Департамент образования Ивановской области

ОГБПОУ«Плесский колледж бизнеса и туризма»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 03**

«Предоставление туроператорских услуг»

для специальности 43.02.10 «Туризм»

(базовый уровень подготовки)

с. Северцево, 2015

Рабочая программа учебного модуля

Рабочая программа учебного модуля разработана в соответствии с Федеральным Государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования

по специальности 43.02.10 «Туризм»

**Организация разработчик**: Областное государственное бюджетное образовательное учреждение среднего профессионального образования Плесский колледж бизнеса и туризма.

**Разработчики:** Усачева Н.Г., Калинкина Н.В.

Рекомендована: цикловой методической комиссией специальных экономических дисциплин, протокол № 1 от 5.09.2015 г.

**Содержание**

стр.

1. Паспорт программы профессионального модуля 4

2. Результаты освоения профессионального модуля 7

3. Структура и содержание профессионального модуля 8

4. Условия реализации профессионального модуля 20

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального 25 модуля (виды профессиональной деятельности)

**1. Паспорт программы профессионального модуля 03**

**«Предоставление туроператорских услуг»**

* 1. **Область применения программы.**

Программа профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг» является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 43.02.10 «Туризм» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Предоставление услуг по сопровождению туристов 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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована как основной документ для приобретения студентами профессиональных знаний по дисциплине «Туризм».

* 1. **Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля.**

**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;

- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;

- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;

- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;

планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;

**уметь:**

**-**  осуществлять маркетинговые исследования использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;

- проводить анализ деятельности других туркомпаний;

- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;

- обрабатывать информацию и анализировать результаты;

- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;

- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;

- работать с информационными и справочными материалами;

- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;

- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;

- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;

- оформлять страховые полисы;

- вести документооборот с использованием информационных технологий;

- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;

- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;

- работать с агентскими договорами;

- использовать каталоги и ценовые приложения;

- консультировать партнеров по турпродуктам;

- оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;

- работать с заявками на бронирование туруслуг;

- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;

- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;

- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

**знать:**

- виды рекламного продукта;

- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на

выставках;

- способы обработки статистических данных;

- методы работы с базами данных;

- методику работы со справочными и информационными материалами

по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;

- планирование программ турпоездок;

-основные правила и методику составления программ туров;

- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;

- способы устранения проблем возникающих во время тура;

- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;

- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;

- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;

- правила бронирования туруслуг;

- методику организации рекламных туров;

- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;

- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;

- технику проведения рекламной кампании;

- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;

- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;

- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами

* 1. **Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля**

Всего – 412 часов, в т.ч.:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 304 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 204 часа,

самостоятельной работы обучающегося – 100 часов,

учебной практики – 72 часа,

производственной практики – 36 часов

**2. Результаты освоения профессионального модуля**

Результатом освоения профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности. (ВПД) Предоставление услуг по сопровождению туристов, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

|  |  |
| --- | --- |
| **код** | **Наименование результата обучения МДК. 03.01. МДК 03.02** |
| ПК 3.1. | Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. |
| ПК 3.2. | Формировать туристский продукт. |
| ПК 3.3. | Рассчитывать стоимость туристского продукта. |
| ПК 3.4. | Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта. |
| ОК. 1 | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. |
| ОК. 2. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. |
| ОК. 3 | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. |
| ОК. 4. | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| ОК. 5. | Использовать информационно - коммуникативные 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. |
| О.К. 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. |
| ОК.10 | Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей). |

**3. Структура и содержание профессионального модуля:**

**3.1. Тематический план профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональ-  ных компетенций | Наименование  разделов профессионального  модуля | Всего час.  ( макс. учебн. нагрузка и практика) | Объем времени, отведенный на освоение меж-  дисциплинарного курса (курсов) | | | | | Практика | |
| Обязательная учебная аудиторная нагрузка | | | Самостоятельная работа | | Учебная | Производственная |
| всего  часов | в том числе  п/з | в т.ч.  курсов.  работы | всего | в т. ч. курсов. работы |
| ПК 3.1-  ПК 3.4 | **Раздел 3. Предоставление туроператорских услуг** | **412** | **204** | **94** |  | **100** | **-** | **72** | **36** |
| **МДК 03.01**  **Технология и организация туроператорской деятельности** | 140 | 94 | 44 |  | 46 |  |  |  |
| **МДК 03.02**  **Маркетинговые технологии в туризме** | 164 | 110 | 50 |  | 54 |  |  |  |
|  | **Учебная практика** |  |  |  |  |  |  | **72** |  |
|  | **Производственная практика** |  |  |  |  |  |  |  | 36 |
|  | **Всего** | **412** | **204** | **94** |  | **100** | **-** | **72** | **36** |

