

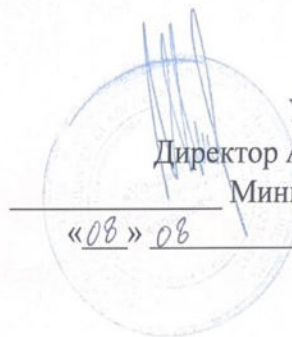
Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Уральский политехнический колледж»

РАССМОТРЕНО

На заседании методического совета

«08» 08 2023 г.

№ протокола «1»



УТВЕРЖДАЮ

Директор АНПОО УРПК

Миннихметов Р.Р.

«08» 08 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

МДК.02.01 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

Уфа-2023

Рабочая программа учебного модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|----|
| 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ МДК «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ» | 4 |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МДК «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ» | 5 |
| 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МДК «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ» | 9 |
| 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МДК «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ» | 10 |

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ МДК «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

1.1. Область применения программы

Программа учебного модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство».

Учебный модуль «Предоставление туроператорских услуг» подготовлен на основе существующей нормативно-правовой базы и предназначена для реализации государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников профессионального образования.

Учебный модуль «Предоставление туроператорских услуг» тесно связан с «Предоставление турагентских услуг», «Соблюдение норм этики делового общения».

1.2. Место модуля в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебный модуль «Предоставление туроператорских услуг» является междисциплинарным курсом МДК.02.01. в структуре профессиональной образовательной программы и входит в профессиональный модуль ПМ.02 Предоставление туроператорских и турагентских услуг.

1.3. Цели и задачи модуля - требования к результатам освоения модуля

В результате изучения курса обучающийся осваивает следующие **общие компетенции (ОК) и стремиться к достижению личностных результатов (ЛР):**

| | |
|--------|---|
| ОК 1. | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. |
| ОК 2. | Понимать и анализировать вопросы ценностно-мотивационной сферы. |
| ОК 3. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. |
| ОК 4. | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, в том числе ситуациях риска, и нести за них ответственность. |
| ОК 5. | Проявлять психологическую устойчивость в сложных и экстремальных ситуациях, предупреждать и разрешать конфликты в процессе профессиональной деятельности. |
| ОК 6. | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| ОК 7. | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. |
| ОК 8. | Правильно строить отношения с коллегами, с различными категориями граждан, в том числе с представителями различных национальностей и конфессий. |
| ОК 9. | Устанавливать психологический контакт с окружающими. |
| ОК 10. | Адаптироваться к меняющимся условиям профессиональной деятельности. |
| ОК 11. | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. |
| ОК 12. | Выполнять профессиональные задачи в соответствии с нормами морали, профессиональной этики и служебного этикета. |
| ОК 13. | Проявлять нетерпимость к коррупционному поведению, уважительно относиться к праву и закону. |
| ОК 14. | Организовывать свою жизнь в соответствии с социально значимыми представлениями о здоровом образе жизни, поддерживать должный уровень физической подготовленности, необходимый для социальной и профессиональной деятельности. |

Личностные результаты:

| |
|---|
| 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 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности |
| ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства |
| ЛР 13 Выполняющий профессиональные навыки в сфере туризма и гостеприимства |
| ЛР 14 Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности |
| ЛР 15 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности |

Обучающийся должен развивать и осваивать следующие **профессиональные компетенции (ПК):**

| |
|---|
| ПК 2.1 Оформлять и обрабатывать заказы клиентов |
| ПК 2.2 Координировать работу по реализации заказа |

В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь **практический опыт** в:

- 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;

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;

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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МДК «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

2.1. Объем учебного модуля и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Объем часов |
|---|--------------------|
| Максимальная учебная нагрузка (всего) | 179 |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) | 40 |
| Курсовая работа | 30 |
| Практические занятия | 40 |
| Самостоятельная работа обучающегося (всего) | 69 |

2.2. Тематический план и содержание МДК «Предоставление туроператорских услуг»

