

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«ЭКОНОМИЧЕСКИЙ БИЗНЕС-КОЛЛЕДЖ»

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **03. Предоставление туроператорских услуг**

специальность **100401 Туризм**  
по программе базовой подготовки

МОСКВА 2012

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее - ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 100401 Туризм (базовой подготовки) и примерной программы, рекомендованной Экспертным советом по профессиональному образованию Федерального государственного автономного учреждения Федерального института развития образования (ФГАУ ФИРО) (Заключение Экспертного совета №089 от 02.марта 2012г.)

Организация-разработчик: НОУ «Экономический бизнес – колледж»

Разработчик:


Богачева Н.В., преподаватель НОУ «Экономический бизнес – колледж»

Кустова Е.В., преподаватель НОУ «Экономический бизнес – колледж»

Тивобилева Р.А., преподаватель НОУ «Экономический бизнес – колледж»

Рабочая программа рекомендована ПЦК Туризма НОУ «Экономический бизнес – колледж».

Протокол № 1 от «29» августа 2012г.

Председатель ПЦК Туризма  Тивобилева Р.А.

Заместитель директора по учебной работе

 А.Н.Филимонова

«03» сентября 2012 г.

Рецензент:

Богачева Н., руководитель учебного центра туристическо-поисковой системы

Туры.ры

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>7</b>
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>8</b>
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>21</b>
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	<b>24</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## Предоставление туроператорских услуг

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 100401 Туризм (базовой подготовки), в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

**Предоставление туроператорских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):**

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 3.5. Организовывать управление брендами в индустрии туризма.

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

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;

оценивания эффективности развития регионального туризма;

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;

проведения маркетинговых исследований;

составления стратегия брендинга;

**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 туров; 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; формировать конкурентоспособные бренды в туризме; оценивать эффективность развития регионального туризма;

**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 турпоездов; 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;  
процесс управления туристским брендами;  
теоретические аспекты функционирования туризма в регионе.

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – 662 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 410 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 114 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 137 часов;

учебной и производственной практики – 252 часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы 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.
ПК 3.5.	Организовывать управление брендами в индустрии туризма
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.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).



### 3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ 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
ОК 1-10 ПК 3.1-3.5	Раздел 1. Осуществление туроператорской деятельности	224	125	75	15	63	3	36	-
	Раздел 2. Изучение маркетинговых технологий в туризме	66	44	24	5	22	3	-	-
	<i>Раздел 3. Методика создания туристских брендов.</i>	48	32	24	-	16	-	-	-
	<i>Раздел 4. Особенности развития регионального туризма</i>	108	72	36	10	36	3	-	-
	Производственная практика	216							216
	<b>Всего:</b>	<b>662</b>	<b>273</b>	<b>159</b>	<b>30</b>	<b>137</b>	<b>9</b>	<b>36</b>	<b>216</b>



### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ 1. Осуществление туроператорской деятельности		224	
МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности.		110	
Тема 1.1. Перспективы развития мирового туризма	<b>Содержание</b> 1. Факторы развития туризма. 2. Международные и российские туристские организации. 3. Международное регулирование туристской деятельности. 4. Перспективы развития мирового туризма.	6	1
	<b>Практические занятия</b> 1. Составить картосхему развития российского туризма. 2. Составить картосхему развития мирового туризма.	6	
Тема 1.2. Понятие туроператорской деятельности.	<b>Содержание</b> 1. Понятие туроператорской деятельности. 2. Компетенции работников туроператорских услуг. 3. Виды деятельности туроператора. 4. Разработка турпродукта в процессе оказания туроператорских услуг. 5. Договорно-правовая документация: договор с поставщиками услуг. 6. Договорно-правовая документация: договор между туроператорами. 7. Договорно-правовая документация: договор с турагентами.	7	2
	<b>Практические занятия</b> 1. Продвижения турпродукта на внутреннем и внешних рынках. 2. Осуществление предоставления туроператорских услуг,	6	