**3.2. Содержание обучения профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов профессионального модуля (ПМ) междисциплинарных, курсовых и тем** | **Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | | | **Объем часов** | **Уровень усвоения** |
| **ПМ. 03.**  **Предоставление туроператорских услуг** |  | | | **204** |  |
| **МДК. 03.01. Технология и организация туроператор-ской деятельности** |  | | | **94** |  |
| **Раздел 1. Теоретические основы туроперейтинга** | **Содержание** | | | **6** |  |
| 1.1. | | ***Понятие туроперейтинга. Туроператор и его основные функции.***  Понятие туроперейтинга и туроператора. | 2  2  2 | 2  2  2 |
| 1.2. | | ***Миссия и цели туроператора.***  Миссия туроператора. Цели туроператора. |
| 1.3. | | ***Классификация и виды туроперейтинга и туроператров.***  Классификация туроператоров. Инициативные туроператоры. Рецептивные туроператоры. |
| 1. | **Практические занятия:**  Анализ направлений деятельности туроператоров. | | **2**  2 |  |
| **Раздел 2. Организационно- правовые основы деятельности туроператора** | **Содержание** | | | **8** |  |
| 2.1. | | ***Правовые аспекты туроператорской деятельности*.**  Нормативно-правовые аспекты в сфере туризма. Стандартизация в сфере туризма. | 2 | 2 |
| 2.2. | ***Организационно-правовые формы туристских предприятий.***  Понятие туристского предприятия. Организационно-правовые формы.  Регистрация и оформление фирмы. | | 4 | 2 |
| 2.3. | ***Организационно-управленческая структура туристической фирмы*.** Понятие организационной структуры. Типы структур управления. | | 2 | 2 |
| 1. | **Практические занятия:**  Оформление учредительных документов фирмы туроператора. | | **2**  2 |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Раздел 3. Технология проектирования**  **турпродукта.**  ***Планирование программ турпоездок*** | **Содержание** | | | **4** |  |
| 3.1. | | ***Основы и нормативная база создания турпродукта.***  Последовательность проектирования тура. База проектирования тура. Изучение и анализ выбранной дестинации. | 2 | 2 |
| 3.2. | | ***Проектирование тура и программы обслуживания.***  Технология разработки туров. Этапы создания турпродукта. Структура, уровни и формы турпродукта. Планирование тура. *Основные правила и методика составления программ туров.* | 2 | 3 |
| 1.  2.  3.  4.  5.  6. | | **Практические занятия:**  Анализ ресурсов выбранной дестинации.  Анализ ресурсов выбранной дестинации.  Составление проекта программы обслуживания по предложенному маршруту. *Работа с запросами клиентов.*  Составление программы тура выходного дня. *Работа с заявками на бронирование туруслуг;*  Составление программы тура для зарубежных туристов. *Работа с запросами иностранных клиентов. Составление турпакетов с использованием иностранного языка.*  Составление программы тура «Сельский туризм». | **12**  2  2  2  2  2  2 |  |
| **Раздел 4. Взаимодействия туроператора с поставщиками услуг** | **Содержание** | | | **10** |  |
| 4.1. | ***Схемы взаимодействия туроператора с гостиничным предприятием*.**  Формы сотрудничества с переложением риска реализации номеров на турфирму. Формы взаимодействия, по которым риск реализации номеров несет отель. Оформление договорной документации | | 2 | 2 |
| 4.2. | ***Схемы взаимодействия туроператора с автотранспортным******предприятием*.**  Формы использования услуг автоперевозчика, достоинства и недостатки. Договор аренды автотранспортного средства. Обязанности туроператора и перевозчиков. | | 2 | 2 |
| 4.3. | ***Схемы взаимодействия туроператора с экскурсионными организац.***  Сотрудничество туроператора с экскурсионными организациями. Понятие экскурсионных услуг и экскурсионной деятельности. Договорные отношения туроператора с экскурсионными организациями. | | 2 | 2 |
| 4.4. | ***Взаимодействие туроператора с железной дорогой.***  Формы сотрудничества, организация туристско-экскурсионных поездов. | | 2 | 2 |
| 4.5. | ***Взаимодействие туроператора с авиакомпаниями, судовладельцами.***  Формы взаимодействия туристских фирм с авиакомпаниями. Договор чартера, его содержание. Договор воздушной перевозки. | | 2 | 2 |
|  | 1.  2.  3. | **Практические занятия**  Составление договора с гостиничным предприятием.  Составление договора с автотранспортным предприятием.  Составление договора с экскурсионными организациями. *Консультирование партнеров по турпродуктам.* | | **6**  2  2  2 |  |
| **Раздел 5. Договорные отношения в туроперейтинге** | **Содержание** | | | **10** |  |
| 5.1. | ***Характеристика туристского договора. Договорные отношения между отправляющим и принимающим туроператором.***  Характеристика туристского договора, основные требования к его составлению. Условия договора. Договорные отношения между отправляющим и принимающим туроператором. Особенности договора. | | 2 | 2 |
| 5.2. | ***Договор о реализации турпродукта с туристом.***  Условия договора о реализации турпродукта с туристом в соответствии с ФЗ РФ «О защите прав потребителей», «Об основах туристской деятельности». Условия изменения и расторжения договора. Предоставление информации туристу. *Техники эффективного делового общения, протокол и этикет. Специфика норм общения с иностранными клиентами.* | | 2 | 2 |
