

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 43.02.10 Туризм.

Организация-разработчик: Колледж бизнеса и технологий ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Разработчик(и):

Мурмилук В.И., преподаватель
Колледжа бизнеса и технологий
ФГБОУ ВО «СПбГЭУ»


подпись

Рецензент (ы):
Марухнова П.И., преподаватель
Колледжа бизнеса и технологий
ФГБОУ ВО «СПбГЭУ»


подпись

Герасимов А.В., кластер тренинг-менеджер
филиал АО «Авиелен А.Г.»




подпись

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой комиссии ОПОП по специальности 43.02.10 Туризм.

Протокол № 7 от 02 03 2024.

Председатель ЦК  / В.И. Мурмилук

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	16
6. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	17

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Предоставление туроператорских услуги 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.

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

Цель: дать основные понятия по предоставлению туроператорских услуг.

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

иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездов, 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:

- основы -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.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 328 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 256 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 176 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 80 часов;

учебной и производственной практики – 72 часа.

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
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 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

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК.3.1 - ПК 3.4	ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг								
	МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	199	111	41	20	52	-	36	
	МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	93	65	30	-	28	-	-	
ПК.3.1 - ПК 3.4	Производственная практика (по профилю специальности), часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)	36							36
	Всего:	328	176	71	20	80	-	36	36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности			
Тема 1. Основы туроперейтинга	Содержание учебного материала	2	
	1. Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. Предмет деятельности туроператора.		2
	2. Этапы развития туроперейтинга	2	2
	3. Современное состояние и тенденции развития туризма	2	2
	4. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского	2	

	продукта		
	Практические занятия 1. Исследование основных схем работы туроператора по разработке и реализации турпродукта. 2. Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО Европы	4	3
Тема 2. Типы и функции туроператоров	Содержание учебного материала	2	
	1. Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Операторы специализированные. Местные туроператоры. Выездные туроператоры.		2
	2. Организация туров для внутреннего туризма. Обеспечение прибывающих туристов.	2	2
	3. Функции туроператоров. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения.	2	2
	Практические занятия 1. Проведение деловой игры: «Сотрудничество и соперничество туроператоров массового рынка» 2. Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО Азии	4	3
Тема 3. Основные характеристики и структура турпродукта	Содержание учебного материала	2	
	1. Туристский продукт. Потребительские свойства турпродукта. Три составные части турпродукта. Тур, туристско-экскурсионные услуги, товары		2
	2. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта	2	2
	Практические занятия 1. Составление анализа оптимального обслуживания туристов во время путешествия. 2. Проведение деловой игры «Способы устранения проблем, возникающие во время тура» 3. Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО Африки	6	3
Тема 4. Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание	Содержание учебного материала		
	1. Турпакет (пакетный тур). Как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета - передвижение, размещение, услуги, впечатления.	2	2
	2. Факторы. Политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция	2	2
	3. Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Обработка информационных источников. Основные правила и методика ведения туров.	2	2
	4. Принципы выбора мест приема. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура.	2	2
	Практические занятия 1. Составление таблицы - временной шкалы для новой туроперейтинговой программы туроператора. 2. Составление договорного плана каждого года в виде таблицы 3. Составление туристского пакета, на основе проведенного анализа факторов влияющих на его создание, в конкретном регионе. 4. Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО Северной Америки	8	3
Тема 5. Технология разработки турпродукта	Содержание учебного материала		
	1. Порядок и этапы разработки турпродукта. Туристско-технологическая документация. Нормативно -правовые акты, регламентирующие процесс проектирования тура	2	2
	2. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок.	2	2
	3. Потребительские свойства тура. Условия и принципы разработки тура	2	2

	4.Процесс разработки. Вербальная модель тура.	2	2
	Практические занятия 1. Разработка турпродукта для VIP туристов. 2. Разработка массового турпродукта. 3. Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО Южной Америки	6	3
Тема 6. Программный туризм	Содержание учебного материала		
	1. Определение программного туризма. Сущность, цели и задачи. Особенности программного туризма	2	2
	2. Программы обслуживания. Познавательная, спортивная, образовательная, деловая и др.	2	2
	3. Принципы формирования туристско-экскурсионных программ обслуживания	2	2
	4. Цели программного туризма. С точки зрения: туристского менеджмента; туристского маркетинга; технологии обслуживания туристов.	2	2
	Практические занятия: 1. Составление программы обслуживания для определённых групп туристов. 2. Проведение деловой игры: «Бронирование тура для иностранных туристов» 3. Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО Океании	6	3
Тема 7. Цена туристского пакета	Содержание учебного материала		
	1. Особенности ценообразования в туризме. Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета.	2	2
	2. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.	2	2
	Практические занятия: 1. Описание методики расчета стоимости определённого тура. 2. Описание методики расчета себестоимости турпакета и определение цены турпродукта для турагента. 3. Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО России	6	3
Тема 8. Системы распространения турпродукта	Содержание учебного материала		
	1. Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством	4	2
	Практические занятия: 1. Описание методики расчетов комиссионного вознаграждения для турагентов	1	3
Самостоятельная работа Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление творческих отчетов, практических работ и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение деятельности конкретных организаций, продвигающих турпродукт		52	3
Подготовка курсовой работы по МДК 03.01 1. Выбор темы, разработка плана, установление индивидуального плана его выполнения 2. Определение индивидуального практического задания по каждому студенту 3. Введение. Определение целей и задач работы, обоснование актуальности темы 4. Аналитический обзор информационных ресурсов 5. Первый раздел. Подбор материала, раскрытие основных аспектов выбранной темы 6. Второй раздел. Описание решения конкретной профессиональной задачи 7. Анализ практики использования теоретических и методологических аспектов изучаемой дисциплины		20	2,3

