

**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 учебной работе _____/Биче-оол М.Б/ (подпись) (Ф.И.О.) «__» ____ 20__ г.
---	--

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
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. Преподаватель АНОО ПО Кызылского техникума экономики и права

Кызыл, 2021 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе:

□ федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования (далее – ФГОС СОО) 43.02.10. «Туризм» среднего профессионального образования утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07.05.2014 N 474 12 мая 2014 г. № 509. и зарегистрированным в Министерстве юстиции РФ 19.06.2014 № 32806;

□ федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности;

□ рекомендаций по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой специальности или профессии среднего профессионального образования (письмо Департамента государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПО Минобрнауки России от 17.03.2015 № 06-259) (с уточн. от 25.05.2017 г.);

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.	
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4	
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ	6	ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
	7	
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ		
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17	
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	19	

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм (базовый) в части освоения основного вида профессиональной деятельности и соответствующих профессиональных компетенций:

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 в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области туристского сервиса на базе среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

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

Содержание программы профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг направлено на достижение следующих целей: освоения ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг» является получение обучающимися знаний и умений, обеспечивающих профессиональную деятельность работников предприятий в сфере туризма. Позволяет получить знания по правилам и технологиям работы турфирм, получить особенности предпринимательства, выработать научно-обоснованные и практические ориентации в работе с партнерами, потребителями и персоналом.

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 документацию 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 предложения;
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 на 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, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
планирование программ турпоездки;
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 общения, протокол и этикет;
специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 324 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 216 часов; самостоятельной работы обучающегося 93 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
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.
ОК 10.	Обеспечивать безопасные условия труда в профессиональной деятельности
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля «ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг»

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., теория часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1-9, ПК 3.1-3.4	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	216	144	100	44	15	57		
ОК 1-9, ПК 3.1-3.4	МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	108	72	54	18		36	72	
	Всего:	324	216	139	62	15	93	72	144

3.2. Тематический план и содержание обучения по профессиональному модулю «ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2	3	4
МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности			
Раздел 1. Теоретические основы туроперейтинга Тема 1. Понятие туроперейтинга	Содержание учебного материала		ОК 1-9
	Основные понятия курса. Туроператор и его функции	2	
	Практические занятия Правовые аспекты туроператорской деятельности Классификация туроператоров в РФ Внешние и внутренние факторы, определяющие туроперейтинг	4	
	Самостоятельная работа обучающихся: Организационно-правовые формы и виды туристских предприятий	2	
Тема 2. Нормативно правовые основы функционирования туроператорской деятельности в РФ	Содержание учебного материала	2	ПК 3.1-3.4
	Нормативно-правовые основы функционирования туроператорской деятельности в РФ Условия осуществления туроператорской деятельности. Объединения туроператоров. Единый федеральный реестр туроператоров		
	Практические занятия Характеристика нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность туроператоров в РФ Характеристика условий осуществления туроператорской деятельности в РФ Анализ единого федерального реестра туроператоров в РФ	4	
	Самостоятельная работа обучающихся: Изучение федеральных законов: 1. ФЗ от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»; 2. О Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 17.12.1999 г., 30.12.2001 г.); 3. ФЗ от 27 ноября 1992 г. №4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (в ред. от 31.12.1997г., 20.11.1999 г., 21.03.2002 г.); 4. Международная Конвенция по контракту на путешествие. 5. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. 6. Правила оказания услуг общественного питания.	3	

Тема 3. Основы проектирования туристского продукта	Содержание учебного материала		ПК 3.1-3.4
	Турпродукт как комплекс услуг. Структура, уровни и формы турпродукта	2	
	Практические занятия Виды туристских продуктов - инклюзив-туры и заказные туры Анализ соответствия предлагаемых турпродуктов, заявляемым свойствам Составление модели турпродукта Составление карты-схемы маршрута туристского продукта Составление программы обслуживания туристского продукта Составление технологической карты туристского продукта График загрузки туристского предприятия	6	
	Самостоятельная работа обучающихся: Особенности проектирования детско-юношеских туристских продуктов Особенности проектирования туристских продуктов для людей с ограниченными возможностями	4	
Тема 4. Разработка учредительных документов, регистрация и оформление фирмы	Содержание учебного материала		ПК 3.1-3.4
	Документация турфирмы. Организационно-управленческая структура туроператорской фирмы	2	
	Практические занятия Организационно-правовые формы и виды туристских предприятий Разработка учредительных документов, регистрация и оформление фирмы	6	
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с материалами учебника и лекций на тему «Инициативные туроператоры, рецептивные туроператоры»	4	
Тема 5. Стратегия менеджмента турпродукта	Содержание учебного материала		
	Маркетинговая среда туроператора	2	
	Практические занятия Организационно-управленческая структура туроператорской фирмы Современный рынок и география туроперейтинга	4	
	Самостоятельная работа обучающихся: Стратегия менеджмента. География российского внутреннего туризма	4	
Тема 6. Ценообразование.	Содержание учебного материала Ценообразование. Цена в комплексе маркетинга туроператора Российский рынок туроперейтинга	2	ПК 3.1-3.4
	Практические занятия Расчет себестоимости и продажной цены туристского продукта	6	

