

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «КЫЗЫЛСКИЙ ТЕХНИКУМ
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

| | |
|---|--|
| РАССМОТРЕНА на заседании предметно-цикловой комиссии дисциплин Протокол № от «__» ____ 20__ г. Председатель ПЦК _____/Фамилия И.О./ (подпись) (Ф.И.О.) | УТВЕРЖДАЮ Заместитель директора по ВР и ПП _____/Ооржак Н.Б./ (подпись) (Ф.И.О.) «__» ____ 20__ г. |
|---|--|

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ПМ 03. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ
для специальности среднего профессионального образования
43.02.10 «Туризм»
базовая подготовка
Форма обучения: очная**

Разработчики:

1. Организация – разработчик: АНОО ПО Кызылский техникум экономики и права ПК.
2. Дадар Чайынды Чечен-ооловна - преподаватель АНОО ПО Кызылского техникума экономики и права

Кызыл, 2021 г.

Рабочая программа учебной практики **ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»** разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **43.02.10 Туризм.**

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----------------------|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ | стр. 4 |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ | ПРОГРАММЫ 8 |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ | 10 |
| 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ | 12 |
| 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ | 15 |

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля **ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»** является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности **43.02.10 Туризм**.

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля **ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»** предназначена для изучения в профессиональных образовательных организациях при подготовке специалистов среднего звена по специальности **43.02.10 Туризм**.

1.2 Место практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная практика относится к профессиональному циклу и входит в состав профессиональных модулей.

1.3 Цели и задачи практики – требования к результатам освоения практики

В результате освоения практики обучающийся должен

иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам (ПО-3.1);
- планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета (ПО-3.2);
- предоставления сопутствующих услуг (ПО-3.3);
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта (ПО-3.4);
- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта (ПО-3.5);
- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг (ПО-3.6);
- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках (ПО-3.7);

уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами (У-3.1);
- проводить анализ деятельности других туркомпаний (У-3.2);
- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации (У-3.3);
- обрабатывать информацию и анализировать результаты (У-3.4);
- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран (У-3.5);

- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных (У-3.6);
- работать с информационными и справочными материалами (У-3.7);
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов (У-3.8);
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка (У-3.9);
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам (У-3.10);
- оформлять страховые полисы (У-3.11);
- вести документооборот с использованием информационных технологий (У-3.12);
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы (У-3.13);
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания (У-3.14);
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта (У-3.15);
- работать с агентскими договорами (У-3.16);
- использовать каталоги и ценовые приложения (У-3.17);
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта (У-3.18);
- работать с заявками на бронирование туров (У-3.19);
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам (У-3.20);
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение (У-3.21);
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках (У-3.22);

знать:

- виды рекламного продукта (З-3.1);
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках (З-3.2);
- способы обработки статистических данных (З-3.3);
- методы работы с базами данных (З-3.4);
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту (З-3.5);
- планирование программ турпоездок (З-3.6);
- основные правила и методику составления программ туров (З-3.7);
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями (З-3.8);
- способы устранения проблем, возникающих во время тура (З-3.9);

- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания (З-3.10);
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта (З-3.11);
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров (З-3.12);
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта (З-3.13);
- правила бронирования туруслуг (З-3.14);
- методику организации рекламных туров (З-3.15);
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения (З-3.16);
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований (З-3.17);
- технику проведения рекламной кампании (З-3.18);
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов (З-3.19);
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет (З-3.20);
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами (З-3.21).

развить способности, необходимые для формирования общих компетенций (далее ОК):

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК 2 Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4 Осуществлять поиск 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

развить способности, необходимые для формирования профессиональных компетенций (далее 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

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Результатом освоения программы практики является овладение видами профессиональной деятельности (ВПД), в том числе профессиональными компетенциями (ПК):

| Код | Наименование результата обучения |
|--|---|
| ВПД 3 Предоставление туроператорских услуг | |
| 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 |

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.

| | |
|------|---|
| ОК 1 | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес |
| ОК 2 | Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество |
| ОК 3 | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность |
| ОК 4 | Осуществлять поиск 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 |

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1 Объем времени на освоение программы практики

| Наименование тем | Кол-во часов |
|---|--------------|
| ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта | |
| Изучение запросов клиентов, в том числе иностранных 1. Работа с запросами клиентов, в том числе и иностранных 2. Работа с заявками на бронирование туров 3. Использование эффективных методов общения с клиентами на русском и иностранном языках | 6 |
| ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта | |
| Анализ информации о рынке и конкурентах туроператора 1. Проведение маркетинговых исследований 2. Создание базы данных по туристским продуктам 3. Проведение анализа деятельности других туркомпаний | 6 |
| ПК 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта | |
| Ознакомление с методикой разработки турпродуктов 1. Расчёт себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта 2. Расчёт стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания 3. Расчёт себестоимости турпакета и определение цены турпродукта | 6 |
| ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта | |
| Ознакомление с практикой договорных отношений с партнерами и агентствами 1. Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран 2. Работа с агентскими договорами 3. Консультирование партнеров по турпродуктам, оказание помощи в продвижении и реализации турпродукта 4. Предоставление информации турагентам по рекламным турам 5. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионного вознаграждения | 6 |
| ПК 3.2 Формировать туристский продукт | |
| Планирование программы путешествий 1. Освоение методики составления программ туров 2. Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов 3. Решение проблем, возникающих во время тура, принятие мер по устранению причин, повлекших возникновение проблемы | 6 |