| 5.3. | ***Договор туроператора с турагентством.***  Поиск и выбор агентов. Работа с туристскими агентствами*. Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров*. Классификация турагентов и их функции. Агентские сети и способы стимулирования их активности. *Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта. Правила расчетов с турагентами и способы их поощрения. Специфика норм общения с агентами. Правила бронирования туруслуг.* | | 2 | 2 |
| 5.4. | ***Конфликты и споры в туроперейтинге.***  Причины возникновения жалоб в туризме. Нарушения законодательства при заключении договора. Порядок представления претензий туриста к турфирме. *Способы устранения проблем, возникающих во время тура* | | 2 | 2 |
| 5.5. | ***Расчет стоимости тура.***  Ценообразование турпродукта. Методы ценообразования. Расчет стоимости тура. *Методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпакета* | | 2 | 3 |
| 1.  2.  3.  4.  5. | **Практические занятия**  Оформление договора с туристом. *Ведение документооборота с использованием информационных технологий.*  *Работа с агентскими договорами;* Составление договора с турагентом.  Анализ агентских договоров различных туроператоров *Использование различных методов поощрения турагентов, рассчет для них комиссионного вознаграждения.*  Решение ситуационных задач. *Анализ и решение проблем, возникающие во время тура, принятие мер по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;*  *Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;*  *Расчет себестоимость турпакета и определение цены* *турпродукта;*  Расчет нулевой рентабельности тура. | | **10**  2  2  2  2  2 |  |
| **Раздел 6. Туристские формальности.**  ***Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями*** | **Содержание** | | | **12** |  |
| 6.1. | ***Особенности оформления заграничных паспортов.***  Регулирование получения и использования заграничных паспортов в соответствии с инструкцией о порядке оформления и выдаче паспорта гражданам РФ для выезда из РФ и въезда в РФ. Причины отказа в получении загранпаспорта. Задержки выдачи паспорта. Порядок оформления общегражданского заграничного паспорта. | | 2 | 2 |
| 6.2. | ***Организация консульского обслуживания в процессе подготовки тура****.*  Виды виз. Визовый и безвизовый режим. Компетенции работников туристской фирмы в сфере консульского обслуживания. Общий порядок получения визы. Роль инкамингового туроператора в организации кон-сульского обслуживания. Подтверждение приглашения рос.турфирмы | | 2 | 2 |
| 6.3. | ***Пограничные и таможенные формальности.***  Паспортные формальности. Документы необходимые для въезда в страну и выезда из страны. Паспортный контроль. Таможенные туристские формальности. Ввоз и вывоз валюты, товаров. Прочие туристские формальности санитарные правила. Перемещение через границу домаш-них животных, растений. | | 4 | 2 |
| 6.4. | ***Организация страхования в туризме****.*  Финансовые гарантии туроператора: договор страхования ответственности (банковская гарантия). Медицинское страхование в туроператорской деятельности. Страховой тариф. Сумма страхового покрытия. Договор туроператора и страховой компании. Права и обязанности туроператора, страховой компании. Страхование от невозможности совершить туристическую поездку. | | 4 | 2 |
| 1.  2.  3.  4.  5. | **Практические занятия.**  Работа с нормативными документами. *Оформление документов для консульств.*  Работа с нормативными документами. Оформление документов для получения загранпаспорта. *Оформление регистрации иностранным гражданам.*  Работа с нормативными документами. Оформление таможенной декларации.  Анализ условий страхования туристов различных страховых компаний.  Расчет стоимости страховки и страхового возмещения. *Оформление страховых полисов* | | **10**  2  2  2  2  2 |  |
| **Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 03 МДК 03.01.**  - Систематическая проработка конспектов лекций, учебной литературы.  - Подготовка к практическим работам.  - Изучение законов о туристской деятельности в РФ.  - Изучение приемов ведения переговоров.  - Изучение международных документов, связанных с туристской деятельностью.  - Подготовка к докладу.  - Поиск информации в Интернете.  - Составление сравнительных таблиц.  - Подготовка к семинарским занятиям.  **Тематика домашних заданий:**  - Отличия туроператора от турагента.  - Направления и виды работ в туристической фирме.  - Инкаминговые туроператоры, их функции.  - Сведения о туроператоре в Едином реестре.  - Формы юридических лиц ( туроператоров).  - Матричная организационная структура.  - Планирование и формирование туристского продукта.  - Разработка туристского продукта и туристского маршрута.  - Средства размещения.  - Оформление договорной документации с автотранспортным предприятием.  - Документация, необходимая для оформления экскурсионной услуги.  - Порядок назначения и формирования составов туристско-экскурсионного поезда.  - Особенности договора при организации индивидуальных туров, групповых туров  - Условия договора с туристом.  - Агентское соглашение, его условия.  - Форма досудебного соглашения с туристом. Стандартные ответы на претензии туристам.  - Особенности ценообразования в туризме.  - Паспортные формальности.  - Стандартный пакет для оформления визы.  - Порядок перемещения растений через границу.  - Франшиза в условиях рынка. | | | | **46** |  |
|  |  |  | |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме** |  | | **164** | |  |
| **Раздел 1. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта** | | **Содержание** | **80** |  | |