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся | Объем часов | Уровень освоения |
|--|---|-------------|------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Тема 1. Основы туроператорской деятельности | Туроператор и его основные функции. Миссия и цели туроператора. Классификация туроператоров и моделей туроперейтинга. Профиль работы туроператора. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России | 4 | ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9 |
| Тема 2. Организационно-правовые основы туроператорской деятельности | Правовые аспекты туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы и виды туристских предприятий. Организационно-управленческая структура туроператорской фирмы. Государственная регистрация туристской организации. Процедура и этапы регистрации. Финансовые гарантии. Порядок внесения сведений в Единый федеральный реестр туроператоров. Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности | 10 | ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9 |
| Тема 3. Основы туристского продукта | Туристская услуга. Свойства туристской услуги. Особенности услуг как товара. Туристский продукт как основа тура. Источник и структура туристского продукта. Туристский продукт как экономическая категория. Отличительные особенности и юридическая сторона. | 4 | ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9 |
| Тема 4. Проектирование туристского продукта | Основы и нормативно-правовая база проектирования турпродукта. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ, Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», государственные стандарты: ГОСТ 32611-2014, ГОСТ 32612-2014. Маркетинговые исследования туристского рынка: PEST анализ; SWOT анализ; сегментация рынка. Маркетинговая среда туроператора. Позиционирование туров и туроператоров. Карта восприятия. Исследование характеристик потребителей и реакция, приверженность потребителей | 10 | ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9 |
| Тема 5. Формирование туристского продукта | Выбор маршрута и планирование тура: оценка ресурсного обеспечения тура, целевые объекты туризма, питание и размещение. Разработка программы туристского обслуживания. Ценообразование в туризме. Методики расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости. Составление договорного плана тура. Схема работы туроператора с поставщиками услуг. Информационно-методическое обеспечение тура. | 8 | ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9 |
| Тема 6. Договорные отношения между туроператорами | Характеристика и стороны туристского договора. Сущность договора, его содержание и требования к его составлению. Договорные отношения между рецептивными и инициативными туроператорами. Основные условия договора. | 4 | ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9 |
| Тема 7. Взаимодействие туроператоров и турагентов | Место туроператора и турагента на туристском рынке. Технологии взаимоотношений туроператора и турагента. Правовое регулирование договорных отношений туроператора с турагентом. Организационно-правовые основы работы. Технология формирования сбытовой сети, подбор партнеров по сбыту. Агентские сети и способы стимулирования их активности. Франчайзинг в туризме. Документооборот | 8 | ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9 |

| | | | |
|---|--|------------------|---|
| <p>Тема 8. Правовые аспекты взаимодействия туристического предприятия и клиента</p> | <p>Туроператор и турист: договор о реализации туристского продукта. Единая информационная система электронных путевок. Контроль и оценка качества туристского обслуживания. Документальное оформление системы качества. Анализ соответствия качества услуг требованиям потребителя. Выявление услуги несоответствующего качества. Корректирующие действия. Управление конфликтами в туроперейтинге. Прогнозирование конфликтов и оценка возможных последствий. Методы предупреждения конфликтов. Юридическая ответственность сторон.</p> | <p>10</p> | <p>ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9</p> |
| <p>Тема 9. Взаимоотношения туроператора с поставщиками услуг</p> | <p>Взаимоотношения туроператора с исполнителями туристских услуг. Технология организации переговоров с поставщиками услуг. Взаимодействия туроператора с авиакомпаниями. Схемы работы туроператора с предприятиями железнодорожного и автомобильного транспорта. Формы сотрудничества туроператора с судовладельцами. Взаимодействие туроператора с предприятиями размещения и питания. Сотрудничество туроператора с экскурсионными организациями.</p> | <p>10</p> | <p>ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9</p> |
| <p>Тема 10. Программные комплексы для туроператоров</p> | <p>Программные продукты резервирования и автоматизации деятельности туроператоров. Основные функции и возможности программных комплексов. Формирование турпродукта. Взаимодействие с агентствами и оформленными турами. Порядок оформления онлайн-продаж, документооборот и статические данные по турпродажам.</p> | <p>8</p> | <p>ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9</p> |
| <p>Тема 11. Стратегия продвижения туристского продукта на рынок</p> | <p>Цели продвижения туристского продукта. Изучение ценовых и неценовых методов продвижения турпродукта. Программа продвижения, преимущества и недостатки различных видов продвижения туристского продукта. Этапы разработки комплекса продвижения. Составление бюджета продвижения</p> | <p>4</p> | <p>ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9</p> |
| <p>Самостоятельная работа</p> | | <p>69</p> | <p>ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9</p> |
| <p>Курсовая работа</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Анимационный туроперейтинг, аниматоры и их основные задачи в работе с туристами. 2. Взаимоотношения туроператора и экскурсионных предприятий. 3. Включение памятников материальной культуры и быта в маршруты этнографических туров в России. 4. Выставочная деятельность в туризме как метод продвижения турпродуктов. 5. Деятельность туроператора по организации питания туристов. 6. Замки, дворцы, усадьбы как основа моделирования познавательных туров. 7. Информационные технологии при осуществлении туроператорской деятельности. 8. Каталог туроператора – основной носитель информации для продвижения турпродукта. 9. Кластерный подход к развитию туризма в России. 10. Комплекс мероприятий по продвижению туристского продукта (на примере конкретного турпродукта). | <p>30</p> | <p>ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9</p> |

