

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Андрей Драгомиров Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

Должность: директор высшего образования

Дата подписания: 04.03.2026 10:07:49

Уникальный программный ключ:

880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

Факультет среднего профессионального образования

УТВЕРЖДЕНА

решением цикловой (методической)
комиссии профессиональных
дисциплин и по профессиональным
модулям Протокол от 25.08.2024 № 7

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПМ.В.02 Предоставление туроператорских и турагентских услуг

Специальность – 43.02.16 Гостиничное дело

Профиль – на базе основного общего образования

Квалификация – специалист туризму и гостеприимству

Форма обучения – очная

Год набора – 2025

Санкт-Петербург, 2025 год

Автор-составитель: Кулик А.Э. преподаватель

Председатель цикловой (методической) комиссии профессиональных дисциплин и по профессиональным модулям

СОДЕРЖАНИЕ

1.ОБЩАЯ	ХАРАКТЕРИСТИКА	РАБОЧЕЙ	ПРОГРАММЫ	
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ				4
1.1	Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля			4
1.2.	Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля			5
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ				6
2.1.	Структура профессионального модуля			6
2.2.	Тематический план и содержание профессионального модуля			7
3.УСЛОВИЯ	РЕАЛИЗАЦИИ	ПРОГРАММЫ	ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО	
МОДУЛЯ				21
3.1.	Требования к минимальному материально-техническому обеспечению			21
3.2.	Информационное обеспечение обучения			21
3.3.	Общие требования к организации образовательного процесса			22
3.4.	Кадровое обеспечение образовательного процесса			22
3.5.	Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья			23
4.КОНТРОЛЬ	И	ОЦЕНКА	РЕЗУЛЬТАТОВ	
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)				24

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ И ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Предоставление туроператорских и турагентских услуг» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2	Предоставление туроператорских и турагентских услуг
ПК 2.1	Оформлять и обрабатывать заказы клиентов
ПК 2.2	Координировать работу по реализации заказа

1.1.3 В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен

Владеть навыками	- координации работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа; - консультирования туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа); - осуществления приема заказов от туристов; - проверки наличия всех реквизитов заказа; - идентификации вида заказа; - направления заказа в соответствующее подразделение туроператора и его контроль; - корректировки сроков и условий выполнения заказов и в случае необходимости информирование заказчиков (туристов) об изменении параметров заказа.
Уметь	– координировать работу подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа; – взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями; – владеть культурой межличностного общения; – владеть техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры; – владеть техникой количественной оценки и анализа информации; – владеть методикой хранения и поиска информации; – вести документацию, хранение и извлечение информации;

	– пользоваться компьютерными программами бронирования туров; – осуществлять контроль за своевременным выполнением заказа; – собирать, обрабатывать и анализировать статистические данные; формировать банки данных.
Знать	- законодательство Российской Федерации в сфере туризма; - нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности; - ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов; - цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги; - системы бронирования услуг; - организацию работы с запросами туристов; - требования к оформлению и учету заказов; - порядок контроля за прохождением и выполнением заказов; - виды технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций; - программное обеспечение деятельности туристских организаций; - этику делового общения; - основы делопроизводства; - правила внутреннего трудового распорядка; - правила по охране труда и пожарной безопасности.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 504 ч.

Из них на освоение МДК – 346 ч

практики, в т.ч. учебная – 72

производственная – 72

Промежуточная аттестация – 14.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	Объем профессионального модуля, ак. час.				
			Обучение по МДК			Практики	
			В том числе				
			Лекционный, лабораторных и практических занятий	Самостоятельная работа ¹	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8
ПК 2.1. ОК 01 – ОК 05; ОК 09	МДК 02.01 Предоставление туроператорских услуг	110	98	6	6	72	72
ПК 2.1. ОК 01 – ОК 05; ОК 09	МДК 02.02 Предоставление турагентских услуг	96	82	8	6		
ПК 2.2 ОК 01 – ОК 05; ОК 09	МДК 02.03 Координация качества выполнения турагентских услуг	140	110	24	6		
ПК 2.1-2.2 ОК 01 – ОК 05; ОК 09	Экзамен по модулю	14	---	---	14		
	Всего:	504	290	38	32	72	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Код ПК и ОК
1	2	3	4
5 семестр			
МДК 02.01 Предоставление туроператорских услуг		150	
Раздел 1. Основы туроперейтинга		20	
Тема 1.1. Основы туроператорской деятельности	Содержание учебного материала	12	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	4	
	Туроператор и его основные функции. Миссия и цели туроператора. Классификация туроператоров и моделей туроперейтинга. Профиль работы туроператора.	2	
	Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России	2	
	Практические занятия	4	
	Проведение анализа интернет – источников, изучение туристического рынка региона. Оценка направленности туристического рынка на профиль оказываемых услуг.	2	
	Анализ профиля и электронных каталогов туроператоров.	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении темы 1.1: 1) Разработать презентацию на тему: «Визитная карточка туроператора» 2) Изучить бренд региона России (по выбору). Разработать презентацию на тему «Туристическая привлекательность региона России».		4	
Тема 1.2. Организационно-правовые основы туроператорской деятельности	Содержание учебного материала	8	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	4	
	Правовые аспекты туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы и виды туристских предприятий. Организационно-управленческая структура туроператорской фирмы.	2	
	Государственная регистрация туристской организации. Процедура и этапы регистрации. Финансовые гарантии. Порядок внесения сведений в Единый федеральный реестр туроператоров. Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности.	2	
	Практические занятия	4	

