию	2		
	2.	Анализ предложений выбранного вида туризма	2		
Тема 1.8. Проектирование выбранного турпродукта	**Содержание**		4		
	1.	Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации в свете вида турпродукта, выбранного к проектированию		2	ОК 5-9, ПК 3.2.
	2.	Свойства и цели выявленного в дестинации турпродукта. Структура проектируемого турпродукта		3	
	Семинарские (практические) занятия		3		
	1.	Анализ ресурсов выбранной дестинации, определение базовых услуг по заданным показателям			
	2.	Презентация проекта тура			
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Анализ ресурсов дестинации (по выбору)	2		
	2.	Подготовка проекта тура	2		
Тема 1.9. Планирование тура	**Содержание**		12		
	1.	Схемы работы туроператора по реализации и организации туров. Прямая и опосредованная		1	ОК 4, 5, 8, ПК 3.2.
	2.	Обзор гостиничных рынков регионов мира. Схемы работы туроператора с предприятиями гостиничной индустрии		2	

	3.	Схемы работы с авиакомпаниями. Аренда воздушных судов, чартерные программы Классы обслуживания		2	
	4.	Виды сотрудничества с железной дорогой, автомобильные перевозки			
	5.	Организация обслуживания туристов на круизах			
	6.	Туристские формальности: визовая поддержка			
	Семинарские (практические) занятия		3		
	1.	Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний			
	2.	Особенности работы с предприятиями питания			
	4.	Организация сотрудничества со страховыми компаниями. Основные виды страхования, включаемые в тур в зависимости от его типа			
	Контрольные работы				
	1.		1		
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Обзор ведущих авиакомпаний, круизных компаний мира	4		
	2	Характеристика и анализ деятельности иностранных meet-компаний	2		
	3.	Типы предприятий питания	2		
Тема 1.10. Переговоры с поставщиками услуг	**Содержание**		2		
	1.	Идентификация поставщиков. Переговоры с поставщиками услуг Заключение договоров. Виды договоров		2	ОК 6-9, ПК 3.4.
	Семинарские (практические) занятия		2		
	1.	Составление договора между туроператором и предприятиями туриндустрии			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Составление проекта договора с одним из поставщиков услуг	2		
	2.	Составление договорного плана фирмы по организации тура	2		
Тема 1.11. Формирование туристских продуктов, основанных на искусственной аттракции	**Содержание**		2		
	1.	Традиционный и инжиринговый подходы в формировании турпродукта		2	ОК 1-5, ПК 3.3
	Семинарские (практические) занятия		2		
	1.	Анализ туристских продуктов, основанных на искусственной аттракции			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Создание бизнес-модели продукта, основанного на искусственной аттракции	2		
Тема 1.12. Формирование программы тура	**Содержание**		6		
	1.	Туристские мотивы		2	ОК 5-9, ПК 3.2.
	2.	Программа обслуживания. Тематическая направленность		2	
	3.	Общие подходы к туроперейтингу в зависимости от организации различных типов программ туров		2	
	4.	Порядок составления и содержание программы обслуживания		2	
	Семинарские (практические) занятия		3		
	1.	Разработка программы обслуживания для различных видов туризма			
	2.	Разработка альтернативных вариантов разработанных программ обслуживания			

		для различных категорий туристов			
	3.	Проведение презентации разработанных программ			
	Контрольные работы		2		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Анализ существующих программ обслуживания	2		
	2.	Определение особенностей организации тура (по выбору)	1		
	3.	Подготовка презентации программы	2		
Тема 1.13. Туристская документация	**Содержание**		6		
	1.	Технологическая карта тура. График загрузки туристских предприятий			ОК 5-9, ПК 3.3
	2.	Информационный листок			
	3.	Описание маршрута, карта-схема			
	4.	Справочные материалы по маршруту, описание технологических особенностей			
	5.	Договор оказания туристских услуг. Договор с партнерами			
	6.	Калькуляция тура. Издержки туристкой фирмы, понятие, виды			
	7.	Определение себестоимости тура			
	Семинарские (практические) занятия		4		
	1.	Оформление документов			
	2.	Составление проекта договора между туроператором и предприятиями туриндустрии			
	3.	Расчет стоимости турпродукта. Определение прибыли и дохода от реализации			
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Содержание информационного листа	2		
Тема 1.14. Сопровождение туристов	**Содержание**		4		
	1.	Сопровождение группы туристов. Услуги сопровождающего группы. Обеспечение безопасности на маршруте			ОК 1-5, ПК 3.2.
	Семинарские (практические) занятия		2		
	1.	Конфликтные ситуации в турпоездке. Урегулирование и предотвращение			
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Особенности сопровождения групп в программных видах туризма	2		
Тема 1.15. Технология продвижения турпродукта	**Содержание**		10		
	1.	Виды продвижения туроператорского турпродукта на туристическом рынке		2	ОК 5-9, ПК 3.4, ПК 3.5.
	2.	Работа по привлечению турагентств: Создание франчайзинговых агентских сетей.		2	
	3.	Обучение турагентств - воркшопы, презентации, семинары, вебинары, инфотуры		2	
	4.	Подготовка каналов сбыта		2	
	Семинарские (практические) занятия		6		
	1.	Реклама- инструмент продвижения товара к потребителю. Разработка рекламной стратегии			
	2.	Проведение презентации, семинара для			