	соответствующих запросам потребителя.		
<b>Тема 1.3. Технология предреализационных процессов в сфере туризма.</b>	<b>Содержание</b> 1.Разработка туристского маршрута. 2.Технология формирования тура. 3.Оценка экономической эффективности тура. 4.Технология доставки турпродукта потребителю туристских услуг. 5.Формирование сбытовой сети. Подбор партнеров по сбыту. 6.Агентское соглашение. 7.Реклама туристского продукта. 8.Продвижение туристского продукта на выставке. 9.Стимулирование продажи и пропаганды туристского продукта.	9	2
	<b>Практические занятия</b> 1.Деловая ситуация: «Организация продвижения туристского продукта». 2.Подбор партнеров по сбыту. 3.Оценить экономическую эффективность тура. 4.Разработать туристский маршрут. 5.Составить план продвижения турпродукта.	15	
<b>Тема 1.4. Организация и проведение туристского маршрута.</b>	<b>Содержание</b> 1.Этапы выполнения туристского маршрута. 2.Организация туристского маршрута. 3.Проведение туристского маршрута. 4.Послемаршрутное оформление документов.	4	2
	<b>Практические занятия</b> 1.Составление списка документов, получаемых туристом при оформлении тура. 2.Права и обязанности руководителя туристской группы. 3.Правила поведения на внутреннем непоходном туристском маршруте.	9	
<b>Тема 1.5. Обеспечение безопасности туризма.</b>	<b>Содержание</b> 1. Общие вопросы безопасности в туризме. 2. Основные виды и особенности страхования. 3. Полис автогражданской ответственности. 4. Действие застрахованного в случае наступления страхового случая. 5. Рекомендации по страхованию.	6	2
	<b>Практические занятия</b>	30	

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение законодательной базы страхования в туризме.</li> <li>2. Составление перечня стран, не рекомендуемых для посещения туристами ввиду высокой опасности заражения инфекционными заболеваниями.</li> <li>3. Перечислить требования к содержанию страхового полиса.</li> <li>4. Отметить на карте мира страны, где зарегистрированы случаи заболевания людей чумой.</li> <li>5. Отметить на карте мира страны, где зарегистрированы случаи заболевания людей холерой.</li> <li>6. Отметить на карте мира страны, где зарегистрированы случаи заболевания людей желтой лихорадкой.</li> <li>7. Отметить на карте мира страны, где зарегистрированы случаи заболевания людей малярией.</li> <li>8. Организация страхования туристов.</li> <li>9. Деловая ситуация: «Оформление страхования туриста».</li> <li>10. Заполнение полиса автогражданской ответственности.</li> </ol>		
<b>Тема 1.6. Режимы и правила пересечения границ различных стран.</b>	<b>Содержание</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Визовый и безвизовый режим въезда гражданами Российской Федерации.</li> <li>2. Шенгенское соглашение. Правила пересечения границ стран, входящих в Шенгенское соглашение, гражданами Российской Федерации.</li> <li>3. Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.</li> </ol>	3	2
	<b>Практические занятия</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составить перечень стран, имеющих режим визового и безвизового въезда граждан Российской Федерации.</li> <li>2. Составить перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение.</li> <li>3. Деловая ситуация: «Оформление таможенных документов».</li> </ol>	9	
<b>Самостоятельная работа</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности оформления виз в некоторые страны (США, Великобритания, 2. Республика Корея, Япония)</li> <li>3. Визовые ограничения (Австралия, ОАЭ).</li> <li>4. Формы декларирования товаров.</li> <li>5. Порядок ввоза и вывоза животных.</li> <li>6. Таможенное декларирование.</li> </ol>		63	