8. Описание результатов исследования, проведенного студентом			
Учебная практика		36	2,3
МДК.03.02 МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ			
Тема 1. Основы маркетинга	Содержание учебного материала	2	
	1. Предмет, цели и задачи дисциплины. Понятия маркетинга, принципы, цели и функции, особенности маркетинга в области профессиональной деятельности Концепция рыночной экономики. История рыночных отношений, концепции маркетинга,		2
	2. Структура маркетинговой деятельности. Виды маркетинга. Структура маркетинга	2	2
	3. Объекты маркетинговой деятельности. Субъекты маркетинговой деятельности. Классификация участников маркетинговой деятельности, покупательское поведение потребителей, модель покупательского поведения, факторы, влияющие на покупательское поведение потребителей, типы организационных структур маркетинга	2	2
	4. Окружающая среда маркетинга. Маркетинговая среда. Факторы, влияющие на маркетинговую деятельность.	2	2
	5. Конкурентная среда. Понятие конкуренции, её виды, конкурентные стратегии, конкурентоспособность фирмы и результатов её деятельности Методы маркетинга. Общенаучные методы, аналитико-прогностические методы, методические приемы из разных областей знаний.	2	2
	Практические занятия 1. Исследование структуры маркетинговой деятельности в туризме. 2. Проведение классификации потребностей на рынке турпродукта 3. Исследование внешней среды на примере заданной организации 4. Проведение конкурентоспособности заданной организации, выявление её конкурентных преимуществ 5. Проведение анализа деятельности туркомпаний – конкурентов, на примере заданной организации 6. Маркетинг туристских территорий Европы 7. Маркетинг туристских территорий Азии	14	3
Тема 2. Маркетинговые исследования рынка турпродукта	Содержание учебного материала	2	
	1. Информационное обеспечение в системе маркетинга. Основные элементы маркетинговой информационной системы (МИС), виды маркетинговых исследований, элементы аналитической маркетинговой системы		2
	2. Методика проведения маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования: определение проблемы, формулировка цели исследования, источники информации, методы сбора первичных данных, составление плана выборки, способы связи с аудиторией, анализ полученных данных: способы обработки статистических данных. Методы работы с базами данных	2	2
	3. Методы сбора первичных данных. Качественные: наблюдение, эксперимент, фокус-группы, глубинные интервью, анализы протоколов, проекционные и физиологические измерения; и количественные: опрос, фактический опрос, опрос мнения потребителей, объяснительный опрос, личное интервью, групповое интервью, опрос по почте, по телефону; методы сбора информации.	2	2
	4. Сегментирование рынка. Понятие сегментирования рынка, его цели, признаки сегментирования рынка. Сегментирование рынка турпродукта: принципы и методы сегментации, мотивационные и психологические критерии сегментации туристского спроса, поведенческие стереотипы туристов. Выбор и оценка целевых сегментов рынка тур-	2	2