	Анализ структуры себестоимости и продажной цены туристского продукта		
	Самостоятельная работа обучающихся: Виды туризма	4	
Раздел 2. Продвижение туристского продукта Тема 7. Формирование сбытовой сети туроператора	Содержание учебного материала		ОК 1-9
	Формирование сбытовой сети туроператора	4	
	Практические занятия Основной турпродукт	6	
	Самостоятельная работа обучающихся: Сбытовая сеть туроператора	4	
Тема 8. Подбор партнеров по сбыту	Содержание учебного материала		ПК 3.1-3.4
	Агентские сети и франчайзинг	2	
	Практические занятия Документация туристской фирмы Туроператоры и турагенты	6	
	Самостоятельная работа обучающихся: Сбытовая сеть туроператора Регулирование туристской деятельности	4	
Тема 9. Реклама турпродукта	Содержание учебного материала		ПК 3.1-3.4 ОК 1-9
	Нерекламные методы продвижения турпродукта. Дополнительный турпродукт	6	
	Практические занятия Нерекламные методы продвижения турпродукта.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Придумать рекламу для определенной турфирмы Придумать нерекламный метод продвижения турпродукта	4	
Тема 10. Каталог туроператора как основной носитель информации	Содержание учебного материала		ПК 3.1-3.4
	Информационное сопровождение туристского продукта Договорные отношения	2	
	Практические занятия		
	Разработка информационного листка, в соответствии с требованиями ГОСТ Разработка памятки туриста, в соответствии с требованиями ГОСТ Выставочная деятельность туроператоров	6	

	Самостоятельная работа обучающихся: Разработка рекламной листовки Разработка макета туристского каталога Разработать программу выставки	4	
Тема 11. Туристские формальности	Содержание учебного материала		
	Организация приема иностранных туристов на территории РФ.	2	ОК 1-9 ПК 3.1-3.4
	Практические занятия Значение туристских формальностей. Паспортно-визовые формальности	4	
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с лекционным материалом и первоисточниками по темам: Сравнительная характеристика видов виз, применяемых в РФ	4	
Тема 12. Страхование туристов и профессиональная ответственность туроператоров Тема 13. Понятие договора.	Содержание учебного материала		ОК 1-9
	Качество туристского продукта. Критерии качества. Способы его регулирования Страхование туристов и профессиональная ответственность туроператоров	2	
	Практические занятия Конфликты и споры в туроперейтинге Безопасность туристского продукта	4	
	Самостоятельная работа обучающихся: Страховые и нестраховые случаи	2	
	Содержание учебного материала		
	Публичный договор. Виды условий договора.	4	
	Практические занятия Порядок заключения, изменения, расторжения договора. Агентский договор. Работа с персональными данными туристов.	6	
Самостоятельная работа обучающихся: Договор безвозмездного оказания услуг	2		
Раздел 3. Особенности работы туроператора с турагентами, предприятиями питания и гостиницами Тема 14. Договор с гостиничным предприятием	Содержание учебного материала		ПК 3.1-3.4
	Договор с турагентами. Договорные отношения с гостиничным предприятием Работа туроператоров с предприятиями общественного питания и другими поставщиками услуг	4	
	Практические занятия Типология средств размещения. Составить таблицу категоричности гостиниц (буквы, звезды, короны, ключи) по странам Договорные отношения с предприятия общественного питания	8	
	Самостоятельная работа обучающихся: работа с материалами учебника и лекций на тему Предприятия общественного питания. Составить таблицу предприятий общественного питания. Виды договоров.	4	

