Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Уральский политехнический колледж»

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНПОО УРПК
_____ Минниахметов Р.Р.
«29» августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

по специальности 43.02.10 «Туризм»

Уфа-2022

Настоящая рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 43.02.10 «Туризм».

Организация-разработчик:
АНПОО «Уральский политехнический колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	18
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	19

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОАНЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности по специальности 43.02.10 «Туризм» и соответствующие ему общие компетенции, и профессиональные компетенции:

1.1.1 Перечень общих компетенций:

Код	Наименование общих 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

1.1.2 Перечень профессиональных компетенций:

Код	Наименование видов деятельности и 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

1.1.3 В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	– проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; – планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета; – предоставления сопутствующих услуг; – расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; – взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта; – работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг; – планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;
Уметь	– осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; – проводить анализ деятельности других туркомпаний; – работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; – обрабатывать информацию и анализировать результаты; – налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; – работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; – работать с информационными и справочными материалами; – составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; – составлять турпакеты с использованием иностранного языка; – оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; – оформлять страховые полисы; – вести документооборот с использованием информационных технологий;

	– анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; – рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; – рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; – работать с агентскими договорами; – использовать каталоги и ценовые приложения; – консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; – работать с заявками на бронирование туруслуг; – предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; – использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение; – использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;
Знать	– виды рекламного продукта; – правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; – способы обработки статистических данных; – методы работы с базами данных; – методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; – планирование программ турпоездок; – основные правила и методику составления программ туров; – правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями; – способы устранения проблем, возникающих во время тура; – методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; – методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; – методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; – основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;

	– правила бронирования туруслуг; – методику организации рекламных туров; – правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; – основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; – технику проведения рекламной кампании; – методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов; – техники эффективного делового общения, протокол и этикет; – специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

1.1.4 Личностные результаты

Код	Наименование личностных результатов
ЛР 3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».
ЛР 9	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.
ЛР 10	Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.
ЛР 11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.
ЛР 13	Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации
ЛР 14	Демонстрирующий навыки анализа и интерпретации информации из различных источников с учетом нормативно-правовых норм
ЛР 15	Демонстрирующий готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как

	условию успешной профессиональной и общественной деятельности.
ЛР 16	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно мыслящий, осознанно выполняющий профессиональные требования, умеющий реализовывать лидерские качества на производстве
ЛР 17	Гибко реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, готовый к их освоению
ЛР 18	Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику
ЛР 19	Принимающий цели и задачи научно-технологического, экономического, информационного развития России, готовый работать на их достижение
ЛР 20	Способный в цифровой среде проводить оценку информации, ее достоверность, строя логические умозаключения на основе поступающей информации

1.2. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 642 часа, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 250 часов;самостоятельной работы обучающегося – 412 часов.

учебной практики-36 часов

производственной практики-108 часов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура 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 нагрузкаобучающегося				Самостоятельная работа обучающегося		Учебная практика, часов	Производственная (по профилю специальности), часов *если предусмотрена рассредоточенная практика)*
			Всего, часов	Лекции, уроки	в т.ч. лабораторныеработы 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	11
ПК 3.1 – ПК 3.4	Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности	284	54		40		230			
ПК 3.1 – ПК 3.4	Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме	234	52		44		182			
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика	108	108							108
	Всего:	642	250				412	-	36	108

* Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
МДК.03.01Технология и организация туроператорской деятельности		*284*	
Тема 1.1 Основы туроператорской деятельности	**Содержание**	92	
	1. Понятие туроператорской деятельности		1-2
	2. Международное регулирование туристской деятельности		
	3. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России		
	4. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности.		
	5. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров		
	6. Документация туроператорской фирмы		
	7. Ведение туристской отчетности		
	8. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста. Ответственность ТО перед туристом		
	Практические занятия № 1-3		
	1. Анализ профиля туроператоров		
	2. Изучение технологии оформления договоров		
	3. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру		
Тема 1.2 Технология разработки туристского продукта.	**Содержание**	96	
	1. Понятие разработки туристского продукта Свойства и цели турпродукта		2
	2. Методы работы с базами данных		
	3. Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению		