	продукта.		
	5. Принятие маркетинговых решений. Подготовка и составление отчета о маркетинговой деятельности, процесс принятия маркетинговых решений по результатам исследования, процедура внедрения маркетинговых решений в деятельность организации.	2	2
	6. Система показателей для исследования рынка. Система показателей для исследования рынка, факторы, влияющие на емкость рынка, модель анализа рынка.	2	2
	Практические занятия 1. Разработка программы маркетингового исследования Выбор метода сбора информации Разработка инструмента для сбора информации 2. Проведение опроса по выявлению потребностей Проведение обработки информации и анализа полученных результатов 3. Разработка мероприятий, направленных на создание туристского продукта и для переговоров с турагентствами на основе результатов маркетингового исследования. Разработка рекламной кампании на основе результатов маркетингового исследования 4. Маркетинг туристских территорий Африки 5. Маркетинг туристских территорий Америки	10	3
	Содержание учебного материала	5	
Тема 3. Продвижение и реализация турпродукта	1. Продвижение турпродукта на рынке туристских услуг. Техника проведения рекламной кампании, основные каналы распространения рекламы, виды рекламного продукта. Специфика туристской рекламы: методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов. Стратегия и средства продвижения туристского продукта на рынке, основные направления PR, формы и методы персональных продаж. Правила работы на выставке, методы анализа результатов действия на выставках. Методы повышения эффективности коммуникационного комплекса.		2
	2. Реализация турпродукта: ценовая политика. Роль цены в предоставлении туроператорских услуг. Факторы ценообразования, ценовая политика и ценовая стратегия турфирмы. Этапы развития ценовой стратегии, выбор типа ценовой стратегии. Разработка рекламной стратегии и её анализ. Разработка рекламной кампании для конкретной туристической фирмы.	4	2
	3. Организация и развитие туристского бизнеса. Техника составления бизнес-плана. Модели прогнозирования спроса. Процедура планирования маркетинга в туризме. Стратегия и тактика маркетинга, маркетинговый контроль. Техника продаж турпродукта	4	2
	Практические занятия 1. Участие в деловой игре: «Техника продаж турпродукта» (подготовка проекта). 2. Проведение деловой игры 3. Маркетинг туристских территорий Австралии и Океании	6	3
	Самостоятельная работа при изучении МДК 03.02. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к темам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление творческих отчетов, практических работ и подготовка к их защите. Самостоятельное изучение деятельности конкретных организаций, продвигающих турпродукт.	28	
Производственная практика		36	3
Всего часов		328	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	Ауд.2419 Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма) Шкаф книжный 6шт., стол для конференций 1шт., стол компьютерный 5шт., стул офисный-30 шт. Компьютер преподавателя LenovoIntelCore i3-2100 CPU 3.1GHz с монитором Acer V193; Проектор SANYO с экраном Media; Перечень лицензионного программного обеспечения: MicrosoftWindowsProfessional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г, MicrosoftOfficeProfessional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г), 7-Zip (freeware).. АСУ ЭДЕЛЬВЕЙС- ООО Эделинк соглашение о сотрудничестве №1 от 12.12.2019.
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	Ауд.2419 Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма) Шкаф книжный 6шт., стол для конференций 1шт., стол компьютерный 5шт., стул офисный-30 шт. Компьютер преподавателя LenovoIntelCore i3-2100 CPU 3.1GHz с монитором Acer V193; Проектор SANYO с экраном Media; Перечень лицензионного программного обеспечения: MicrosoftWindowsProfessional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г, MicrosoftOfficeProfessional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г), 7-Zip (freeware).. АСУ ЭДЕЛЬВЕЙС- ООО Эделинк соглашение о сотрудничестве №1 от 12.12.2019.

4.2. Информационное обеспечение обучения

МДК.03.01Технология и организация туроператорской деятельности

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
Скобкин С.С. Менеджмент в туризме : Учебник и практикум для СПО / Скобкин С. С. — 2-е изд., испр. и доп. — Электрон. дан. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 366с. — (Профессиональное образование)	осн		ЭБС Юрайт
Скобельцына А. С. Технология и организация информационно-экскурсионной деятельности : Учебник для СПО / Скобельцына А. С., Шарухин А. П. — 2-е изд., пер. и доп. — Москва : Юрайт, 2021. — 262с. — (Профессиональное образование)	осн		ЭБС Юрайт
Севастьянов Д. В. Страноведение и международный туризм : Учебник / Севастьянов Д. В. — 2-е изд., пер. и доп. — Москва : Юрайт, 2021. — 317с.	доп		ЭБС Юрайт

Морозов М. А. Экономика организации туризма : Учебник / Морозов М. А., Морозова Н. С. — 5-е изд., испр. и доп.— Москва : Юрайт, 2021.— 291 с.	доп		ЭБС Юрайт
--	-----	--	---------------------------

МДК.03.02Маркетинговые технологии в туризме

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ допол- нительная лите- ратура	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электрон- ные ресурсы
Коль О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : Учебник и практикум / Коль О. Д. —Москва : Юрайт, 2021 .— 355с .	осн		ЭБС Юрайт
Восколович Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : Учеб- ник и практикум Для СПО / Восколович Н. А. — 3-е изд., пер. и доп .— Москва : Юрайт, 2021 .— 191с .— (Профессиональное образо- вание)	осн		ЭБС Юрайт
Шубаева В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : Учеб- ник и практикум Для СПО / Шубаева В. Г., Сердобольская И. О. — 2-е изд., испр. и доп .— Москва : Юрайт, 2021 .— 120с .— (Про- фессиональное образование)	осн		ЭБС Юрайт
Джанджугазова Е.А. Маркетинговые технологии в туризме: марке- тинг туристских территорий : Учебное посо- бие Для СПО / Джанджугазова Е. А. — 3-е изд., испр. и доп .— Москва : Юрайт, 2021 .— 208с .— (Профессиональное образование)	доп		ЭБС Юрайт
Колодий Н. А. Маркетинговые технологии в туризме: эконо- мика ощущений и впечатлений : Учебное по- сobie Для СПО / Колодий Н. А. —Москва : Юрайт, 2019 .— 326с .— (Профессиональное образование)	доп		ЭБС Юрайт