	<p>7. Таможенное оформление и таможенный контроль.  8. Нарушение таможенных правил.  9. Операции с валютой.  10. Пластиковые карты и правила их использования.  11. Особенности применения дорожных чеков.  12. Система поощрения покупок Tax-free и Duty-free.  13. Ввоз товаров физическими лицами.  14. Вывоз товаров физическими лицами.  15. Товары, ввозимые (вывозимые) без уплаты таможенных пошлин.  16. Общегражданские и специальные заграничные паспорта.  17. Виза и визовый запрос.  18. Ваучеры и их применение в туристской деятельности.  19. Организация ознакомительных туров  20. Контактная зона для обслуживания потребителей туроператорских услуг  21. Основные положения нормативно-правовых документов, регулирующих туристскую сферу в РФ.  22. Написание курсовой работы.</p>		
<p><b>Учебная практика</b>  <b>Виды работ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составление договора с поставщиками услуг.</li> <li>2. Составление договора между туроператорами.</li> <li>3. Составление договора с турагентами.</li> <li>4. Разработка туристского маршрута.</li> <li>5. Составление плана продвижения турпродукта.</li> <li>6. Оформление страхования туриста.</li> <li>7. Оформление таможенных документов.</li> <li>8. Составление списка документов, получаемых туристом при оформлении тура.</li> </ol>		36	
<p><b>Раздел ПМ 2. Изучение маркетинговых технологий в туризме</b></p>		66	
<p><b>МДК 03.02</b>  <b>Маркетинговые технологии в туризме</b></p>		39	
<p><b>Тема 2.1 Виды рекламного продукта</b></p>	<p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды рекламного продукта</li> <li>2. Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов</li> </ol>	5	1

	<b>Практические занятия</b> Создание рекламной презентации турпродукта	4	
<b>Тема 2.2. Работа на выставках</b>	<b>Содержание</b> 1. Правила работы на выставках 2. Методы анализа результатов деятельности на выставках 3. Маркетинговые исследования в туризме	6	2
	<b>Практические занятия</b> 1. Провести анализ деятельности туркомпаний нашего региона 2. Используя результаты маркетинговых исследований, создать план переговоров с турагентствами города.	8	
<b>Тема 2.3 Рекламная компания</b>	<b>Содержание</b> Техника проведения рекламной компании Методика организации рекламных туров	4	2
	<b>Практические занятия</b> 1. Разработать несколько вариантов предоставления информации турагентам по рекламным турам 1. Разработка мероприятий по продвижению и реализации турпродукта	4	
<b>Тема 2.4 Основные правила и составления программ туров</b>	<b>Содержание</b> 1. Правила составления программ туров 2. Методика составления программ туров	4	2
	<b>Практические занятия</b> Расчет комиссионного вознаграждения для поощрения турагентов	4	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 1.</b> 1. Виды маркетинговых исследований 2. Источники информации в маркетинге 3. Методы распространения турпродукта, стимулирование сбыта и продвижение 4. Способы стимулированию спроса на туристские товары и услуги		22	2
<b>Примерная тематика домашних заданий</b> 1. Разработка маркетинговых концепций с рекомендациями по их реализации 2. Провести ситуационный анализ работы турфирмы в нашем городе 3. Разработать схемы проведения маркетинговых исследований 4. Опираясь на маркетинговые исследования предположить и обосновать будущие тенденции на туристском рынке нашей республики 5. Подготовить рекламный проспект для турпродукта			