		турагентов			
	3.	План продвижения турпродукта			
	Контрольные работы				
	1.		1		
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Разработка рекламной стратегии	2		
	2.	Анализ каналов сбыта (по конкретному продукту)	2		
	3.	Подготовить план инфотура по выбранному направлению	3		
Тема 1.16. Технология реализации турпродукта	**Содержание**		4		
	1.	Подходы к оценке результатов деятельности туристского предприятия по организации тура		2	ОК 1-5, ПК. 3.4.
	2.	Перспективы развития туроператорской деятельности		3	
	Семинарские (практические) занятия		1		
	1.	Анализ работы туристского предприятия за сезон			
	Контрольные работы				
	1.		1		
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Региональные особенности проблемы сезонности туризма в РК	2		
	2.	Подготовка эссе	2		

Наименование разделов междисциплинарных курсов (МДК) профессионального модуля (ПМ) и тем	**Содержание учебного материала: лекции, семинарские (практические) занятия; лабораторные и контрольные работы; самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** *(если предусмотрены)*		**Объем часов**	**Уровень освоения**	**Формируемые компетенции (ОК, ПК)**
1	**2**		**3**	**4**	**5**
Раздел ПМ 3	**Маркетинговые исследования туристского рынка**				
МДК 03.02	**Маркетинговые технологии в туризме**		162		
Тема 2.1. Социально-экономическая сущность маркетинга	Содержание		12		
	1.	Понятие маркетинга. Содержание и цели маркетинговой деятельности.		**	ОК 1, ПК 3.1
	2.	Основные концепции маркетинга.		**	
	3.	Субъекты и объекты маркетинга. Функции маркетинга. Рынок туризма как объект маркетинговых исследований.		**	
	4.	Внешняя и внутренняя среда маркетинга		**	
	5.	Установление основных видов потребностей и товаров, как средства их удовлетворения		**	
	6.	Анализ окружающей среды торговой организации		***	
	Семинарские (практические) занятия		4		
	1.	Классификация потребителей по различным признакам			
	2.	Анализ поведения потребителя при совершении покупок			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Особенности маркетинговой деятельности предприятий и фирм на рынке страны (страна по выбору)	5		
Тема 2.2. Товарная политика	**Содержание**		10		
	1.	Понятие товара. Виды товаров. Понятие ассортимента. Виды ассортимента.		**	ОК 1, ПК 3.1
	2.	Анализ стратегических характеристик		**	