Тема 15. Транспорт и его роль в туристском бизнесе	Содержание учебного материала		ПК 3.1-3.4
	Договор с автотранспортным предприятием Договор с авиакомпанией Взаимодействие с железной дорогой	2	
	Практические занятия Обеспечение перевозок на автотранспорте Обеспечение безопасности авиаперевозок Особенности организации авиаперевозок туристов. Особенности организации железнодорожных туров.	10	
	Самостоятельная работа обучающихся: Обеспечение безопасности детей на автобусных экскурсиях. Правила перевозок на железной дороге. Составить памятку правил перевозки на ЖД транспорте. Договорные отношения туроператоров с ЖД	4	
Тема 16. Особенности анимационных мероприятий	Содержание учебного материала		ПК 3.1-3.4
	Особенности анимационных мероприятий	2	
	Практические занятия Анимационные мероприятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Общие требования, предъявляемые к аниматорам гостиницы.	2	
Тема 17. Организация питания на предприятиях индустрии гостеприимства	Содержание учебного материала	-	
	Практические занятия Организация питания на предприятиях индустрии гостеприимства	4	
Тема 16. Инновации в развитии туристской индустрии	Содержание учебного материала		ПК 3.1-3.4 ОК 1-9
	Традиции и инновации в различных видах туризма	2	
	Практические занятия Различные подходы в классификации современного туризма. Особенности различных видов программного туризма. Специальные виды туризма. Перспективные инновационные проекты в туризме.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Перспективные инновационные проекты в туризме.	2	
Тема 17. Организационная деятельность	Практические занятия Организационная деятельность туристской фирмы	4	ПК 3.1-3.4 ОК 1-9

туристской фирмы			
Курсовая работа			
Тема 1. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы	Содержание учебного материала Порядок выполнения курсовой работы. Выбор темы курсовой работы. Составление содержания курсовой работы и обсуждение его с преподавателем. Содержание курсовой работы. Подбор источников для выполнения курсовой работы. Анализ источников. Выполнение курсовой работы.	4	ПК 3.1-3.4 ОК 1-9
Тема 2. Требование к оформлению курсовой работы	Содержание учебного материала Требование к оформлению курсовой работы	4	ПК 3.1-3.4 ОК 1-9
Тема 3. Требования к оформлению списка использованных источников и литературы	Содержание учебного материала Список использованных источников информации комплектуется в следующем порядке	4	ПК 3.1-3.4 ОК 1-9
Тема 4. Рецензирование. Оценка и защита курсовой работы	Содержание учебного материала Критерии оценки курсовой работы. Защита курсовой работы.	3	ПК 3.1-3.4 ОК 1-9
	Всего часов	216	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Формируемые компетенции
------------------------------------	--	--------------------	--------------------------------

		МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме			
Глава 1. Сущность, содержание, основ-ные понятия маркетинга в туризме.	Содержание				ПК 3.1-3.4 ОК 1-9
	1.	Сущность и содержание маркетинга в туризме.	2		
	2.	Социально-экономическая сущность маркетинга	2		
	3.	Специфика маркетинга услуг	2		
	4.	Сущность и содержание маркетинга в туризме	2		
Глава 2. Концепция маркетинга в туризме.	Содержание				ПК 3.1-3.4 ОК 1-9
	1.	Развитие теории и практики маркетинга	2		
	2.	Уровни маркетинга в туризме.	2		
	3.	Туристское предприятие — основное звено реализации концепции маркетинга.	2		
	4.	Современные тенденции развития маркетинга туристических предприятий	2		ПК 3.1-3.4 ОК 1-9
	5.	Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии.	2		
	6.	Практическое занятие	2		
		Сущность, содержание и задачи маркетинговых исследований.	2		
		Методические основы маркетинговых исследований.	2		
		Правила и процедуры маркетинговых исследований.	2		
		Формы организации маркетинговых исследований.	2		
	6.	Самостоятельная работа	2		
Глава 4. система маркетинговой информации	Содержание		2		
	1.	Классификация маркетинговой информации	2		
	2.	Система внешней и внутренней маркетинговой информации	2		

туристических предприятий.	3.	Система сбора первичной маркетинговой информации	2	
Глава 5. Маркетинговые исследования туристского рынка.	Содержание		2	
	1.	Структура туристского рынка.	2	
	2.	Оценка конъюнктуры рынка.	2	
	3.	Определение емкости рынка.	2	
	4.	Практическое занятие	2	ПК 3.1-3.4
Глава 6. Маркетинговые исследования туристского продукта.	Содержание			
	1.	Структура туристского продукта.	2	
	2.	Позиционирование продукта.	2	
	3.	Жизненный цикл туристского продукта.	2	
	4.	Итоговое занятие. Самостоятельная работа. Тесты.	2	
Глава 7. Маркетинговые исследования конкурентов.	Содержание			
	1.	Конкурентная среда туристского предприятия.	2	
	2.	Элементы анализа конкурентов.	2	
	3.	Построение конкурентной карты рынка.	2	
Глава 8. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг.	Содержание			ПК 3.1-3.4
	1.	Ориентация на потребителя — основной принцип маркетинга.	2	
	2.	Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг.	2	
	3.	Мотивы поведения потребителей.	2	
	4.	Характеристика процесса принятия решения о приобретении туристских услуг.	2	
Глава 9. Сегментация рынка.	Содержание			ПК 3.1-3.4
	1.	Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка.	2	
	2.	Основные сегменты туристского рынка.	2	
	3	Практическая работа	2	
Глава 10. Формирование	Содержание			ПК 3.1-3.4
	1	Сущность стратегического маркетингового планирования.	2	