| Тема 1.1. Сущность, содержание, основные понятия маркетинга в туризме | | Социально-экономическая сущность маркетинга. *Основы маркетинга.* Специфика маркетинга в туризме. Становление и развитие маркетинга в туризме. Принципы маркетинга. Маркетинг в профессиональной деятельности специалиста по туризму | 4 | 2 | |
| Тема 1.2. Концепция маркетинга в туризме | | Концепции рыночной деятельности. Концепция маркетинга в туризме. Современные тенденции развития маркетинга. Уровни и координация маркетинга в туризме. | 4 | 2 | |
| Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Управление маркетингом туристской организации. |
| Тема 1.3. Окружающая среда маркетинга | | Рынок туристских услуг. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. | 6 | 2 | |
| Экономические закономерности туристского рынка. Основные элементы окружающей среды туристской фирмы. | 2 | |
| Макросреда и микросреда. STEP-анализ, SMOT-анализ. | 2 | |
| **Практическое занятие** | **4** |  | |
| Изучение технологии STEP-анализа и SWOT-анализа туристской организации | 4 |  | |
| Тема 1.4. Содержание, направления и методы маркетинговых исследований в туризме | | Информационное обеспечение маркетинга. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Организационные формы проведения маркетинговых исследований. Методологические основы маркетинговых исследований. | 6 | 2 | |
| Опрос и его инструментарий. Наблюдение. Эксперимент. Экспертные оценки. Метод фокус-групп. Другие методы маркетинговых исследований. | 2 | |
| *Способы обработки статистических данных. Методы работы с базами данных, со справочными и информационными материалами.* | 2 | |
| **Практическое занятие** | **6** |  | |
| Разработка плана и организация маркетингового исследования для создания нового продукта. | 2 |  | |
| Изучение способов обработки статистических данных, методов работы с базами данных, справочными и информационными материалами | 2 |  | |
| Анализ туристского спроса и факторов, влияющих на него. Графический анализ данных о спросе на туристские услуги. Пути повышения спроса. | 2 |  | |
| Тема 1.5. Маркетинговые исследования рынка туризма  *Методика проведения маркетинговых исследований.* | | Субъекты и объекты маркетинга. Рынок туризма как объект маркетингового исследования. Оценка конъюнктуры рынка. | 6 | 2 | |
| Определение емкости и доли рынка.  Конкуренция как фактор маркетинговой среды | 2 | |
| Оценка конкурентной среды туристской организации. Анализ конкурентов. Построение конкурентной карты рынка. | 2 | |
| **Практическое занятие** | **6** |  | |
| *Проведение анализа деятельности* *других туркомпаний* организаций-конкурентов (на примере конкретной туристской организации.) *Осуществление маркетинговых исследований, использование их результатов при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами.* *Обработка информации и анализ результатов* | 6 |  | |
| Тема 1.6. Маркетинговые исследования потребителей  *Методика проведения. маркетинговых исследований.* | | Потребители как объект маркетинговых исследований. Моделирование поведения и факторы маркетинговой среды, влияющие на поведение потребителей туристских услуг. *Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещений и питания, экскурсионным объектам и транспорту.* | 6 | 2 | |
| Анализ личностных факторов. Исследование мотивов поведения потребителей. Исследование процесса принятия решения о покупке туристского продукта | 2 | |
| Особенности покупательского поведения организаций-потребителей. | 2 | |
| **Практические занятия** | **4** |  | |
| Разработка материалов для проведения маркетингового исследования потребностей в новых продуктах у постоянных потребителей туристской организации проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам |
|  | | **Самостоятельная работа студентов по разделу 1**  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий).  - Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, подготовка их защите.  Отчет об экскурс на предприятие туриндустрии.  Разработка материалов для проведения маркетингового исследования.  Сбор информации о крупных туроператорах региона для практического занятия. Создание компьютерной презентации.  **Тематика домашних заданий**  - Технология выбора и разработки маркетинговых стратегий в туристской деятельности.  - Сущность и способы продвижения товаров и услуг как элемент маркетинговых технологий  - Крупные туроператоры Ивановской области  -Задачи и принципы деятельности маркетинговых служб современных туристских предприятий и организация их работы  - Крупные туроператоры Европы | **28** |  | |
| **Раздел 2. *Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта*** | | **Содержание** | **48** |  | |
| Тема 2.1. Формирование маркетинговой стратегии | | Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии туристской организации. Виды маркетинговых стратегий. Программа маркетинга. Бюджет маркетинга  Понятие статистической отчётности. Основные формы статистической отчётности их назначение и характеристика. *Способы обработки статистических данных.* | 6 | 2 | |
| 2 | |
| **Практические занятия** | **2** |  | |
| Проведение сегментации по искомым выгодам рынков для различных турпродуктов |
| Тема 2.2. Определение целевого рынка | | Сущность и роль сегментации рынка. Базовые признаки сегментации и основные сегменты рынка туризма. | 6 | 2 | |
| Методы сегментации. Система «Евростиль». Особенности сегментации российского туристского рынка. | 2 | |