<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b> 1. Работа на специализированных выставках, с целью организации презентаций деятельности турфирмы, сбора информации 2. Проведение маркетинговых исследований 3. Используя результаты маркетинговых исследований создать конкурентоспособный турпродукт			
<b>Раздел ПМ 3.</b> <b>Предоставление</b> <b>туроператорских услуг</b>		48	
<b>МДК 03.03 Туристский бренд</b>		32	
<b>Тема 3.1 Туристический бренд</b>	<b>Содержание</b> 1. Понятие бренда. 2. Особенности туристического бренда	2	2
	<b>Практические занятия</b> 1. Типы туристического бренда 2. Особенности позиционирования туристских объектов 3. Практический семинар «Как увеличить отдачу от продвижения туристических брендов»	6	
<b>Тема 3.2. Процесс управления брендами в организациях индустрии туризм</b>	<b>Содержание</b> 1. Определение брендинга 2. Этапы процесса управления туристским брендами 3. Стратегии выбора названия бренда	3	3
	<b>Практические занятия</b> 1. Продвижение туристского бренда 2. Используя результаты маркетинговых исследований, создать план управления туристским брендом.	6	
<b>Тема 3.3 Процесс формирования собственного туристского бренда</b>	<b>Содержание</b> 1. Типы марочных стратегий 2. Стратегия брендинга	3	2
	<b>Практические занятия</b> 1. Создание собственной торговой марки 2. Управления брендами 3. Составление рейтингов популярности туристических брендов среди туристов и турагентств	12	

	<b>4. Формирования конкурентоспособного бренда в туризме</b>		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 1.</b>		16	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Бренд региона</li> <li>2. Туристическая привлекательность города</li> <li>3. Особенности российского туристического рынка</li> <li>4. Практика создания туристических брендов в России</li> </ol>			
<b>Примерная тематика домашних заданий</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность бренда и его отличие от торговой марки.</li> <li>2. Создание бренда и его специфика.</li> <li>3. Значение бренда в сфере туризма</li> <li>4. Как создавать достопримечательности: общий алгоритм создания</li> </ol>			
<b>Учебная практика</b>			
<b>Виды работ</b>			
1. Проведение маркетинговых исследований и составление стратегия брендинга с целью создания наиболее привлекательного туристского бренда			
<b>Раздел ПМ 4.</b>		108	
<b>Особенности развития регионального туризма</b>			
<b>МДК 03.04.</b>		62	
<b>Развитие регионального туризма</b>			
<b>Тема 4.1.</b> <b>Теоретические аспекты функционирования туризма в современной экономике</b>	<b>Содержание</b>	6	2
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Структура и организационно-экономические условия развития туризма</li> <li>2. Институциональные основы функционирования туризма</li> <li>3. Методические подходы к экономической оценке состояния и развития туризма</li> </ol>		
	<b>Практическое занятие</b>	6	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. История развития внутреннего туризма в Московском регионе</li> <li>2. Характеристика социально-экономического развития Московского региона</li> <li>3. Субъекты внутреннего туризма.</li> </ol>		



<b>Тема 4.2.</b> <b>Система государственного регулирования внутреннего туризма</b>	<b>Содержание</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Предмет ведения государственных органов регионального уровня.</li> <li>2. Структура управления туризмом на уровне субъектов федерации, муниципальных образований.</li> <li>3. Функции управления органов координации на региональном уровне.</li> </ol>	6	1
<b>Тема 4.3.</b> <b>Функции государства в области регулирования внутреннего туризма</b>	<b>Практическое занятие</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организационная структура управления внутренним туризмом на уровне региона, муниципального образования.</li> <li>2. Нормативно-правовые основы регулирования туризма в Московском регионе</li> </ol>	4	
<b>Тема 4.3.</b> <b>Функции государства в области регулирования внутреннего туризма</b>	<b>Содержание</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Планирование и координация развития туризма органами государственной власти.</li> <li>2. Методы планирования.</li> <li>3. Формы государственной поддержки внутреннего туризма.</li> <li>4. Методы привлечения инвестиций в туристскую сферу.</li> </ol>	8	2
<b>Тема 4.4.</b> <b>Оценка эффективности развития регионального туризма</b>	<b>Практическое занятие</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ законодательных актов, направленных на регулирование туристской деятельности в Московском регионе</li> <li>2. Оценка привлекательности инвестиционного климата в Московском регионе (другом регионе) для отечественных и иностранных инвесторов</li> <li>3. Маркетинговая политика государственных и муниципальных органов управления туризмом в Московском регионе</li> </ol>	4	
<b>Тема 4.4.</b> <b>Оценка эффективности развития регионального туризма</b>	<b>Содержание</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие ресурсного потенциала в туризме. Количественная и качественная оценка ресурсов.</li> <li>2. Ресурсное обеспечение развития туризма в Московском регионе</li> <li>3. Основные принципы формирования рекреационных систем.</li> <li>4. Анализ рыночных условий функционирования туристского комплекса Московского региона</li> <li>5. Методика оценки потенциала развития туризма в регионе</li> </ol>	8	2