		товара.			
	3.	Спрос. Виды спроса.		**	
	4.	Понятие емкости рынка. Расчет емкости рынка. Конъектура рынка		***	
	5.	Первичный комплексный анализ рынка		***	
	Семинарские (практические) занятия		2		
	1.	Определение этапа жизненного цикла товара			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Жизненный цикл товара и маркетинговая деятельность	4		
	2.	Определение этапа жизненного цикла товара	4		
Тема 2.3. Ценовая политика	Содержание		10		
	1.	Понятие ценообразования		**	ОК 1-5, ПК 3.1
	2.	Факторы, цели, трудности ценообразования.		**	
	3.	Методы формирования цен		***	
	4.	Адаптация цен		**	
	5.	Ценовая эластичность спроса. Ценообразование в условиях конкуренции.		***	
	Семинарские (практические) занятия		2		
	1.	Сбор информации о ценах на книжную продукцию			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Адаптация цен	3		
Тема 2.4. Сбытовая политика	Содержание		10		
	1.	Сущность и функции товародвижения и сбыта		**	ОК 1-5, ПК 3.1, 3.4.
	2.	Каналы сбыта: виды, выбор, построение, управление		**	
	3.	Логистика: понятие, функции, направления		**	
	4.	Маркетинг закупок и продаж.		**	
	5.	Изучение методов стимулирования сбыта		***	
	Семинарские (практические) занятия		1		
	1.	Установление уровней каналов распространения товаров, оценка сбытовой политики			
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Оценка производственно-сбытовых возможностей предприятия в маркетинговой деятельности	4		
Тема 2.5. Маркетинговые коммуникации	Содержание		10		
	1.	Общая характеристика рекламы		**	ОК 1-5, ПК 3.1
	2.	Специфика и развитие средств распространения рекламы.		**	
	3.	Планирование и бюджет рекламы		**	
	4.	Требования современной рекламы		***	
	5.	Состояние и динамика других форм коммуникаций		***	
	Семинарские (практические) занятия		4		
	1.	Организация рекламной кампании, выбор средств, составление рекламных текстов на товары вашей фирмы			
	2.	Позиционирование товара, услуги, фирмы			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Анализ телевизионной рекламной продукции	4		
Тема 2.6. Организация	Содержание		4		

маркетинга	1.	Традиционные и современные организационные структуры службы маркетинга		**	ОК 5-9, ПК 3.1
	2.	Организация маркетинговой деятельности		**	
	Семинарские (практические) занятия		2		
	1.	Зачет			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Организация маркетинговой деятельности фирмы	5		
Тема 2.7. Организация маркетинговых исследований в туризме	Содержание		3		
	1.	Информационное обеспечение маркетинга.		**	ОК 1, ПК 3.1
	2.	Виды и источники информации		**	
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Составления перечня задач для маркетингового исследования	2		
Тема 2.8. Методы маркетинговых исследований	Содержание		6		
	1.	Методы маркетинговых исследований – опрос		**	ОК 1-5, ПК 3.1
	2.	Методы маркетинговых исследований: наблюдение, эксперимент и др		**	
	Семинарские (практические) занятия		3		
	1.	Основы измерения в маркетинговых исследованиях. Шкалирование			
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Составить анкету, используя разные виды шкал	2		
	2.	Выбор метода маркетингового исследования	2		
Тема 2.9. Выборка в маркетинговых исследованиях	Содержание		3		
	1.	Сущность генеральной и выборочной совокупности		**	ОК 5, ПК 3.1
	2.	Классификация методов выборки		**	
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Определение виды выборки	2		
Тема 2.10. Методы анализа маркетинговой информации	Содержание		2		
	1.	Статистические методы анализа информации		**	ОК 5-7, ПК 3.1
	2.	Мода, медиана, среднее арифметическое, дисперсия, корреляционный анализ		**	
	Семинарские (практические) занятия		1		
	1.	Анализ результатов анкетирования с помощью статистических методов			
Тема 2.11. Исследование и анализ маркетинговой среды туристской организации	Содержание		6		
	1.	Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений		**	ОК 5-9, ПК 3.1
	2.	Анализ внутренней маркетинговой среды		**	
	3.	Методика анализа основных элементов макросреды предприятия		***	
	4.	Характеристика основных элементов микросреды		***	
	Семинарские (практические) занятия		6		
	1.	SWOT-анализ предприятия туризма			
	2.	СТЕП-анализ предприятия туризма			
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Анализ внутренней среды предприятия туризма	2		
	2.	Анализ внешней среды предприятия туризма	2		
Тема 2.12	Содержание		5		