| Выбор целевого рынка. Позиционирование туристского продукта. |  | |
| **Практические занятия** | **6** |  | |
| Позиционирование турпродукта по преимуществам |
| Тема 2.3 Разработка комплекса маркетинга | | Маркетинговый комплекс. Планирование и разработка туристского продукта. | 6 |  | |
| Жизненный цикл турпродукта. Внедрение на рынок нового турпродукта. Стратегии установления цены на туристский продукт. |  | |
| Формирование сбытовой политики, управление каналами сбыта. Контакты с торговыми представительствами других регионов и стран. |  | |
| **Практические занятия** | **8** |  | |
| Разработка стратегии ценообразования на туристский продукт  Анализ маркетинговых стратегий турфирм региона, разработка программы маркетинга виртуальной турфирмы. *Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран. Работа с информационными и справочными материалами.* |
|  | | **Самостоятельная работа студентов по 2 разделу.**  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий).  Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, подготовка их защите.  Подготовка докладов на темы:  Проведение маркетингового исследования.  Сбор информации о стратегиях конкретных турфирм  Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке  **Тематика домашних заданий**  - Особенности разработки стратегии, планирования и контроля маркетинговой деятельности в сфере туризма  - Система «Евростиль».  - Основы правового обеспечения туристского маркетинга | **14** |  | |
| **Раздел 3. Взаимодействие с субъектами рынка по реализации и продвижению туристского продукта** | |  | **36** |  | |
| Тема 3.1 Коммуникационная политика турфирмы | | Сущность и роль маркетинговых коммуникаций. Формирование коммуникационной политики туристской организации. Организация продвижения турпродукта. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. *Виды рекламного продукта* в туриндустрии. *Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов.* | 6 | 1 | |
| Рекламные кампании в маркетинговой деятельности. *Техника проведения рекламной кампании.* Личная продажа. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Выставки и ярмарки, *правила работы на выставках*, методы анализа результатов деятельности на выставках. *Методика организации рекламных туров.* |  | |
| Фирменный стиль туристской организации. Брендинг в туриндустрии. |  | |
| **Практические занятия** | **6** |  | |
| Разработка программы продвижения турпродукта, разработка рекламной кампании. Формирование содержания рекламных продуктов. *Использование каталогов и ценовых приложений.*  *Работа на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;* |
| Тема 3.2. Организация и контроль маркетинга туристской организации | | Современный подход к маркетинговой деятельности туристской организации. Организация службы маркетинга. Маркетинг взаимоотношений. Внутренний маркетинг. | 4 | 1 | |
| Система маркетингового контроля. Эффективность управления маркетингом компании и пути ее повышения. |  | |
| **Практические занятия** | **8** |  | |
| Разработка фирменного стиля организации в туриндустрии.  Разработка показателей эффективности маркетинга туристской организации. |
|  | | Самостоятельная работа по разделу 3  Работа с конспектом лекций, изучение дополнительных материалов, написание докладов  Сбор рекламных материалов, их анализ и оценка  Подготовка компьютерной презентации программы тура для выставки  Сбор материалов для разработки фирменного стиля туристской организации  **Тематика домашних заданий**  -Реклама в маркетинге  -Программа тура для выставки  -Фирменный стиль туристской организации | **12** |  | |
| **Учебная практика профессионального модуля**  **Виды работ:**  Тема 1. Введение. Современная концепция маркетинга. Особенности рынка туристских услуг  Тема 2. Комплексные исследования рынка услуг. *Проведение маркетинговых исследований и создание базы данных по туристским продуктам*  Тема 3. Конкурентоспособность и пути ее повышения. *Планирование программ турпоездок, составление*  *программ тура и турпакета,*  *предоставление сопутствующих услуг;*  Тема 4. Цена как инструмент маркетинга. *Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта.*  Тема 5. Товародвижение, сбыт и сервис в маркетинговой деятель­ности. *Взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта. Работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг*;  Тема 6. Рекламная деятельность. *Планирование рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках.* Организация маркетинговой деятельности в турфирме. | | | **72** |  | |
| Производственная практика по профилю специальности  Виды работ  **Раздел 1.** Ознакомление с предприятием  Вводные инструктажи. Соблюдение правил техники безопасности.  Сбор информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений.  **Раздел 2.** Дублирование работы руководителей  и специалистов тур.предприятий.  Формирование практических навыков по анализу функциональной и отраслевой структуры турфирмы.  Описание структуры и кадровой политики турфирмы.  Предоставление сопутствующих услуг турфирмы.  **Раздел 3.**  Фирменный стиль туристского предприятия.  Рекламная продукция.  Экскурсионная деятельность.  Проведение рекламных акций.  **Раздел 4.**  Обобщение и Применение материалов практики полученных в процессе обучения знаний и навыков и  оформление отчета. | | | **36** |  | |