	Анализ нормативно-правовых актов, регулирующих туроператорскую деятельность в Российской Федерации.	2	
	Деловая игра «Формирование пакета документов для учреждения юридического лица». Разработка учредительных документов, регистрация и оформление фирмы.	2	
Раздел 2. Турпродукт как результат деятельности туроператора		40	
Тема 2.1. Основы туристского продукта	Содержание учебного материала	6	
	Лекции, теоретические занятия	2	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	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.	2	
	Практические занятия	4	
	Классификация турпродукта по целям и дестинации путешествия. Использование инфраструктурных ресурсов для создания турпродукта по указанным критериям.	2	
	Анализ потребностей в туристических услугах различных целевых групп (туристов).	2	
Тема 2.3 Проектирование туристского продукта	Содержание учебного материала	16	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	4	
	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.	2	
	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.	2	
	Практические занятия	8	
	Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру	2	
	Определение базовых услуг по заданным показателям	2	
	Мониторинг предложений туроператоров	2	
	Проведение маркетингового исследования туристского рынка (туристских ресурсов, потребителей туристских услуг, конкурентной среды) по выбранному географическому региону	2	

Самостоятельная работа обучающихся при изучении темы 2.3: 1) Сравнительный анализ сайтов туроператоров России (по выбору): Оценка информационного сопровождения туристов: общая информационная оценка сайта, подачи материала о странах (структура; основные информационные блоки, их взаимосвязь и особенности; организация поиска тура, ценовое предложение и т.д.). 2) Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг региона, оценка их деятельности		4	
Тема 2.4 Формирование туристского продукта	Содержание учебного материала	18	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	6	
	Выбор маршрута и планирование тура: оценка ресурсного обеспечения тура, целевые объекты туризма, питание и размещение.	2	
	Разработка программы туристского обслуживания. Ценообразование в туризме. Методики расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости.	2	
	Составление договорного плана тура. Схема работы туроператора с поставщиками услуг. Информационно-методическое обеспечение тура.	2	
	Практические занятия	12	
	Проведение анализа литературы и интернет источников по теме исследования. Выявление определений товара и услуги, выводы оботличительных особенностей данных понятий. Сравнительный анализ интернет – ресурсов, выявление взаимосвязи производства и потребления товара и услуги на примере предприятий г. Сочи (по выбору)	2	
	Разработка программы обслуживания по заданным параметрам. Составление и разработка программ туров для российских клиентов. Анализ туристских ресурсов выбранной дестинации. Определение поставщиков услуг для организации тура.	2	
	Разработка программы обслуживания по заданным параметрам. Составление и разработка программ туров для зарубежных клиентов. Анализ туристских ресурсов выбранной дестинации. Определение поставщиков услуг для организации тура.	2	
	Расчет себестоимости и продажной цены туристского продукта.	2	
	Оформление туристской документации: лист бронирования, договор реализации туристского продукта, туристская путевка.	2	
	Оформление туристской документации: технологическая карта туристской поездки по маршруту.	2	
Раздел 3. Договорные отношения в туроперейтинге		46	ПК 2.1. ПК 2.2.
Тема 3.1	Содержание учебного материала	8	