Маркетинговые исследования рынка туризма	1.	Рынок туризма как объект маркетингового исследования		**	ОК 5-9, ПК 3.1
	2.	Определение конъюнктуры рынка		**	
	3.	Определение емкости и доли рынка		**	
	4.	Сегментирование туристского рынка		**	
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Выявление и анализ основных сегментов туристского рынка Республики Коми	2		
Тема 2.13 Маркетинговые исследования конкуренции и конкурентов	Содержание		6		
	1.	Конкуренция как фактор маркетинговой среды		**	ОК 5-9, ПК 3.1
	2.	Оценка конкурентной среды туристической организации		**	
	3.	Разработка деловой рыночной стратегии		**	
	4.	Бенчмаркетинг		**	
	5.	Модель анализа конкурентов М.Портера		***	
	Семинарские (практические) занятия				
	1.	Анализ конкурентов, конкурентной позиции турфирмы	1		
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Анализ конкурентной позиции «многоугольник конкурентоспособности»	4		
Тема 2.14 Маркетинговые исследования потребителей	Содержание		6		
	1.	Потребители как объект маркетингового исследования		**	ОК 1-5, ПК 3.1
	2.	Исследование мотивов поведения потребителей туристического продукта		**	
	3.	Моделирование поведения потребителей		***	
	4.	Факторы среды, влияющие на поведение потребителей туристических услуг		**	
	Семинарские (практические) занятия				
	1.	Анализ личностных факторов, влияющих на поведение потребителей туристических услуг	2		
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Анализ мотивов поведения конкретного турпродукта	4		
Тема 2.15 Маркетинговые исследования туристского продукта	Содержание		6		
	1.	Жизненный циклтурпродукта: стадия внедрения, роста, зрелости и спада. Потребительская ценность продукта		**	ОК 1-5, ПК 3.1
	2.	Разработка комплекса маркетинга		**	
	3.	Технологии партизанского маркетинга. Технология вирусного маркетинга		***	
	4.	Технология бренда. Ребрендинг		**	
	Семинарские (практические) занятия				
	1.	Построение карты восприятия для различных туроператоров	2		
	2.	Анализ результатов исследования с помощью партизанского маркетинга	2		
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Проведение исследования с помощью партизанского маркетинга	4		
Тема 2.16 Формирование маркетинговой стратегии	Содержание		7		
	1.	Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии туристической		**	ОК 5-9, ПК 3.1, 3.4

		организации			
	2.	Виды маркетинговых стратегий. Программа маркетинга		**	
	3.	Формирование продуктовой стратегии		***	
	4.	Маркетинговая деятельность на различных стадиях жизненного цикла туристического продукта		**	
	5.	Анализ концепции развития нового турпродукта и его вывода на рынок		***	
	6.	Схема принятия управленческих решений по развитию нового турпродукта		**	
	7.	Основные этапы планирования сбытовой политики: выбор целевого сегмента рынка, определение места сбытовой политики в системе «маркетинга микс», выбор каналов и методов сбыта, выбор способа выхода на целевой рынок, выбор времени выхода на рынок.		***	
	Семинарские (практические) занятия				
	1.	Разработка продуктовой стратегии. Матрица Ансоффа «продукт- рынок»	2		
	2.	Проведение анализа конкретных туристических продуктов: по международному выездному туризму, по международному въездному туризму, по внутреннему туризму.	1		
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Особенности процесса разработки регионального турпродукта	2		
	2.	Исследование маркетингового канала (по выбору) являющегося элементом инфраструктуры туристской индустрии	2		
Тема 2.17 Маркетинговые коммуникации	Содержание		6		
	1.	Сущность, значение и специфика маркетинговых коммуникаций в туризме		**	ОК 1-5, ПК 3.1, 3.4
	2.	Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций		**	
	3.	Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций		***	
	4.	Брендинг на рынке туруслуг.		**	
	5.	Выставки и ярмарки		**	
	6.	Фирменный стиль туристского предприятия		**	
	Семинарские (практические) занятия				
	1.	Построение интегрированных маркетинговых коммуникаций как основа повышения туристского интереса к объектам показа	2		
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Виды, специфика и характеристика основных выставочно-ярмарочных мероприятий в сфере туризма	2		
Тема 2.18 Маркетинг в различных областях туризма	Содержание		4		
	1.	Маркетинг туризма на национальном уровне		**	ОК 1-5, ПК 3.1
	2.	Маркетинг регионов и туристских центров		**	
	3.	Маркетинг гостиниц, ресторанов, транспортных организаций		***	
	4.	Концепции позиционирования территории		**	
	Семинарские (практические) занятия				

	1.	Позиционирование территории Республики Коми	2		
	Контрольные работы		1		
	1.				
	Самостоятельная работа студентов				
	1.	Исследование имиджа территории	4		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие

4.1.1 учебного кабинета — Учебная тренинговая фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма).

4.1.2 лаборатории — информатики и информационно-коммуникационных технологий;

4.1.3 зала — библиотека;

читальный зал с выходом в сеть Интернет.