| | |
|--|-----------|
| ПК 3.2 Формировать туристский продукт | |
| Участие в составлении турпакета с использованием иностранных языков 1. Составление турпакетов с использованием иностранного языка 2. Использование эффективных методов общения с клиентами на русском и иностранном языках | 6 |
| ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта | |
| Работа с информационными и справочными материалами 1. Освоение методики работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту 2. Использование каталогов и ценовых приложений в работе | 6 |
| ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта | |
| Оформление документов для консульств и для клиентов 1. Изучение правил оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями 2. Оформление регистрации иностранным гражданам 3. Оформление страховых полисов 4. Ведение документооборота с использованием информационных технологий | 6 |
| ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта | |
| Ознакомление с оформлением документов для оформления визы и для оформления загранпаспорта 1. Ознакомление с требованиями к оформлению заграничного паспорта, содержащего электронные носители информации, для граждан с 18 летнего возраста, в возрасте от 14 до 18 лет, в возрасте до 14 лет 2. Ознакомление с требованиями к оформлению загранпаспорта старого образца для граждан с 18 летнего возраста, в возрасте с 14 до 18 лет, в возрасте до 14 лет 3. Заполнение документов для получения визы (шенгенской, туристической и т.д.) | 6 |
| ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта | |
| Участие в работе специализированных выставок 1. Работа на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации 2. Анализ результатов деятельности на выставках 3. Ролевая игра «Презентация тура на специализированной выставке» | 6 |
| ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта | |
| Участие в разработке презентаций турфирмы 1. Планирование рекламной кампании 2. Формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов 3. Освоение техники проведения рекламной кампании 4. Проведение презентации | 6 |
| Защита отчёта по практике 1. Сдача дневника практики, отчета по практике 2. Защита портфолио индивидуальных достижений за период практики 3. Ответы на дополнительные вопросы комиссии | 6 |
| Всего: | 72 |

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Учебная практика проводится оборудованных учебных помещениях.

Лаборатория «Информационно-коммуникационных технологий»:

- 1) Компьютер,
- 2) Выход в Интернет,
- 3) Программное обеспечение:
 - WindowsXPProfessional,
 - MSOffice,
 - 7-Zip.
- 4) Наглядные средства обучения:
 - дидактический материал,
 - средства контроля.

«Мультимедийная лаборатория иностранных языков»:

- 1) Компьютер,
- 2) Выход в Интернет,
- 3) Программное обеспечение:
- 4) Наглядные средства обучения:
 - дидактический материал,
 - средства контроля.

«Учебная (тренинговая фирма) по предоставлению туристических услуг (турфирма)»:

- 1) Наглядные средства обучения:
 - дидактический материал.

4.2 Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 472 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13683-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466298>

2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 208 с. — (Профессиональное образование).

3. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 120 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10550-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456729>

4. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10544-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456726>

Дополнительная литература:

1. Рындач, М.А. Основы туризма[Текст]: учеб. пособие. – М.: Наука Спектр, 2013

2. Сорокина, А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст] : учеб. пособие. – М.: Инфра-М, 2014

3. Матюхина, Ю. А. Организация туристской индустрии [Текст] : учеб. пособие для СПО. – М.: Инфра-М, 2014

4. Брашнов, Д.Г. Гостиничный сервис и туризм [Текст] : учеб. пособие . – М.: Альфа М., 2015

5. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Текст]: учеб. пособие.– М.: Инфра-М, 2014

6. Скобельцына А.С. Технология и организация экскурсионных услуг [Текст] : учебник. – М.: Академия, 2013

7. Быстров, С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой [Текст] : учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2014

8. Сарафанова, Е.В. Маркетинг в туризме [Текст]: учеб. пособие для СПО. – М.: Инфра-М, 2015

9. Чудновский, А. Д. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления [Текст]: учеб. пособие.– М.: Инфра-М, 2014

10. Дашкова, Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе [Текст]: учеб. пособие.–М.: Дашков и К., 2014

4.3 Формы отчётности по практике

В период прохождения практики обучающимся ведется дневник практики. По результатам практики обучающимся составляется отчет, который утверждается организацией.

В качестве приложения к дневнику практики обучающийся оформляет графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

По окончанию практики, студент предоставляет пакет документов, который включает в себя:

- дневник прохождения практики, включая индивидуальное задание и характеристику работы практиканта;
- отчет о прохождении практики.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения практики осуществляется в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

| Результаты (освоенные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|---|---|----------------------------------|
| 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта | <ul style="list-style-type: none"> - Оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований; - Качество организации и проведения сбора данных; - Качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований | Защита отчетов по практике |
| 3.2 Формировать туристский продукт | <ul style="list-style-type: none"> - Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий | Защита отчетов по практике |
| 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта | <ul style="list-style-type: none"> - Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта | Защита отчетов по практике |
| 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта | <ul style="list-style-type: none"> - Эффективность взаимодействия с турагентами; - Подготовка качественной электронной презентации тура; - Разработка качественного рекламного продукта; - Эффективность программы продвижения турпродукта; - Разработка фирменного стиля турфирмы | Защита отчетов по практике |

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

Итоговая аттестация может быть проведена в форме открытой защиты отчёта по практике.