Договорные отношения между туроператорами.	Лекции, теоретические занятия	2	ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Характеристика и стороны туристского договора. Сущность договора, его содержание и требования к его составлению. Договорные отношения между рецептивными и инициативными туроператорами. Основные условия договора.	2	
	Практические занятия	4	
	Изучение технологии оформления договоров.	2	
	Определение и анализ договорных отношений на примере конкретных турпродуктов.	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении темы 3.1: Сбор информации о компаниях, работающих на рынке туристических услуг региона, оценка их деятельности		2	
Тема 3.2 Взаимодействие туроператоров и турагентов	Содержание учебного материала	8	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	4	
	Место туроператора и турагента на туристском рынке. Технологии взаимоотношений туроператора и турагента. Правовое регулирование договорных отношений туроператора с турагентом. Организационно-правовые основы работы.	2	
	Технология формирования сбытовой сети, подбор партнеров по сбыту. Агентские сети и способы стимулирования их активности. Франчайзинг в туризме. Документооборот.	2	
	Практические занятия	4	
	Работа с агентскими договорами. Агентский договор. Основные положения и особенности. Составление проект договора-комиссии с турагентством.	2	
	Анализ программ лояльности туроператоров России для турагентской сети.	2	
Тема 3.3 Правовые аспекты взаимодействия туристического предприятия и клиента	Содержание учебного материала	18	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	6	
	Туроператор и турист: договор о реализации туристского продукта. Единая информационная система электронных путевок.	2	
	Контроль и оценка качества туристского обслуживания. Документальное оформление системы качества. Анализ соответствия качества услуг требованиям потребителя. Выявление услуги несоответствующего качества. Корректирующие действия.	2	
	Управление конфликтами в туроперейтинге. Прогнозирование конфликтов и оценка возможных последствий. Методы предупреждения конфликтов. Юридическая ответственность сторон.	2	
	Практические занятия	12	

	Работа с заявками на бронирование туристских услуг. Составьте алгоритм действий при принятии и обработки заявки. Оформление документов.	2	
	Анализ правил. оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями. и страховыми компаниями Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам	2	
	Анализ правил. оформления документов при работе со страховыми компаниями Оформление страховых полисов по образцу.	2	
	Разбор ситуаций предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором. Решение ситуационных задач.	2	
	Деловая игра: Смоделировать ситуацию бронирования и покупки турпродукта в турфирме. Групповая дискуссия, разбор ситуации. Задание: - Рассмотрение договора между турагентом и туристом; - Рассмотрение стандартного состава пакета документов натур; - сравнение стандартного пакета документов на различные виды туров.	2	
	Анализ и решение проблемы, возникающей во время тура, меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы. Решение ситуационных задач.	2	
Тема 3.4 Взаимоотношения туроператора с поставщиками услуг	Содержание учебного материала	12	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	4	
	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.	2	
	Формы сотрудничества туроператора с судовладельцами. Взаимодействие туроператора с предприятиями размещения и питания. Сотрудничество туроператора с экскурсионными организациями.	2	
	Практические занятия	8	
	Групповая дискуссия по теме «Взаимоотношения между субъектами туристской деятельности в РФ»; Задание: - Изучить на сайтах ведущих туроператоров раздел «турагентствам»; Собрать информацию об условиях вступления во франчайзинговые агентства сетей Магазин Горящих Путевок (МГП), Горячиетуры, Туры.ру, ГлобалТрэвелСтар, TezTor (ТЭЗ), Пегас, TUI, ТБГ .	2	

	Деловая игра: «Переговоры по телефону». Цель: Выявить психологические особенности поведения менеджера по туризму в процессе продажи турпродукта. Задание: - провести анализ и выявить потребности заказчика; - выбрать оптимальный туристский продукт; - осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках и из разных источников (печатных, электронных); - заполнить сопутствующую туристскую документацию.	2	
	Деловая игра: «Практика делового письма». Цель: Освоить различные техники и приемы общения. Отработать навыки делового письма.	2	
	Подбор поставщиков услуг для культурно-познавательного тура в регионе исследования (по выбору).	2	
Раздел 4. Информационные технологии в деятельности туристской фирм		14	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
Тема 4.1 Программные комплексы для туроператоров	Содержание учебного материала	6	
	Лекции, теоретические занятия	2	
	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.	2	
	Практические занятия	4	
	Организация автоматизированного рабочего места (АРМ) туроператора	2	
	Анализ систем бронирований туроператоров	2	
Раздел 5. Продвижение туристского продукта			ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
Тема 5.1 Стратегия продвижения туристского продукта на рынок	Содержание учебного материала	10	
	Лекции, теоретические занятия	2	
	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.	2	
	Практические занятия	6	