**4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**4.1. Требования к минимальному материально – техническому обеспечению.**

**Реализация профессионального модуля предполагает наличие:**

- учебного кабинета Турагенской - туроператорской деятельности

**Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест:**

1. Комплексы учебной, учебно – методической, справочной литературы;
2. Комплекты плакатов и наглядных пособий по темам курса, рекламные проспекты, буклеты, DVD - диски.

**По необходимости**: проектор, интерактивная доска, мобильные и (или) стационарные ПК, проекционное оборудование.

**Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику:**

**Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:**

1. Комплекты туристской документации.
2. Бланки строгой отчетности.
3. Агентские соглашения.
4. Договора на оказание туруслуг.
5. Рекламные проспекты, буклеты.

**4.2. Информационное обеспечение обучения.**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий. Интернет – ресурсов, дополнительной литературы.**

**Основные источники:**

1. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности. – М.: Дашков и Ко, 2014
2. Дубович А.П. Маркетинг в туризме. – М.: ИНФРА-М, 2014
3. Жуков А.А., Дерябина С.О. Технология и организация операторских и агентских услуг. – М.: Академия, 2011
4. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. – М.: ИД Форум – ИНФРА-М, 2010

3. Кусков Л.С., Гоубева В.Л. Туроперейтинг. – М.: Форум, 2009

4. Любавина Н.Л., Кроленко Л.А., Нечаева Т.А. Технология и организация туроператорской деятельности. – М.: Академия, 2013

5. Сарафанова Е.В., Ящук А.В. Маркетинг в туризме. – М.: ИНФРА-М, 2011

**Дополнительная литература**

5. Биржаков М.Б. Введение в туризм : учеб. пособие / М. Б. Биржаков. – 9-е изд., перераб. и дополн. СПб: Издательский дом Герда, 2007. 576 с.

6. Биржаков М.Б. Экономическая безопасность туристской отрасли. СПб: «Издательский дом Герда», 2007. 213 с.

7. Большой глоссарий терминов международного туризма / под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова. В 2 т. СПб.: Невский фонд, 2008.

8. Ветинев А.М., Журавлева Л.Б. Курортное дело: учеб. пособие. М.: Кнорус, 2007.

9. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Ростов н/Д: Феникс, 2007. 352 с.

10. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности : учеб. пособие М.: Нолидж, 2006. 312 с.

11. Долженко Г. П. Экскурсионное дело : учебное пособие.3-е изд., испр. и доп. Ростов н/Д : «Феникс»; М.: ИКЦ «Март»; Ростов н/Д : Издательский центр «Март», 2009. 272 с.

12. Драчева Е.Л., Забаев Ю.В., Исмаев Д.К. Экономика и организация туризма: международный туризм: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2009. 568 с.