	4.	Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации		
	5.	Выбор схемы работы в дестинации		
	6.	Планирование программ турпоездок		
	7.	Основные правила и методика составления программ туров		
	8.	Методика работы со справочными и информационными материалами по местам и видам размещения и питания		
	9.	Методика работы со справочными и информационными материалами по экскурсионным объектам		
	10.	Методика работы со справочными и информационными материалами по транспорту		
	11.	Методика расчёта стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания		
	12.	Правила расчета себестоимости турпакета и определение цены турпродукта		
	13.	Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями		
	14.	Правила оформления документов при работе государственными организациями		
	15.	Правила оформления документов при работе со страховыми компаниям		
	Практические занятия			
	1.	Анализ ресурсов выбранной дестинации.		
	2.	Определение базовых услуг по заданным показателям.		
	3.	Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов.		
	4.	Составление программ тура и турпакета для российских и зарубежных клиентов.		
	5.	Составление программ тура и турпакета для российских и зарубежных клиентов.		
	6.	Расчет стоимости тура.		
Тема 1.3 Оптимизация предоставления туристских услуг.	**Содержание**		96	1-2
	1.	Создание агентской сети и содержание агентских договоров.		
	2.	Основные формы работы с тургентами по продвижению и реализации турпродукта		
	3.	Правила расчётов с турагентами и способы их поощрения.		
	4	Методика организации рекламных туров		
	5	Техники эффективного делового общения, протокол и этикет		
	6.	Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами.		

	7.	Анализ проблем и способы устранения проблем, возникающих во время тура.		
	Практические занятия			
	1.	Деловая игра «Практика делового общения»		
	2.	Правила проведения семинаров и вебинаров.		
	3.	Выявление в СМИ и анализ предоставления некачественных услуг в соответствии с законодательством РФ.		
Самостоятельная работа при изучении МДК.03.01 «Технология и организация туроператорской деятельности» 1.Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров. 2.Выявление в СМИ, электронных изданиях и анализ предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг. туроператором в соответствии с законодательством РФ. Ответственность ТО перед туристом. 3.Характеристика отельного бренда. 4.Анализ транспортного обслуживания в пакетных и индивидуальных турах. 5.Составление программы экскурсионного обслуживания по маршруту в России для зарубежных туристов. 6.Составление программы экскурсионного обслуживания в России и за рубежом для российских туристов. 7.Особенности страхования туристов. 8.Визовое сопровождение туристов. 9.Разработка программы туристского обслуживания.			**230**	
Тематика курсовых работ 1. Организация и технология образовательного выездного туризма в страну. 2.Особенности планирования турпродукта для выездного туризма. 3. Особенности планирования турпродукта для внутреннего туризма. 4. Методика организации рекламных туров. 5. Особенности рекламы туристского продукта 6. Анализ деятельности ведущего международного туроператора на примере конкретной компании. 7. Анализ сотрудничества операторов с гостиничными предприятиями. 8. Разработка программы выездного развлекательного тура . 9. Событийный туризм как средство развития въездного и внутреннего туризма. 10. Организация и технология событийного тура. 11. Организация и технология экологического тура.				

12. Методика работы со справочными и информационными материалами по транспорту. 13.Профессиональная этика работников туристского бизнеса. 14. Анализ договорных отношений туроператоров с поставщиками услуг. 15. Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами. 16. Анализ профиля туроператоров. 17. Методы стимулирования потребителей туристского продукта. 18. Методика расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания и методикой расчета себестоимости турпакета, определения цены турпродукта. 19. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями и государственными организациями. 20. Правила оформления документов при работе со страховыми компаниям.. 21. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта. 22. Организация и технология делового выездного туризма в страну. 23. Анализ принципов и методов государственного регулирования туристской деятельности в РФ. 24. Правила работы на специализированных туристических выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках. 25. Разработка программы экскурсионно-познавательного тура для для иностранных туристов. 26. Методы работы с базами данных и методикой работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту. 27. Этапы планирования программ экскурсионных турпоездок. 28.Основные правила и методика составления программ туров. 29. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями. 30. Способы устранения проблем, возникающих во время тура. 31. Анализ ресурсов выбранной дестинации. 32. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта. 33. Правила расчетов с турагентами и способы их поощрения. 34. Техника эффективного делового общения, протокол и этикет.			
МДК 03.02 Маркетинговые		**234**	