	Групповая дискуссия, тренинг «Продвижение и позиционирование турпродукта». Задачи: -разработать план рекламных мероприятий по продвижению турпродукта; - написать рекламный буклет «Пять причин, чтобы посетить...» (направление по выбору обучающегося); - собрать материалы по рекламе туроператора региона (по выбору); - изучить раздел сайта ТО в части раздела«агентствам»; - Изучение работы различных поисковых систем.	2	
	Разработка рекламного материала и презентация турпродукта.	2	
	Этапы выставочной деятельности туроператора. Разработка PR кампании.	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении темы 5.1: Разработать презентацию на тему: «Продвижение турпродукта».		2	
Консультация к экзамену		2	
Промежуточная аттестация (экзамен)		6	
Курсовая работа. Примерная тематика курсовых работ: Монопрофильные и многопрофильные туристские операторы российского рынка; - Ведущие туристские операторы российского рынка, туристские компании – бренды российского рынка; - Ведущие российские аутгоинг - туроператоры по массовому отдыху и их характеристики (на конкретном примере); - Организация детского отдыха и оздоровления (на примере конкретного предприятия санаторно-курортного комплекса Краснодарского края); - Туристские формальности в организации деятельности туристских фирм; - Обоснование и разработка экологического тура по Краснодарскому краю; - Разработка и продвижение анимационной программы для средства размещения (на примере конкретного предприятия); - Ведущие российские инкаминговые туроператоры и их характеристики (на конкретном примере); - Зимние виды спорта и оздоровления в структуре туристских услуг города-курорта Сочи; - Оценка конкурентоспособности туристского предприятия; - Ведущие российские инсайдинговые туроператоры и их характеристики (на конкретном примере); - Обоснование и разработка этнографического тура по Краснодарскому краю; - Разработка инновационного туристского продукта туроператором (по любому направлению, любому виду		20	

туризма, на любом виде транспорта); - Основные транспортные авиакомпании - авиаперевозчики российского туристского рынка; - Взаимодействие туроператора и турагента (на конкретном примере); - Ведущие российские туроператоры, специализирующиеся на горнолыжном туризме, и их характеристики +(на конкретном примере); - Ведущие российские туроператоры, специализирующиеся на организации деловых поездок, и их характеристики (на конкретном примере); - Ведущие российские туроператоры, специализирующиеся на круизном туризме, и их характеристики (на конкретном примере); - Автоматизация документооборота в туроперейтинге. Сравнительная характеристика наиболее популярных в российском туроперейтинге программных комплексов; - Особенности планирования турпродукта для выездного туризма; - Особенности планирования турпродукта для внутреннего туризма; - Особенности планирования турпродукта для въездного туризма; - PR-компания в туристическом агентстве как инструмент продвижения нового торгового предложения.; - Особенности рекламы туристского продукта; - Бальнеологические курорты России; - Технология разработки экстремального туристского маршрута (по Краснодарскому краю); - Разработка инновационных программ обслуживания туристов в рамках событийного туризма в России; - Анализ рекламной деятельности туристической компании (на конкретном примере); - Автобусные туры: маршруты и особенности программ; - Анализ основных туроператоров Краснодарского края по вопросу приема туристов в регионе; - Методы стимулирования потребителей туристского продукта; - Показатели качества туристского обслуживания; - Формирование сбытовой сети туроператора; - Методы создания привлекательного туристского продукта; - Требования к персоналу туристской фирмы; - Организационная структура и имидж туристской фирмы; - Обеспечение безопасности в туризме; - Анализ системы страхования туристов в России; - Организация обслуживания туристов в средствах размещения; - Организация обслуживания туристов в условиях турфирмы; - Организация обслуживания туристов на предприятиях питания; - Роль выставочной деятельности в туризме;		
--	--	--