4.2 Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета

№	Наименования объектов и средств материально-технического обеспечения	Примечания
	Оборудование учебного кабинета	
	рабочие места по количеству обучающихся – не менее 25	30
	рабочее место преподавателя	1
	доска для мела	1
	Печатные пособия	
	Тематические таблицы	
	Портреты	
	Схемы по основным разделам курсов	
	Диаграммы и графики	
	Атласы	
	Цифровые образовательные ресурсы	
	Цифровые компоненты учебно-методических комплексов	
	(заполняется при наличии в кабинете)	
	Экранно-звуковые пособия	
	Видеофильмы	
	Слайды (диапозитивы) по разным разделам курса	
	Аудиозаписи и фонохрестоматии	
	(заполняется при наличии в кабинете)	
	Лабораторное оборудование (демонстрационное оборудование)	
	(заполняется при наличии в программе лабораторных или практикумов)	

Технические средства обучения

[заполняется при наличии в кабинете в соответствии со спецификацией]

№	Наименования объектов и средств материально-технического обеспечения	Примечания
	Технические средства обучения (средства ИКТ)	
	Телевизор с универсальной подставкой	
	Видеомагнитофон (видеоплейер)	
	Аудио-центр	
	Мультимедийный компьютер	+
	Сканер с приставкой для сканирования слайдов	
	Принтер лазерный	
	Цифровая видеокамера	
	Цифровая фотокамера	
	Слайд-проектор	
	Мультимедиа проектор	+
	Стол для проектора	
	Экран (на штативе или навесной)	+

4.3. Используемые технологии обучения

В целях реализации компетентностного подхода в образовательном процессе используются следующие активные и интерактивные формы проведения занятий: деловые и ролевые игры, анализ конкретных ситуаций, кейс метод, круглый стол (групповые дискуссии и дебаты), проблемное обучение, мозговой штурм или брейнсторминг, интеллект-карты, проектное обучение, олимпиада, конференция, работа в малых группах, интерактивные лекции (применением видео- и аудиоматериалов) и др.

4.4. Информационное обеспечение обучения
Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные печатные источники

МДК 03.01 **Технология и организация туроператорской деятельности**

№	Выходные данные печатного издания	Год издания	Гриф
1	Веселова Н.Ю. Организация туристской индустрии	2018	гриф
2	Давыдова Н.Ю. Правовое обеспечение сервиса и туризма.	2014	гриф

Основные печатные источники

МДК 03.02 **Маркетинговые технологии в туризме**

№	Выходные данные печатного издания	Год издания	Гриф
1	Овчаренко Н.П. Организация гостиничного дела.	2015	гриф

Дополнительные печатные источники

№	Выходные данные печатного издания	Год издания	Гриф
1	Валеева Е.О. Технология и организация туроператорской деятельности.	2015	
2	Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности.	2019	
3	Лисевич А.В. Маркетинг в туристской индустрии.	2014	
4	Лисевич А.В. Маркетинговые технологии в туризме.	2016	
5	Батракова Е.В. Маркетинговые технологии в туризме	2014	
6	Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме.	2016	
7	Трусова Н.М. Туризм	2014	
8	Семенова Л.В. Организация продаж гостиничного продукта.	2016	
9	Шпырня О.В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства	2018	

Ресурсы Интернет

Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Библиотека
http://window.edu.ru/window/library
Электронная библиотека учебно-методической литературы для общего и профессионального образования.

Все о туризме. Туристическая библиотека
http://tourlib.net/
На данном сайте предоставлена разнообразная информация для студентов, учащихся в профильных туристских учебных заведениях: книги по туризму, учебники, статьи, методические материалы, законы, материалы для подготовки к семинарским и практическим занятиям, для написания рефератов, курсовых, дипломных и магистерских работ. Преподавателям дисциплин направления «**Туризм»** - методические пособия для организации учебного процесса, литература для подготовки курсов лекций и проведения семинарских и практических занятий. Для аспирантов и ученых - научные статьи по туризму, отчеты Всемирной туристской организации (ВТО), а также база авторефератов кандидатских и докторских диссертаций по туризму.

Библиотека. Туристические каталоги
http://www.tourdom.ru/library/
В «Библиотеке» можно полистать актуальные каталоги ведущих туроператоров и отельных сетей.

Всероссийская библиотека отчетов
http://www.tourism.ru/
Собраны и сделаны доступными для поиска и просмотра отчеты по всем видам туризма.