маркетинговой стратегии.	2	Ситуационный анализ.	2	
	3	Планирование целей предприятия.	2	
	4	Разработка альтернативных стратегий.	2	
	5	Выбор и оценка стратегии.	2	
	6	Разработка программы маркетинга.	2	
	7.	Бюджет маркетинга.	2	
Глава 11. Маркетинговые технологии в туризме.	Содержание. Практические занятия.			
	1.	Технология вирусного маркетинга.	2	
	2.	Трейд-маркетинг и мерчендайзинг.	2	
	3.	Технология сетевого маркетинга.	2	
	4.	Интегрированные маркетинговые коммуникации.	2	
	5.	Технология бренда. Ребрендинг. Кросс-маркетинговые технологии.	2	
	6.	Итоговое занятие		
		Всего	108	

Внутри каждого раздела указываются соответствующие темы. По каждой теме описывается содержание учебного материала (в дидактических единицах), наименования необходимых лабораторных работ и практических занятий (отдельно по каждому виду), контрольных работ, а также примерная тематика самостоятельной работы. Если предусмотрены курсовые работы (проекты) по дисциплине, описывается примерная тематика.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета
Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Туризм»:
посадочные места по количеству обучающихся;
рабочее место преподавателя;
комплект учебно-наглядных пособий, схем;
комплект блоков документов, используемых в профессиональной
деятельности;
программное обеспечение профессионального назначения.

При прохождении производственной практики рабочее место должно быть
оборудовано программным обеспечением профессионального назначения.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет – ресурсов, дополнительной литературы.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной
литературы

Основные источники:

1. Организация туристской индустрии : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / С. И. Акентьева, В. В. Игнатьева, Г. В. Петрова. — М. : Издательский центр «Академия», 2014. — 320 с.
2. Бутко И.И. Маркетинг в туризме: Уч. пос. – М.: Наука-Спектр, 2012. – 416 с. 2.
3. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб.пособие для студентов СПО. – М.: Кнорус, 2010. - 288 с.
4. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб.пособие для студентов СПО. – М.: Кнорус, 2010. - 288 с.
5. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]. М.: Дашков и Ко, 2012. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116494>
6. Минько Э.В. и др. Маркетинг [Электронный ресурс]. - М.: Юнити-Дана, 2012. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>

Дополнительные источники:

1. Богалдин-Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социальнокультурного сервиса: Учеб. пос. – М.: Изд. МПСИ, 2004. – 560 с.
2. Годин А.М. Маркетинг: Учеб. – М.: Дашков и К, 2008. – 756 с.
3. Дашкова Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: Уч. пос. – М.: Дашков и К, 2011.- 72 с.
4. Можяева Н., Богинская Е.Н. Туризм: учебник для студентов системы СПО. – М.: Гардарики, 2007. – 270 с.
5. Джефкинс Ф. Паблик-релейшнз: Уч. пос. для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 416 с.
6. Джефкинс Ф. Реклама: Уч. пос. для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 543 с.
7. Джеббер Д. Принципы и практика маркетинга: Пер. с англ. Уч. пос. – М.: Вильямс, 2000. – 688 с.
8. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие. - 5-е изд.,стер. - М.: Новое знание, 2005. Дурович А.П. Маркетинг

Интернет-ресурсы:

<http://www.russiatourism.ru> Федеральное агентство по туризму (РОСТУРИЗМ)

<http://www.rostourunion.ru> Российский Союз Туриндустрии

<http://www.tanews.ru> Ежедневная электронная газета Российского Союза Туриндустрии

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Критерии оценки	Методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 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 	<ul style="list-style-type: none"> - Оценка на практическом занятии. - Оценка выполнения практического задания. - Тестирование. - Устный зачет.
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	<ul style="list-style-type: none"> - составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий. 	<ul style="list-style-type: none"> - Оценка на практическом занятии. - Оценка выполнения практического задания. - Тестирование. - Устный зачет.
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта. 	<ul style="list-style-type: none"> - Оценка на практическом занятии. - Оценка выполнения практического задания. - Тестирование. - Устный зачет.
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта; - подготовка электронной презентации тура; - разработка качественного рекламного продукта; - оценка эффективности программы продвижения турпродукта; - разработка фирменного стиля туристской фирмы. 	<ul style="list-style-type: none"> - Оценка на практическом занятии. - Оценка выполнения практического задания. - Тестирование. - Устный зачет.