- Принципы сегментирования туристского рынка; - Потенциал Краснодарского края для организации экскурсионного туризма; - Потенциал Краснодарского края для экстремального туризма; - Проект создания туристического комплекса в Краснодарском крае; - Рынок горнолыжного туризма России; - Инновационные формы развития туризма: квест-туризм; - Перспективы развития яхтенного туризма в Краснодарском крае; - Разработка гастрономического тура по Краснодарскому краю; - Энотуризм как одна из концепций развития сельских территорий Краснодарского края; - Аграрный туризм в Краснодарском крае; - Современное состояние и перспективы развития культурно-познавательного туризма в Краснодарском крае; - Особенности организации морских арктических круизов; - Анализ наиболее востребованных туров на рынке молодежного туризма в России; - Разработка лечебно-оздоровительного тура по России.			
МДК 02.02 Предоставление турагентских услуг			
Раздел 1. Сущность турагентской деятельности		26	
Тема 1.1. Законодательная база туристической деятельности	Содержание учебного материала	8	
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Развитие и регулирование турагентской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие турагентской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование турагентской деятельности в России	2	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Практические занятия	4	
	Анализ туристского спроса и структуры рекреационных потребностей (семинар)	2	
	Исследование сегментирования туристского рынка	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении темы 1.1: Составление таблицы «Источники правового регулирования туризма в Российской Федерации (обзорный анализ)».		2	
Тема 1.2. Законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора	Содержание учебного материала	8	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	4	
	Нормативно-правовая база осуществления турагентской деятельности.	2	
	Организационно - правовые формы функционирования турагентов		
	Теоретические аспекты оформления и обработки заказов	2	
	Практические занятия	2	
Анализ законодательных актов в туризме		2	

Самостоятельная работа обучающихся при изучении темы 1.2: Анализ Федерального закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»		2	
Тема 1.3. Роль турагента в продвижении и реализации турпродукта	Содержание учебного материала	10	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Турагентская реклама. Независимые, уполномоченные, ритейлинговые, франчайзинговые турагентства. Агентские сети и условия работы в них; Не рекламные методы продвижения турагентских услуг. Виды нестандартной рекламы.	2	
	Практические занятия	6	
	Составляющие пакета туристских услуг	2	
	Анализ предложений туроператоров и выбор оптимального туристского продукта	2	
	Разработка рекламных материалов	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении темы 1.3: Письменно и в графическом виде разработать концепцию по оформлению стенда туристических фирм (макет, дизайн, и т.п.)		2	
Раздел 2. Туристский продукт		28	
Тема 2.1. Технологические особенности формирования туристского продукта.	Содержание учебного материала	6	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Туристский продукт как комплекс товаров и услуг, потребляемых туристом. Факторы, влияющие на качество турпродукта. Уровни турпродукта. Структура туристического продукта с точки зрения факторов, обуславливающих его качество.	2	
	Практические занятия	4	
	Подбор вариантов согласно требованиям потребителя (на примере речных круизов по России).	2	
	Построение алгоритма оформления и бронирования тура	2	
Тема 2.2. Услуги туристского профиля в составе турпродукта	Содержание учебного материала	8	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	4	
	Классификация туристских услуг предприятий туризма и их элементы. Услуги туроператоров и турагентов, их общие и отличительные черты. Роль транспортных услуг в создании турпродукта: перевозка, трансфер, основа турпродукта.	2	
	Услуги размещения как одна из составляющих турпродукта. Виды предприятий представляющие услуги размещения. Понятие развлекательного туризма и его характеристики.	2	
	Практические занятия	4	

	Анализ составляющих стандартного турпакета	2	
	Расчет стоимости турпакета и агентского вознаграждения.	2	
Тема 2.3. Права и обязанности турагента	Содержание учебного материала	4	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Документация турагента, ведение туристской отчетности. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста	2	
	Практические занятия	2	
	Анализ претензий к турагентству	2	
Тема 2.4. Документационное сопровождение процесса реализации туристского продукта	Содержание учебного материала	4	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Основные виды технологической документации, необходимой при проектировании турпродукта. Понятие о бронировании услуг. Роль бронирования проездных документов. Туристская путёвка. Туристский ваучер. Информационный листок. Памятка туриста. Каталог туроператора.	2	
	Практические занятия	2	
	Оформление бланков: туристская путёвка, туристский ваучер, страховых полисов.	2	
Тема 2.5. Условия безопасности в туризме	Содержание учебного материала	2	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Понятие, сущность и виды угроз безопасности в туризме. Основные направления деятельности по обеспечению безопасности туризма. Факторы, влияющие на туриста во время отдыха.	2	
Тема 2.6. Послепродажное обслуживание	Содержание учебного материала	4	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Изучение послепродажного обслуживания и формирование лояльности потребителя. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. Роль послепродажного сервиса в обеспечении конкурентоспособности товара.	2	
	Практические занятия	2	
	Анализ предотвращения типичных ошибок менеджеров при продаже туров	2	
Раздел 3. Продвижение турпродукта		20	
Тема 3.1. Способы продвижения	Содержание учебного материала	6	ПК 2.1. ПК 2.2.
	Лекции, теоретические занятия	4	