TOURest- справочник по туризму
http://tourest.ru/
На сайте собрана актуальная и достоверная справочная информация о туризме и отдыхе, представленная в виде статей, ссылок и кратких описаний лучших туристических ресурсов Интернета.

http://www.customs.ru/ Сайт Федеральной таможенной службы
http://www.kdmid.ru/ Консульский информационный портал
www.voyagemagazine.ru/ - Журнал «Вояж». Периодическое издание о туризме и отдыхе.
http://www.ratanews.ru – «RATA news» - ежедневная электронная газета для профессионалов турбизнеса.

4.5. Общие требования к организации образовательного процесса при реализации профессионального модуля

Методическое обеспечение образовательного процесса

Требования к условиям проведения занятий

Реализация профессионального модуля осуществляется:

после освоения общепрофессиональных дисциплин	
параллельно с освоением общепрофессиональных дисциплин	Организация туристской дисциплины
	Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации
до освоения общепрофессиональных дисциплин	Безопасность жизнедеятельности

Реализация профессионального модуля осуществляется:

в 3 семестре с учебной нагрузкой 2 часа в неделю;

в 4 семестре с учебной нагрузкой 6 часа в неделю;

в 5 семестре с учебной нагрузкой 5 часа в неделю;

в 6 семестре с учебной нагрузкой 5 часа в неделю;

Требования к условиям организации учебной практики

При реализации **ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг** предусматривается проведение следующих видов практики: учебной

производственной

Учебная практика проводится в рамках профессионального модуля блочно, чередуясь с теоретическими занятиями в рамках модуля, и направлена на освоение студентами профессиональных компетенций.

Производственная практика проводится в рамках профессионального модуля

6 семестр	144 часа блочно

Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются колледжем и доводятся до студентов до начала практики.

Требования к условиям консультационной помощи обучающимся

При выполнении курсового проекта (работы) по модулю предусматривается проведение консультаций с обучающимися в пределах отведенного времени.

Форма проведения консультаций (групповые, индивидуальные, письменные, устные, дистанционные) определяется колледжем.

Требования к условиям организации внеаудиторной деятельности обучающихся

Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением.

Реализация профессионального модуля обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам.

Во время самостоятельной подготовки в колледже студенты обеспечиваются бесплатным доступом к сети Интернет в читальных залах библиотеки.

4.6. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля.

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

специалисты с высшим профессиональным образованием – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин «Организация туристской индустрии», «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации», «Безопасность жизнедеятельности».

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Показатели оценки результата освоения профессиональных компетенций

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Освоенные профессиональные компетенции		
ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	- оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований; - качество организации и проведения сбора данных - качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований	-отзыв потребителя (клиента) через опрос и анкетирование - выполненная практическая работа
ПК 3.2 Формировать туристский продукт	- оставление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий	- наблюдение во время практического занятия и в ходе учебной практики - выполненная практическая работа
ПК3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	- осуществление оптимального расчета стоимостных показателей турпродукта	- выполненная практическая работа
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	- осуществление взаимодействие с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта - оформление договора туроператора с турагентом	- экспертная оценка выполнения заданий на практических занятиях и в ходе учебной практики
ПК 3.5. Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг	- разработка рекламного материала - организация выставочного стенда - презентация разработанного турпродукта	- экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и в ходе учебной практики

Показатели оценки результата освоения общих компетенций

Общие компетенции	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к	- участие в работе научно-студенческих обществ, - выступления на научно-	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе

ней устойчивый интерес	практических конференциях, - участие во внеурочной деятельности, связанной с будущей профессией/ специальностью (конкурсы профессионального мастерства, выставки и т.п.), - высокие показатели производственной деятельности	освоения образовательной программы: - на практических занятиях (при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх; при подготовке и участии в семинарах, при подготовке рефератов, докладов и т.д.); - при выполнении работ на различных этапах учебной практики; - при выполнении работ на различных этапах производственной практики; - дифференцированный зачет; - экзамен.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- анализ профессиональных ситуаций; - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики.	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- использование в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	взаимодействие: - с обучающимися при проведении деловых игр, выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения, - с потребителями и коллегами в ходе производственной практики	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных	

	заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики; - определение этапов и содержания работы по реализации самообразования	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности; - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.	