технологии в туризме				
Тема 2.1 Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	**Содержание**		110	
	1.	Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга в туризме. Становление и развитие маркетинга в туризме		1-2
	2.	Принципы маркетинга туризма. Маркетинг в профессиональной деятельности специалиста по туризму		
	3.	Концепции рыночной деятельности. Концепция маркетинга в туризме. Современные тенденции развития маркетинга		
	4.	Уровни и координация маркетинга в туризме. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Управление маркетингом туристской организации		
	5.	Рынок туристских услуг. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Экономические закономерности туристского рынка		
	6.	Основные элементы окружающей среды туристской фирмы. Макросреда и микросреда. STEP-анализ, SWOT-анализ		
	7.	Информационное обеспечение маркетинга. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований		
	8.	Процесс маркетингового исследования		
	9.	Организационные формы проведения маркетинговых исследований		
	10.	Методологические основы маркетинговых исследований		
	11.	Опрос и его инструментарий. Наблюдение. Эксперимент. Экспертные оценки		
	12.	Метод фокус-групп. Другие методы маркетинговых исследований		
	13.	Анализ конкурентов. Построение конкурентной карты рынка		
	14.	Потребители как объект маркетинговых исследований		
	Практические занятия			
	1.	Разработка плана и организация маркетингового исследования для создания нового продукта.		
	2.	Анализ туристского спроса и факторов, влияющих на него.		
	3.	Графический анализ данных о спросе на туристские услуги. Пути повышения спроса		
	4.	Проведение анализа деятельности организаций-конкурентов		
Тема 2.2	**Содержание**		124	

Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта.	1.	Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии туристской организации.		1-2
	2.	Виды маркетинговых стратегий.		
	3.	Программа маркетинга.		
	4.	Бюджет маркетинга.		
	5.	Сущность и роль сегментации рынка.		
	6.	Базовые признаки сегментации и основные сегменты рынка туризма.		
	7.	Методы сегментации.		
	8.	Особенности сегментации российского туристского рынка.		
	9.	Выбор целевого рынка.		
	10.	Позиционирование туристского продукта.		
	11.	Маркетинговый комплекс.		
	12.	Планирование и разработка туристского продукта.		
	13.	Жизненный цикл турпродукта.		
	14.	Внедрение на рынок нового турпродукта.		
	15.	Стратегии установления цены на туристский продукт.		
	16.	Формирование сбытовой политики, управление каналами сбыта. Контакты с торговыми представительствами других регионов и стран.		
	Практические занятия			
	1.	Проведение сегментации рынков для различных турпродуктов		
	2.	Позиционирование турпродукта по преимуществам		
	3.	Анализ маркетинговых стратегий турфирм региона		
	4.	Разработка программы маркетинга виртуальной турфирмы.		
Самостоятельная работа при изучении МДК.03.02 «Маркетинговые технологии в туризме» 1. Создание презентации по заданной тематике. 2. Проведения маркетингового исследования «Популярные туристские направления» 3. Разработка маркетингового плана компании.			182	

Учебная практика **Виды работ:** 1. Знакомство с правилами прохождения учебной практики. 2. Инструктаж по охране труда, противопожарной безопасности. 3. Рассмотреть виды рекламного продукта. 4. Ознакомиться с правилами работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках. 5. Изучить способы обработки статистических данных. 6. Ознакомиться с методами работы с базами данных и методикой работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту. 7. Ознакомиться с планированием программ турпоездок. 8. Изучить основные правила и методику составления программ туров. 9. Рассмотреть правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями. 10. Ознакомиться со способами устранения проблем, возникающих во время тура. 11. Ознакомиться с методиками расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания и методикой расчета себестоимости турпакета, определения цены турпродукта. 12. Ознакомиться с методикой создания агентской сети и содержание агентских договоров. 13. Изучить основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта. 14. Изучить методику организации рекламных туров. 15. Изучить правила расчетов с турагентами и способы их поощрения. 16. Изучить основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований. 17. Изучить технику проведения рекламной кампании. 18. Изучить методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов. 19. Изучить технику эффективного делового общения, протокол и этикет. 20. Изучить специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами		
Производственная практика (по профилю специальности) **Виды работ:** 1. Знакомство с правилами трудового распорядка организации.		