турпродукта и виды рекламного продукта	Способы доведения информации до потребителя туристских услуг. Виды информационных ресурсов.	2	ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Принципы работы маркетинговой службы в турфирме. Средства и формы рекламы турпродукта на рынке. Методы и нормативно-правовая основа рекламы турпродукта.	2	
	Практические занятия	2	
	Анализ рекламной деятельности турфирмы («мастер -класс»)	2	
Тема 3.2. Разработка рекламного материала	Содержание учебного материала	4	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Процесс воздействия и восприятия рекламы. Принципы разработки и размещения рекламы. Особенности организации рекламных кампаний в туризме.	2	
	Практические занятия	2	
	Разработка маркетинговой стратегии турагентства	2	
Тема 3.3. Выставочная деятельность в туризме	Содержание учебного материала	4	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Специфика выставочной деятельности турфирмы. Особенности презентации туров на выставках, ярмарках, форумах.	2	
	Практические занятия	2	
	Разработка плана рекламных мероприятий по продвижению турпродукта	2	
Тема 3.4. Нерекламные методы продвижения турпродукта	Содержание учебного материала	2	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Нерекламные методы продвижения турпродукта: прямая рассылка информации, работа с постоянной клиентской базой, прямой маркетинг, организация культурных мероприятий (разбор конкретных ситуаций)	2	
Тема 3.5. Взаимодействия турагента с туроператором	Содержание учебного материала	4	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Виды взаимодействия с тур операторами. Взаимоотношения турагента с туроператором. Агентское соглашение. Агентское вознаграждение. Условия реализации турпродукта.	2	
	Практические занятия	2	
	Проектирование выставочной деятельности турагентства	2	
Раздел 4. Реализация турпродукта. Документооборот в туризме		22	ПК 2.1. ПК 2.2.
Тема 4.1.	Содержание учебного материала	10	

Квалификационные требования к работникам турагентства. Оборудование офиса турфирмы.	Лекции, теоретические занятия	6	ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Общие требования к персоналу туроператоров и турагентств. Область применения. Нормативные ссылки. Классификация персонала туроператоров и турагентств. Критерии оценки персонала.	2	
	Офис. Помещение офиса. Требования к помещению (офису). Местонахождение. Внешний вид и реклама. Документация на право пользования офисом. Микроклимат. Оформление помещений. Информация для посетителей.	2	
	Автоматизация труда менеджеров туристских агентств. Хранение, обработка и передача информации.	2	
	Практические занятия	4	
	Проектирование офиса турагентства согласно требованиям	2	
	Квалификационные требования к руководителям (заместителям руководителей), специалистам, менеджерам, консультантам и референтам. Дополнительные требования. Решение ситуационных задач.	2	
Тема 4.2. Договорные отношения между турагентством и туроператором	Содержание учебного материала	6	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Документооборот. Документооборот турагентства. Документы турагентства. Заявка турагентства туроператору на бронирование. Подтверждение от туроператора о бронировании. Агентский договор (туроператора с турагентством)	2	
	Практические занятия	4	
	Анализ возможных форм договора между турагентством и туроператором.	2	
	Схемы агентских сетей. Центральные и периферийные агентства. Схемы продвижения туристского продукта. Схема "рецептивный ТО - турист". Схема "рецептивный ТО - ТА - турист". Схема "рецептивный ТО - инициативный ТО - ТА - турист". Схема "рецептивный ТО - инициативный ТО - ТО оптовик - ТА - турист". Схема "рецептивный ТО - инициативный ТО - ТО оптовик - ТА - агент - турист".	2	
Тема 4.3. Взаимоотношения между турагентством и потребителем	Содержание учебного материала	6	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	4	
	Установление контакта с клиентом. Эффективные формы общения с клиентами турфирмы. Приёмы воздействия на клиента. Применение правил убеждения в переговорах.	2	
	Формы и стили обслуживания различных групп клиентов. Стратегии обслуживания различных групп клиентов.	2	