| | | | |
|--------------|--|------------|--|
| | <p>11. Конкурентоспособность отечественного тупродукта на рынке внутреннего и въездного туризма.</p> <p>12. Методы ценообразования и особенности расчета рентабельности туров туроператора.</p> <p>13. Моделирование экскурсионно-познавательных туров: практика, проблемы, перспективы (на примере конкретной туристско-рекреационной зоны России).</p> <p>14. Направления совершенствования использования туристических ресурсов в моделировании познавательных туров (на примере конкретного региона одной из туристско-рекреационной зоны России).</p> <p>15. Народные обряды и обычаи как составляющая туристического продукта.</p> <p>16. Обеспечение туроператором безопасности путешествия.</p> <p>17. Основные схемы работы туроператора с поставщиками услуг.</p> <p>18. Особенности взаимоотношений туроператора и автотранспортных предприятий.</p> <p>19. Особенности и необходимость построения стратегии развития и определения каналов сбыта для туроператоров.</p> <p>20. Особенности международного (аутгоинг, инкаминг) и внутреннего туроперейтинга (инсайдинг).</p> <p>21. Особенности моделирования туров для детей и школьников: от 6 до 18 лет.</p> <p>22. Особенности обслуживания организованных групп туристов на железнодорожном транспорте.</p> <p>23. Особенности организации железнодорожных туров на рейсовых и чартерных поездах.</p> <p>24. Особенности организации и перспективы развития круизного туризма в России.</p> <p>25. Особенности организации презентативных и репрезентативных туров (на примере российских туроператоров).</p> <p>26. Особенности организации туроператорской при формировании поэтико-текстовых (литературных) туров.</p> <p>27. Особенности проведения деловых переговоров туроператора с партнерами туристского рынка.</p> <p>28. Особенности разработки, продвижения и реализации агротуров в России.</p> <p>29. Особенности разработки, продвижения и реализации обучающих туров.</p> <p>30. Особенности туроператорской деятельности на рынке въездного туризма.</p> | | |
| Всего | | 179 | |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МДК «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы модуля требует наличия учебного кабинета по Профессиональным дисциплинам.

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучаемых, рабочее место преподавателя, комплект нормативной документации, наглядные пособия, плакаты, стенды, макеты.

Технические средства обучения: компьютер, мультимедийный проектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 176 с. - ISBN 978-5-16-006293-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904786> – Режим доступа: по подписке.
2. Новолодская, Г. И. Туроператорская и турагентская деятельность : практическое пособие / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 232 с. - ISBN 978-5-4499-3378-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2144487> – Режим доступа: по подписке.
3. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н.А. Агешкина. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 567 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1072191. - ISBN 978-5-16-015973-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2105785> – Режим доступа: по подписке.

Дополнительные источники:

1. Абабков, Ю. Н. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма : учебник / Ю. Н. Абабков, И. Г. Филиппова ; под ред. проф. Е. И. Богданова. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 144 с. - ISBN 978-5-16-004386-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002614> – Режим доступа: по подписке.
2. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 375 с. — DOI 10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-014026-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1855507> – Режим доступа: по подписке.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МДК «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»

Контроль и оценка результатов освоения модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, устного опроса, при проведении зачета, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

| Результаты (освоенные общие компетенции) | Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания) | Формы и методы контроля и оценки результатов обучения |
|---|---|--|
| ПК 2.1 Оформлять и обрабатывать заказы клиентов | 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 | Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной практике Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы |
| ПК 2.2 Координировать работу по реализации заказа | составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; - составлять турпакеты с использованием иностранного языка; - оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам | Устный опрос, зачет Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной практике |