13. Дурович А. П. Менеджер турагентства- Минск: Современная школа, 2010.

14. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2006. 192 с.

15. Жукова М. А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2006. 192 с.

16. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник. М.: Финансы и статистика, 2003. 368 с.

17. Каурова А. Д. Организация сферы туризма: учеб. пособие. СПб.: «Издательский дом Герда», 2006. 320 с.

18. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2008. 288 с.

19. Кусков А. С., Джаладян Ю.А. Основы туризма: учебник. М.: КНОРУС, 2008. 400 с.

20. Лукьянов С., Тиссен Е., Кисляк Н. Рынок авиационных пассажирских перевозок России // Вопросы экономики. 2007. № 11.

21. Менеджмент туризма: Финансы и бухгалтерский учет в туризме [Текст] : учебник / О. И. Солодихина [и др.] ; под общ. ред. Л. С. Плахова. М.: Финансы и статистика, 2007. 336 с.

22. Морозова Н.С., Морозов М.А. Реклама в социально-культурном сервисе – М.: Академия, 2008.

23. Овчаров А. О. Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы. М.: ИНФРА – М, 2009. 280 с.

24. Папирян Г. А. Международные экономические отношения : экономика туризма: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2000. 208 с.

25. Папирян Г.А. Стратегический менеджмент в глобальной гостиничной отрасли / Российский журнал менеджмента. 2007. № 2.

26. Путрик Ю. Очерк истории становления и развития системы государственного регулирования сферы туризма в Российской Федерации на рубеже веков // Известия Алтайского государственного университета. 2007. № 412. С. 121-125.

27. Ревинский И. А., Романова Л.С. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествия.: учеб. пособие. Новосибирск : Сиб. унив. Изд-во, 2007. 304 с.

28. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон об основах туристической деятельности Российской Федерации [принят Гос. Думой 24 ноября 1996 г.: в редакции федеральных законов от 10 января 2003 г., от 22 августа 2004 г., от 5 февраля 2007 г.]. Новосибирск: Сибирское универсальное издательство, 2008. 48 с. (Актуальный закон).

29. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие. / С.А.Севастьянова. М.: КНОРУС, 2010. 256 с.

30. Селиванова Л. В. Менеджмент туризма: учеб. пособие. Екатеринбург: Издательский дом «Филантроп», 2007. 288 с.

31. Селиванова Л.В. Основы индустрии туризма: учебное пособие. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2010. 156 с.

32. Третьякова Т.Н. Основы курортного дела: учебное пособие для вузов. / Т.Н. Третьякова. М.: Издательский центр «Академия», 2008. 288 с.

33. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие / Л. П. Шматько [и др.] ; под общ. ред. Л. П. Шматько. 3-е изд., исправ. и доп. М.: ИКЦ «МарТ», 2007. 352 с.

34. Ушаков Д. С. Технология выездного туризма: учеб. пособие. 2-е изд. М.: ИКЦ «МарТ», 2007. 384 с.

35. Чудновский А. Д., Жукова В.С. Управление индустрией туризма: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2006. 500 с.

36. Шматько Л.П. Туризм и гостиничное хозяйство: учеб. пособие. 3-е изд. М.: ИКЦ «МарТ», 2007. 352 с.

37. Юрик Р. Анализ современного состояния российского рынка туристических услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 2. С. 44-49.

**Интернет-ресурсы**

1.Ежедневная электронная газета для профессионалов турбизнеса [Электронный ресурс] : на сайте представлена вся необходимая информация для работы в туристической сфере. – Электронные данные (3 файла). – [2003]. – URL : http://www.ratanews.ru/asp/news.asp. - Загл. с экрана.

2.Интернет сайт для турагентств и туристов [Электронный ресурс] : сайт содержит информацию о международном туристическом рынке и рассчитан на специалистов туристического бизнеса из разных стран. – [2005-2006]. – URL : http://tourexpi.com/ru/index.html - Загл. с экрана.

3.Информационное агентство Туринфо [Электронный ресурс] : база данных содержит новости и деловые ссылки на полезные источники информации в области туризма и рынка услуг в целом. – Электронные данные (3 файла). – Москва, [1999-2008]. – URL : http://www.tourinfo.ru/content/rating/rating\_2008.php. - Загл. с экрана.

4.Информационный сайт Travel [ Электронный ресурс] : на сайте представлена вся справочная информация о туризме и путешествиях. – Электронные данные (2 файла). – Москва [1997-2009]. – URL : http://www.travel.ru/search/result.html.