2. Инструктаж по охране труда, противопожарной безопасности. 3. Осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами. 4. Проводить анализ деятельности других туркомпаний. 5. Работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации. 6. Обрабатывать информацию и анализировать результаты. 7. Налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран. 8. Работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных. 9. Работать с информационными и справочными материалами. 10. Составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов. 11. Составлять турпакеты с использованием иностранного языка. 12. Оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам. 13. Оформлять страховые полисы. 14. Вести документооборот с использованием информационных технологий. 15. Анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы. 16. Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания 17. Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта 18. Работать с агентскими договорами. 19. Использовать каталоги и ценовые приложения. 20. Консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта. 21. Работать с заявками на бронирование туруслуг. 22. Предоставлять информацию турагентам по рекламным турам. 23. Использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение. 24. Использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках		
	Всего:	518

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).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Турагентской и туроператорской деятельности», оснащенный оборудованием: учебная мебель, ноутбуки – 6 шт., мультимедийное презентационное оборудование – 1.

Оборудование учебной (тренинговой) фирмы по предоставлению туристских услуг (турфирма): учебная мебель, ноутбуки – 6 шт., мультимедийное презентационное оборудование – 1.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

3.2. Информационное обеспечение обучения

3.2.1 Основные печатные издания:

Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н.А. Агешкина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 567 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1072191. - ISBN 978-5-16-015973-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1855504

Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 375 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014917-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1209851

3.2.2. Основные электронные издания:

www.rostourunion.ru - сайт Российского союза туриндустрии

www.tourdom.ru – профессиональный туристический портал

www.tourinfo.ru – официальный сайт газеты «Туринфо»

3.2.3. Дополнительные источники:

Рыжиков, С. Н. Курсовая работа в профессиональной образовательной организации СПО : учебно-методическое пособие / С.Н. Рыжиков. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 345 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/967870. - ISBN 978-5-16-014172-5. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1209809

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).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Коды и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля, личностных результатов	**Критерии оценки**	**Методы оценки**
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований	*Для текущего контроля:* оценка работы на практических занятиях, оценка выполнения самостоятельных работ *Для промежуточной аттестации:* дифференцированный зачет
	качество организации и проведения сбора данных	
	качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований	
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	составление различных вариантов программ туровдля разных целевых аудиторий	
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта	
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	
	подготовка электронной презентации тура	
	разработка качественного рекламногопродукта	
	оценка эффективности программы продвижения	
	разработка фирменного стиля туристской фирмы	

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	Демонстрация интереса к будущей профессии. Активность, инициативность в прцессе освоения профессиональной деятельности	*Для текущего контроля:* оценка работы на практических занятиях, оценка выполнения самостоятельных работ *Для промежуточной аттестации:* дифференцированный зачет
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Нахождение информации для выполнения профессионального и личностного развития и ее использование	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Развитие самоменеджмента обучающегося; Проявление ответственности за работу подчинённых, результат выполнения задания	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием,	Планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня	

осознанно планировать повышение квалификации		
ОК 9. Ориентироваться вусловиях частой смены технологий в профессиональнойдеятельности	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; анализ инноваций в области туристской деятельности	
ЛР 3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.	
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».	
ЛР 9	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий	

	психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.	
ЛР 10	Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.	
ЛР 11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.	
ЛР 13	Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации	
ЛР 14	Демонстрирующий навыки анализа и интерпретации информации из различных источников с учетом нормативно-правовых норм	
ЛР 15	Демонстрирующий готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности.	
ЛР 16	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно мыслящий, осознанно выполняющий профессиональные требования, умеющий реализовывать лидерские качества на производстве	
ЛР 17	Гибко реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, готовый к их освоению	

ЛР 18	Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику	
ЛР 19	Принимающий цели и задачи научно-технологического, экономического, информационного развития России, готовый работать на их достижение	
ЛР 20	Способный в цифровой среде проводить оценку информации, ее достоверность, строя логические умозаключения на основе поступающей информации	