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Теоретические занятия и учебная практика проводятся в образовательном учреждении. В процессе обучения используются имитационные и информационно-коммуникационные технологии. Консультации обучающихся проводятся в соответствии с графиком консультаций, составленным учебным заведением.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических(инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по модулю ПМ: высшее специальное образование, соответствующее профилю модуля.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	разработка программы маркетингового исследования; - проведение маркетингового исследования, сбор, обработка информации - разработка рекомендаций по востребованному туристскому продукту	Экспертная оценка выполнения практического задания
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	- создание турпродукта на основе проведённых маркетинговых исследований - планирование программы турпоездов - соблюдение основных правил и методик составления туров.	Экспертная оценка выполнения практического задания в ходе прохождения учебной и производственной практик
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость турпродукта.	- применение основных методик расчёта себестоимости турпакета - разрабатывать правила расчётов турагентами и способы их поощрения	Экспертная оценка выполнения практического задания на практике
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	- разработка предложений по продвижению туристского продукта на рынке турагентов - разработка предложений по продаже туристского продукта	Экспертная оценка выполнения практического задания на практическом экзамене

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Повышение интереса к изучаемой дисциплине и к получению знаний в целом, расширение кругозора, углубление знаний	Наблюдение и оценка на практических занятиях. Наличие положительных отзывов по итогам учебной практики.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач,	Проблемные задания по порядку организации туристского офиса.	Экспертная оценка решения ситуационных задач. Наблюдение и экспертная оценка на практике

оценивать их эффективность и качество		ских занятиях, в процессе учебной практики
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Активное стремление к положительному решению стандартных и нестандартных профессиональных задач. Самоанализ и коррекция результатов собственной работы	Наблюдение во время учебной практики. Экспертная оценка решения профессиональных ситуационных задач
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Написание рефератов, докладов, сообщений по темам специальности	Участие в конкурсах, конференциях, тематических беседах
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Посещение библиотек, работа с Интернетом, просмотр познавательных каналов TV.	Обсуждение сообщений, докладов, рефератов. Оценка в журнале
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Слаженность работы в коллективе, терпимость, общая культура, компетентность, вежливые уважительные взаимоотношения	Наблюдение и экспертная оценка на практических и лекционных занятиях, в процессе учебной практики
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Активность в работе на практических занятиях, в работе группами на теоретических занятиях, лидерские качества при решении проблемных задач	Обсуждение результатов работы, оценка в журнале
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Ответы на проблемные вопросы.	Наблюдение в комплексе за поведение и работой студентов в течение всего учебного процесса
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Осознанный интерес студентов ко всему новому в технике и науке	Оценка их участия в беседах, обсуждениях, докладах, конкурсах, конференциях

6. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья КБ иТ обеспечивает:

для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу профессионального модуля 03 «Предоставление
туроператорских услуг», на 2022/23 год набора
Мурмилюка Виталия Ивановича,
преподавателя Санкт-Петербургского государственного экономического
университета

Колледж бизнеса и технологий

Программа профессионального модуля 03 «Предоставление туроператорских услуг» предназначена для реализации государственных требований к уровню подготовки выпускников по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 «Туризм».

Программа профессионального модуля 03 «Предоставление туроператорских услуг» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, разработанным Министерством образования Российской Федерации.

Программа 03 «Предоставление туроператорских услуг» содержит следующие элементы: титульный лист, паспорт (указана область применения программы, место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы, цели и задачи, объем учебной дисциплины и виды учебной работы); тематический план и содержание учебной дисциплины, условия реализации программы (требования к минимальному материально-техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы); контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.

Тематика и формы контроля соответствуют целям и задачам профессионального модуля. Четко сформулированная цель программы и структура находятся в логическом соответствии.

Содержание программы направлено на достижение результатов, определяемых ФГОС. Содержание отражает последовательность формирования знаний, указанных в ФГОС. В полной мере отражены виды работ, направленные на приобретение умений.

Программа может быть рекомендована для использования в образовательном процессе ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет» Колледж бизнеса и технологий.

Рецензент:

Кластер тренинг-менеджер филиал АО «Авилен А.Г.» _____ / Герасимов А.В.