	<p><b>Практическое занятие</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Природно-рекреационный потенциал Московского региона</li> <li>2. Комплексная оценка инфраструктуры внутреннего туризма на конкретном примере</li> <li>3. Методы количественной и качественной оценок туристско-рекреационных ресурсов.</li> <li>4. Историко-культурные особенности формирования внутреннего туристского продукта.</li> <li>5. Состояние трудовых ресурсов внутреннего туризма в Московском регионе</li> </ol>	6	
<p><b>Тема 4.5.</b> <b>Возможности развития видов туризма</b></p>	<p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методологические основы разработки региональных программ развития туризма.</li> <li>2. Технологическая схема разработки плана экономического и социального развития внутреннего туризма, выработка концепции.</li> <li>3. Экологически-спортивный туризм</li> <li>4. Разработка программных мероприятий: развитие нормативно-правовой, материально-технической, информационной, организационной, кадровой и научной базы развития внутреннего туризма.</li> <li>5. <b>Оздоровительный туризм</b></li> <li>6. <b>Познавательный туризм</b></li> </ol>	8	2
	<p><b>Практическое занятие</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Комплексный характер разработки планов развития внутреннего туризма на региональном уровне.</li> <li>2. Расчет емкости рынка и структуры туристского спроса отдельных районов Московского региона (по выбору студента).</li> <li>3. Характеристика ресурсной базы внутреннего туризма отдельных районов Московского региона (по выбору студента).</li> <li>4. Разработка стратегии развития отдельных районов Московского региона (по выбору студента).</li> <li>5. Разработка программы развития туризма в регионе</li> </ol>	8	
<p><b>Самостоятельная работа</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Географическое положение и описание Московского региона</li> <li>2. Демографическая характеристика и анализ трудовых ресурсов для целей развития внутреннего туризма</li> </ol>		36	

<p>3. Характеристика природно-рекреационного потенциала районов Московского региона</p> <p>4. Расчет емкости рынка и структуры туристского спроса отдельных районов республики Башкортостан (по выбору студента)</p> <p>5. Динамика развития внутреннего туризма в регионе за последние три–пять лет (по данным маркетинговых исследований).</p> <p>6. Исследование потребительских факторов спроса при разработке концепции развития туризма в Московском регионе</p> <p>7. Анализ программ развития туризма различных субъектов федерации и дестинаций (по материалам опубликованных программ)</p> <p>8. Факторы нормативно-правового регулирования развития туризма в регионе: практика применения основного закона и региональных законов</p>		
<p style="text-align: center;"><b>Примерная тематика курсовых работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. История международного и отечественного туризма.</li> <li>2. Международные и российские туристские организации.</li> <li>3. Международное регулирование туристской деятельности.</li> <li>4. Перспективы развития мирового туризма.</li> <li>5. Организация и проведение туристского маршрута.</li> <li>6. Режимы и правила пересечения границ различных стран.</li> <li>7. Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов</li> <li>8. Техника проведения рекламной компании</li> <li>9. Методика организации рекламных туров</li> <li>10. <i>Функции государства в области регулирования внутреннего туризма</i></li> <li>11. <i>Туристские ресурсы Московского региона: анализ современного состояния и перспективы развития.</i></li> </ol>	30	