	Практические занятия	2	
	Разработка этапов документооборота с туристом («мастер -класс»)	2	
Раздел 5. Туристские формальности		8	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
Тема 5.1. Понятие и классификация туристских формальностей	Содержание учебного материала	8	
	Лекции, теоретические занятия	2	
	Понятие туристских формальностей. Содержание туристских формальностей. Основопологающие правовые акты туристских формальностей. Документация, регламентирующая туристские формальности. Сущность паспортно - визовых формальностей	2	
	Практические занятия	4	
	Исследование туристских формальностей. Разработка рекомендаций по оптимизации туристских формальностей в турагентстве	2	
	Характеристика визового сопровождения туристов. Анализ ответственности турагентства при реализации туристских формальностей	2	
Самостоятельная работа обучающихся при изучении темы 5.1: Доклад «Деятельность турагентства по регулированию туристских формальностей»		2	
Консультация к экзамену		2	
Промежуточная аттестация (экзамен)		6	
МДК 02.03 Координация качества выполнения турагентских услуг			
Раздел 1. Организация контроля качества обслуживания на предприятии			
Тема 1.1. Организация контроля качества обслуживания на предприятии	Содержание учебного материала		ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	26	
	История становления управления качеством продукции и услуг. Основные понятия.	2	
	Качество продукции услуг. Сущность и необходимость организации контроля качества продукции и услуг	2	
	Конкурентоспособность услуг, продукции.	2	
	Система показателей качества. Основные понятия и теоретические основы.	2	
	Понятие и сущность сервиса. Понятие конкуренции. Виды и методы	2	
	Качество обслуживания и услуг на предприятиях в сфере туризма.	2	
	Организация контроля качества.	2	
	Покупательское поведение потребителей туристских услуг	2	
	Алгоритм эффективной коммуникации с клиентами турфирмы	2	
	Причины возникновения возражений клиентов турфирмы.	2	

	Современные подходы по предотвращению конфликтов с туристами	2	
	Стиль поведения в конфликте. Общая характеристика. Индивидуальный стиль поведения в конфликте.	2	
	Распространенные ошибки при работе с возражениями клиентов турфирмы.	2	
	Практические занятия	28	
	Анализ нормативно-правовых актов, регулирующих контроль качества обслуживания в туроператорской деятельности в Российской Федерации.	2	
	Характеристика предприятия сферы обслуживания	2	
	Анализ внутренней и внешней среды организации	2	
	Этапы обслуживания клиентов	2	
	Технология личных продаж. Психологические особенности поведения турагента в процессе продажи турпродукта.	2	
	Анализ формы организации обслуживания туристского предприятия	2	
	Разработка контроля качества обслуживания на предприятии	2	
	Деловая игра «Обслуживание потребителей с соблюдением правил делового этикета».	2	
	Деловая игра «Взаимодействие с туроператорами с соблюдением методов эффективного общения»	2	
	Разработка рекомендаций по рассмотрению жалоб и претензий клиентов	2	
	Анализ жалоб клиентов в процессе осуществления сервисной деятельности	2	
	Анализ технологии формирования клиентской базы в турагентстве Решение ситуационных задач.	2	
	Составление анкет и проведение опроса респондентов для определения качества услуг.	2	
	Оценка конкурентоспособности организации. Оценить конкурентоспособность туристских услуг и туристского предприятия в целом.	2	
Тема 1.2. Оценка качества обслуживания на предприятии	Содержание учебного материала		ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
	Лекции, теоретические занятия	10	
	Теоретические аспекты оценки качества обслуживания на предприятии туризма Модель качества услуги на предприятиях в сфере туризма	2	
	Основные методы оценки качества обслуживания. Особенности обеспечения качества услуг.	2	
	Формы и методы оценки качества услуг. Система оценки качества обслуживания.	2	

	Порядок контроля за прохождением и выполнением заказов	2	
	Безопасность туристов в путешествии. Права и обязанности турфирм и туристов	2	
	Практические занятия	26	
	Проведение оценки эффективности предприятия	2	
	Контроль и оценка качества обслуживания	2	
	Мониторинг качества обслуживания. Оценка качества контроля обслуживания туристической фирмы (на выбор)	2	
	Определение показателей качества обслуживания	2	
	Формирование индивидуального подхода к клиенту	2	
	Определение показателей качества обслуживания при предоставлении туроператорских услуг	2	
	Определение проблем контроля качества услуг	2	
	Деловая игра «Информирование потребителей о требованиях консульств к туристам»	2	
	Деловая игра «Представление турпродукта индивидуальным корпоративным клиентам».	2	
	Разработка системы показателей, по которым возможна оценка результативности и качества обслуживания на предприятии	2	
	Разработка стратегии обслуживания молодёжной группы туристов	2	
	Защита проекта "Система качества на предприятии туризма"	2	
	Классификация гостиниц и других средств размещения. Оценка персонала гостиницы и определение категории исходя из установленных данных.	2	
	Консультация к экзамену	2	
Промежуточная аттестация (экзамен)		6	
Учебная практика УП 02 Виды работ - Ознакомление с должностными обязанностями персонала туроператорской/турагентской компании - Изучение перечня основных и дополнительных услуг - Разработка программы обслуживания туристов - Информирование потребителя о туристских продуктах - Выявление и анализ запросов потребителя и возможности их реализации - Проектирование туров с учетом запросов потребителей		108	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09