Код компетенции	**Наименование результата обучения**	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
	Освоенные умения		
У1	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;	демонстрация умений организации маркетинговых исследований и интерпретации их результатов при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами	выполнение и защита практических работ, портфолио по практике, квалификационный экзамен
У2	проводить анализ деятельности других туркомпаний;	- рациональность выбора конкурентов для анализа; - качество проведенного анализа	анализ предложенных ситуаций во практические занятия, внеаудиторной самостоятельной работы, портфолио по производственной и учебной практике
У3	работать на специализированных выставках с целью организации	демонстрация навыков работы на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения	практические занятия, защита учебной практики

	презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;	рекламных материалов и сбора информации	
У4	обрабатывать информацию и анализировать результаты;	качество обработки и анализа полученных результатов	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
У5	налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;	рациональность выбора торговых представителей других регионов и стран (иностранных meet-компаний)	деловая игра на практических занятиях, анализ предложенных ситуаций
У6	работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;	- демонстрация навыков работы с запросами клиентов, в том числе и иностранных; - разработанный тур полностью соответствует запросам клиента	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа, учебная и производственная практика, квалификационный экзамен
У7	работать с информационными и справочными материалами;	- демонстрация умений работы с информационными и справочными материалами; - выбранные источники полностью соответствую заявленной теме исследования	практические занятия, курсовой проект, выпускная квалификационная работа
У8	составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;	правильность оформления и соответствии разработанной программы запросу клиентов	выполнение практических заданий учебная и производственная практика, квалификационный экзамен
У9	составлять турпакеты с использованием иностранного языка;	демонстрация умений использования иностранного языка при составлении турпакета	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
У10	оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;	правильность оформления документы для консульств, документов для регистрации иностранных граждан	
У11	оформлять страховые полисы;	правильность оформления страхового полиса	практические занятия, учебная и производственная практика
У12	вести документооборот с использованием информационных технологий;	использование в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного обеспечения, в том числе	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа

		специального, при оформлении и презентации всех видов работ	
У13	анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;	- демонстрация умений выявления проблем, возникших во время тура; - правильность и рациональность выработанного решения по устранению причин, повлекших возникновение проблемы	анализ предложенных ситуаций практических занятиях, внеаудиторная самостоятельная работа
У14	рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;	правильность расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания в соответствии с предложенной ситуацией	выполнение практических заданий учебная и производственная практика, квалификационный экзамен
У15	рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;	осуществление оптимального расчета стоимостных показателей турпродукта	выполнение практических заданий учебная и производственная практика, квалификационный экзамен
У16	работать с агентскими договорами;	демонстрация умений формирования и заполнения агентских договорами	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
У17	использовать каталоги и ценовые приложения;	анализ туристских каталогов и ценовых предложений предприятий туриндустрии	практические занятия, внеаудиторной самостоятельной работы
У18	консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта	демонстрация умений организации консультаций партнеров по турпродуктам оказание помощи в продвижении и реализации турпродукта	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
У19	работать с заявками на бронирование туруслуг	демонстрация умений осуществления бронирования туруслуг по заявке	практические занятия
У20	предоставлять информацию турагентам по рекламным турам	демонстрация умений посредством взаимодействия с поставщиками услуг, разрабатывать рекламные туры и предоставлять информацию турагентам по рекламным турам	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
У21	использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;	- рациональность выбора метода поощрения турагентов в зависимости от формы сотрудничества; - правильность расчета комиссионного вознаграждения	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа, портфолио учебной и производственной практики

У22	использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках	- рациональность выбора метода общения с клиентами на русском и иностранном языках в проблемной ситуации	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
	Усвоенные знания		
З1	виды рекламного продукта;	демонстрация видов рекламного продукта	тестирование по теме
З2	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;	демонстрация навыков работы на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации	устный опрос, проверка конспектов лекций, защита учебной практики
З3	способы обработки статистических данных;	- демонстрация знаний способы обработки статистических данных, качество обработки полученных данных в ходе маркетингового исследования	тестирование по теме, практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З4	методы работы с базами данных;	демонстрация знаний методов работы с базами данных	тестирование по теме, анализ деятельности туристской организации, выполненный в ходе производственной практике
З5	методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;	демонстрация умений работы с информационными и справочными материалами; - выбранные источники полностью соответствую заявленной теме исследования	практические занятия, курсовой проект, выпускная квалификационная работа
З6	планирование программ турпоездок;	правильность оформления и соответствии разработанной программы запросу клиентов	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З7	основные правила и методику составления программ туров;	правильность составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий	тестирование по теме, практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З8	правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;	правильность оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З9	способы устранения проблем, возникающих во время тура;	рациональность выбранного способа устранения проблем, возникающих во время тура	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа

З10	методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;	правильность расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания в соответствии с предложенной ситуацией	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З11	методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;	осуществление оптимального расчета стоимостных показателей турпродукта	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З12	методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;	демонстрация знаний стратегий создания агентских сетей и содержания агентских договоров	тестирование, практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З13	основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;	демонстрация знаний основных формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта	тестирование, практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З14	правила бронирования туруслуг;	демонстрация знаний и соблюдения правил бронирования туруслуг	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З15	методику организации рекламных туров	качество анализа методики организации выбранного рекламного тура	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З16	правила расчетов с турагентами и способы их поощрения	- правильность расчета комиссионного вознаграждения, - рациональность выбранного метода поощрения турагентств	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З17	основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований	- качество организации и проведения сбора данных - качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа, портфолио учебной и производственной практики
З18	технику проведения рекламной кампании	соблюдение алгоритма и техники проведение рекламной компании	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З19	методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов	- соблюдение методики формирования рекламных материалов; - достоверность информации и содержательность рекламных материалов; - эффектность выполнения видов полиграфической туристской продукции	практические занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
З20	техники эффективного делового общения, протокол и этикет	рациональность выбора техник делового общения в полученной учебной ситуации	практические занятия
З21	специфику норм	рациональность выбора метода	практические занятия,

	общения с иностранными клиентами и агентами	общения с клиентами на русском и иностранном языках в проблемной ситуации	внеаудиторная самостоятельная работа

6. ТЕМАТИКА УЧЕБНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ РАБОТ СТУДЕНТОВ

6.1 ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

№	Наименование темы курсовой работы	Фамилия, инициалы научного руководителя
1.	Ресурсы организации горнолыжного туризма в Норвегии	Гаевая Е.В.
2.	Ресурсный потенциал Краснодарского края для организации пляжного туризма	Черных А.В.
3.	Биатлон как способ развития событийного туризма в странах Европы	Черных А.В.
4.	Авторские туры как новый формат организации активных видов туризма на территории Российской Федерации	Черных А.В.
5.	Киото как туристский центр для развития религиозного туризма	Патракеева К.С.
6.	Гастрономический туризм во Франции	Патракеева К.С.
7.	Событийный туризм в Усть-Куломском районе: перспективы развития	Данилович О.Н.
8.	Мистический туризм в Лондоне	Патракеева К.С.

6.2 ТЕМАТИКА ВЫПУСКНЫХ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ

№	Наименование темы дипломной работы (проекта)	Фамилия, инициалы научного руководителя
9.	Разработка экскурсионного тура в Рим	Гаевая Е.В.
10.	Организация свадебного тура в России	Патракеева К.С.
11.	Разработка гастрономического тура в Усть-Цилемский район Республики Коми	Гаевая Е.В.
12.	Тур выходного дня по Сыктывдинскому району	Маджарова С.А.
13.	Разработка пляжного тура в Бахрейн	Гаевая Е.В.
14.	Разработка нового событийного турпродукта в рамках развития внутреннего и выездного туризма в РК	Черных А.В.
15.	Разработка тура выходного дня	Патракеева К.С.
16.	Разработка сафари-тура для Российских граждан	Маджарова С.А.
17.	Разработка событийного тура на арт-фестиваль «Сено» в Троицко-Печорском районе	Гаевая Е.В.
18.	Разработка гастрономического тура в Республике Коми	Черных А.В.
19.	Перспективы развития сельского туризма в Республике Коми и пути его совершенствования на примере ООО «Санрайз Туризстик»	Черных А.В.

Министерство образования, науки и молодежной политики Республики Коми

Государственное профессиональное образовательное учреждение Республики Коми
«СЫКТЫВКАРСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ имени И.А. КУРАТОВА»

Приложение РППМ-7

Матрица
соответствия компетенций междисциплинарных курсов профессионального модуля

Специальность	43.02.10	Туризм
Профессиональный модуль	ПМ. 03	Предоставление туроператорских услуг

Код	**Наименование междисциплинарных курсов, учебных и производственных практик**	**Общие компетенции**									**Профессиональные компетенции**				
											Вид ПД				
		ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 3.3	ПК 3.4	ПК 3.5
МДК 03.01	Технология и организация туроператорской деятельности	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	
МДК 03.02	Маркетинговые технологии в туризма	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				
УП.03-1	Технология и организация туроператорской деятельности	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
ПП.03-1	Технология и организация туроператорской деятельности	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
ПП.03-2	Маркетинговые технологии в туризме	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+				+