<p><b>Производственная практика</b></p> <p><b>Виды работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведение маркетинговых исследований и создание базы данных по туристским продуктам.</li> <li>2. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, определение цены турпродукта.</li> <li>3. Составление программ туров для российских и зарубежных клиентов.</li> <li>4. Работа с запросами клиентов.</li> <li>5. Проведение анализа деятельности других туркомпаний.</li> <li>6. Оформление документов для консульств, страховых полисов.</li> <li>7. Работа на специализированных выставках с целью организации презентаций.</li> <li>8. Разработка турпродукта в процессе оказания туроператорских услуг.</li> <li>9. Изучить и создать план управления туристским брендом.</li> <li>10. Изучить методику составления стратегии брендинга.</li> <li>11. Изучить комплексный характер разработки планов развития внутреннего туризма на региональном уровне.</li> <li>12. Рассчитать емкости рынка и структуры туристского спроса отдельных районах Московского региона.</li> <li>13. Охарактеризовать ресурсную базу внутреннего туризма отдельных районов Московского региона.</li> <li>14. Разработать стратегию развития отдельных районов Московского региона.</li> <li>15. Изучить историко-культурные особенности формирования внутреннего туристского продукта.</li> <li>16. Оценить состояние трудовых ресурсов внутреннего туризма в Московском регионе.</li> <li>17. Сбор и анализ информации для определения потребностей клиента.</li> </ol>	216	
<b>Всего</b>	662	

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинета турагентской и туроператорской деятельности;

#### **лабораторий и тренинговых кабинетов:**

учебный (тренинговый) офис;

учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма).

**Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:** доска, ученические столы 1-2 местные с комплектом стульев (компьютерные, учебные, демонстрационные), стол для преподавателя, компьютерный стол, демонстрационный стеллаж, шкафы для хранения учебников, дидактических материалов, пособий и пр.;

**Технические средства обучения:** интерактивная доска, мультивизор, видеодвойка, мультимедийный проектор; средства новых информационных технологий (СНИТ); традиционные экранно-звуковые средства обучения (ЭЗСО, кинофильмы, диафильмы, диапозитивы-слайды, транспаранты); компьютер преподавателя, компьютеры для студентов, МФУ

**Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории:** столы, стулья, компьютер преподавателя, компьютеры для студентов, МФУ.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

### 4.2. Информационное обеспечение обучения

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **МДК 03.01.**

##### **Основные источники:**

1. Бирюков П.Н. Правовое регулирование туристской деятельности. Издательство: Юристь.2009.
2. Гурьянова Ф.А. Информационные технологии обслуживания туристов. Издательство: Советский спорт. 2010.
3. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. М.: Кнорус, 2010.
4. Мишина Л.А., Маркова Ю.А., Грачева О.Ю. Организация туристического бизнеса: Технология создания турпродукта: Учебно-практическое пособие. ИТК Дашков и К, 2008.



5. Моисеева Н.К. Маркетинг и турбизнес. Учебник. В 2-х частях. Издательство: Советский спорт. 2009.

**Дополнительные источники:**

1. Бгатов А.П. Безопасность в туризме. М.: Форум. 2010.
2. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе. М.: КНОРУС, 2006.
3. Поздняк Г.В. Атлас мира. Справочно-географический. М.: Оникс. 2010.

**МДК 03.02.**

**Основные источники:**

1. Богинская Е.В., Можаяева Н.Г. Туризм: Учебник для студентов системы среднего профессионального образования (под ред. Скамницкого А.А.). Издательство: Гардарики, 2007 г.
2. Гурьянова Ф.А. Информационные технологии обслуживания туристов. Издательство: Советский спорт. 2010.
3. Ключников А.В. Менеджмент туризма. Учебник. Издательство: Советский спорт. 2009.
4. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов. Издательство Инфра-М Форум.
5. Яцук А.В., Сарафанова Е. Маркетинг в туризме. Издательство Альфа-М.2007.