5.Информационный сайт РОЛ Бизнес [Электронный ресурс] : сайт содержит информацию экономического характера. – Москва [1995-2005]. – URL : http://www.finance.rol.ru/news/article15646/default.asp. - Загл. с экрана.

6.Официальный сайт федерального агентства по туризму Российской Федерации [Электронный ресурс] : база данных содержит статистические данные и практические сведения по внутреннему и выездному туризму. – URL : http://www.russiatourism.ru/files. - Загл. с экрана.

7.Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] : база данных содержит статистическую по показателям хозяйствееных структур Российской Федерации. – Москва, [1999-2009]. – URL : http://www.gks.ru/bgd/free/Stg/d02/88.htm. - Загл. с экрана.

8.Петербургский международный экономический форум [Электронный ресурс] : на форуме представлена информация широкого профиля, затрагивающая все слои жизни общества. – Электрон. дан. (1 файл). – Санкт-Петербург [1991-2009]. - URL : http://www.intefax.ru. – Загл. с экрана.

9. Портал для турагентств [Электронный ресурс] : на сайте представлены новости и статьи, посвященные туристическому рынку, а также имеются статистические и справочные данные. – Екатеринбург, [2003-2009]. – URL : http://www.turprofi.ru/news/. – Загл. с экрана.

10.Туристический бизнес для профессионалов [Электронный ресурс] : база данных содержит свежую информацию о всех событиях, происходящих на туристическом рынке. – Электронные данные (6 файлов). – Москва, [1993-2007]. – URL : http://www.tourbus.ru/archive. - Загл. с экрана.

11.Электронная туристическая библиотека [Электронный ресурс] : на страницах сайта публикуются научные статьи, методические пособия, программы учебных дисциплин направления «Туризм». – Москва [2002-2009]. – URL : http://www.tourlib.net/statti\_tourism/tropina2.htm/ - Загл. с экрана

**4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

При освоении программы профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг» предусмотрены консультации (индивидуальные, групповые) для студентов, дополнительные занятия.

**4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам); наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Предоставление туроператорских услуг» (разделов модуля); прохождение стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года; владение современными информационными технологиями, в т.ч. специализированным программным обеспечением.

1. **Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (виды профессиональной деятельности)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
| Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. | Умение планировать и организовывать маркетинговые исследования рынка туристских услуг | Текущий контроль в форме:  - выполнения и защиты практических работ;  - устного опроса по темам;  - решение ситуационных задач;  - тестирования  Итоговый контроль в форме  - экзамена |
| Формировать туристский продукт. | Умение формировать туристский продукт. | Текущий контроль в форме:  - тестирования;  - выполнение и представление творческих работ;  Итоговый контроль в форме  - экзамена |
| Рассчитывать стоимость туристского продукта | Правильность расчетов стоимости турпродукта | Текущий контроль в форме:  - выполнения и защиты практических работ;  - устного опроса по темам;  Итоговый контроль в форме  - экзамена |
| Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта | Умение планировать мероприятия по реализации и продвижению туристского продукта | Текущий контроль в форме:  - выполнения и защиты практических работ;  - устного опроса по темам;  - решение ситуационных задач;  - выполнения проверочных работ  Итоговый контроль в форме  - экзамена |

**Контроль и оценка результатов освоения общих профессиональных компетенций**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
| Понимать сущность и значимость своей будущей профессии,  проявлять к ней устойчивый интерес. | - демонстрация интереса к будущей профессии. | - Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. |
| Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и  способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | - выбор и применение и  способов решения профессиональных задач;  - оценка эффективности и  качество выполнения. |
| Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях  и нести за них ответственность. | - решение стандартных и нестандартных задач в области туристического обслуживания. |
| Осуществлять поиск и использовании информации, необходи-  мого для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и  личностного развития. | - эффективный поиск необходимой информации;  - использование различных  источников включая электронные., |
| Использовать информационно – коммуникационные тех-  ноологии в профессиональной деятельности. | - использование информа-  ционных и коммуникатив –  ных технологий в профес-  сиональной деятельности,  (работа с компьютерами, факсом, интернетом и т.д.). |
| Работать в коллективе и  команде эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителем. | - взаимодействие с обучающимися, преподавателями и специалистами по туризму в ходе обучения. |
| Брать на себя ответственность за работу членов команды результат выполнения заданий. | - нести ответственность за свою работу и работу членов команды;  - выполнение заданий. |
| Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | - определение задач профессионального и личностного развития;  - занятия самообразованием;  - планирование повышение квалификации. |
| Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | - умение ориентироваться  при смене технологий в профессиональной деятельности. |
| Исполнять воинскую обязанность в том числе с применением полученных профессиональных знаний ( для юношей). | - исполнение воинской обязанности. |