**Дополнительные источники:**

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Учебное пособие. Издательство: Советский спорт. 2008.
2. Быстров С.А. Воронцова М.Г. Туризм: Макроэкономика и микроэкономика. Издательство Герда . 2008.
3. Лукьянова Н.С. География туризма: туристские регионы мира и России: практикум. учебное пособие. Издательство: КноРус. 2010.
4. Новиков В.С. Инновации в туризме. Издательство: Академия. 2010
5. Шевелева О.В. Организация ведения переговоров. Учебное пособие. Издательство: Советский спорт.2007.

**МДК 03.03.**

1. Мишина Л.А., Маркова Ю.А., Грачева О.Ю. Организация туристического бизнеса: Технология создания турпродукта: Учебно-практическое пособие. ИТК Дашков и К, 2008.
2. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. М.: Кнорус, 2010.

**МДК 03.04.**

1. Лукьянова Н.С. География туризма: туристские регионы мира и России: практикум. учебное пособие. Издательство: КноРус. 2010.
2. Богинская Е.В., Можаяева Н.Г. Туризм: Учебник для студентов системы среднего профессионального образования (под ред. Скамницкого А.А.). Издательство: Гардарики, 2007 г.

### 4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием организации образовательного процесса в рамках профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг» является освоение программ общепрофессиональных дисциплин.

### 4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Предоставление туроператорских услуг».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, регулярно проходящие стажировку в качестве методистов по программам преподавания в начальных классах, повышающие квалификацию на курсах. Опыт деятельности в образовательных учреждениях является обязательным.

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

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего и итогового контроля индивидуальных образовательных достижений (знания, умения, практический опыт).

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения. Итоговый контроль проводится экзаменационной комиссией после обучения по междисциплинарному курсу.

Обучение по профессиональному модулю завершается промежуточной аттестацией, которую проводит экзаменационная комиссия. В состав экзаменационной комиссии могут входить представители общественных организаций обучающихся, работодатели.

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	Умение проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг	Практическая работа



ПК 3.2. Формировать туристский продукт	Умение формировать туристский продукт	Практическая работа
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	Умение рассчитывать стоимость туристского продукта.	Практическая работа
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	Умение взаимодействовать с турагентами.	Практическая работа
ПК 3.5. Организовывать управление брендами в индустрии туризма	Умение организовывать управление брендами в индустрии туризма	Практическая работа

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.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	демонстрация интереса к будущей профессии через: - повышение качества обучения по ПМ; - участие в НСО; - участие студенческих олимпиадах, научных конференциях; - участие в органах студенческого самоуправления, - участие в социально-проектной деятельности; - портфолио студента	интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области предоставления турагентских услуг; оценка эффективности и качества выполнения;	- наблюдение за обучающимся на производственной практике; - оценка результативности работы обучающегося при

		выполнении индивидуальных заданий.
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области предоставления турагентских услуг, и нести за них ответственность	- оценка результативности работы обучающегося при исполнении профессиональной деятельности
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- эффективный поиск и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	-оценка эффективности работы с источниками информации при формализованном наблюдении
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- оценка эффективности работы обучающегося с ИКТ при формализованном наблюдении
ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, методистами в ходе обучения	- интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	- организация целостного педагогического процесса, проявление ответственности за качество и результат	- оценка эффективности организации педагогического процесса
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и	- планирование процесса самообразования, самовоспитания для	-оценка результативности выполнения плана

личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	профессионального и личностного развития	самообразования, самовоспитания обучающегося
ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.	- анализ инноваций в области разработки технологических процессов.	- Семинары, - научно-практические конференции; - конкурсы профессионального мастерства; - олимпиады; - практикумы; - мастер-классы.
ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).	- соблюдение техники безопасности; - соблюдение корпоративной этики (выполнение правил внутреннего распорядка); - ориентация на воинскую службу с учётом профессиональных знаний	- оценка готовности обучающегося к исполнению воинской обязанности с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).