- Формирование технологической карты тура - Изучение особенностей по разработке программы тура и расчёта его стоимости - Расчет стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя - Рассчитать тур по заданным позициям - Демонстрация навыков использования информационных технологий туроператором/турагентом в своей работе - Выполнение работы по оказанию визовой поддержки потребителю - Оформление турпакета (турпутевки, ваучеры, страховые полисы) - Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства - Оформление документов строгой отчетности - Взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта - Оформление отчета - Защита отчета		
Производственная практика ПП 02 Виды работ - Анализ профиля туроператора/турагента. Мониторинг предложений туроператоров.; - Анализ ресурсов выбранной дестинации. Анализ систем бронирований туроператоров; - Определение базовых услуг по заданным показателям. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру; - Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг; - Формирование туристского продукта. Поиск решений в ситуациях предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором; - Составление и защита отчета.	36	ПК 2.1. ПК 2.2. ОК 01 – ОК 05; ОК 09
Экзамен по модулю	18	
Всего	562	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета турагентской и туроператорской деятельности.

Оборудование учебного кабинета: комплект специализированной мебели, информационные стенды, мультимедийное оборудование, комплект учебно-методического обеспечения профессионального модуля.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательное курсовое проектирование, а также производственную практику (по профилю специальности).

При реализации рабочей программы профессионального модуля ПМ.00 Предоставление туроператорских услуг может быть использовано программное обеспечение Big Blue Button (BBB), Moodle, Я-диск.

3.2. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Нормативные документы:

1. "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»: Федеральный закон РФ от 24.11.1996 N 132-ФЗ (пос.редакции.)// СЗ РФ. 1996, № 49.

Основная литература:

1. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 472 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13683-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519673>

2. Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 309 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16141-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530521>

3. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517926>

4. Технология и организация сопровождения туристов на маршруте : учебное пособие для СПО / составители Н. С. Кобызев, Е. В. Кобызева. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 118 с. — ISBN 978-5-4488-1360-3, 978-5-4497-1621-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119624.html>

5. Технология и организация сопровождения туристов. Обеспечение безопасности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. М. Суворова [и др.] ; ответственный редактор Г. М. Суворова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 195 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11265-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518209>

6. Захожий, А. В. Туристическая деятельность. Примеры по бухгалтерскому учету и налогообложению : учебно-методическое пособие для СПО / А. В. Захожий. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 106 с. — ISBN 978-5-4488-0974-3, 978-5-4497-0825-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART

: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/103263.html>

7. Никитинский, Е. С. Теория и практика устойчивого развития туризма : учебник / Е. С. Никитинский, А. Н. Макогонов, Т. В. Имангулова. — Алматы : Казахская академия спорта и туризма, 2021. — 235 с. — ISBN 978-601-7964-80-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/133622.html>

Дополнительная литература:

1. Организация туристской деятельности по отдельным видам туризма: общие требования безопасности и специфика : составители Н. С. Кобызов, Е. В. Кобызова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 123 с. — ISBN 978-5-4497-1616-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119623.html>

2. Ушакова, Е. О. Организация туристской деятельности : учебное пособие / Е. О. Ушакова. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2021. — 84 с. — ISBN 978-5-7782-4581-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126579.html>

3. Валеева, Е. О. Современные технологии организации туристской деятельности : учебное пособие / Е. О. Валеева. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2023. — 196 с. — ISBN 978-5-4377-0057-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129199.html>

Интернет-ресурсы:

1. www.turprofi.ru - Портал для турагента
2. www.tourdom.ru - Профессиональный туристический портал
3. www.tonkosti.ru - Электронная туристическая энциклопедия
4. www.russiatourism.ru - Официальный сайт Федерального агентства по туризму

Минспорттуризма России

5. www.4p.ru - Официальный сайт журнала «Маркетинг журнал 4p»
6. www.marketing.spb.ru/ - Энциклопедия маркетинга

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, рабочим учебным планом, программой профессионального модуля. В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов. Занятия проводятся в учебных аудиториях, оснащенных необходимым учебным, методическим, информационным, программным обеспечением. В преподавании используются лекционно-семинарские формы проведения занятий, практикум, рейтинговая технология оценки знаний студентов, информационно - коммуникационные технологии.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

Оценка качества освоения профессионального модуля включает текущий контроль знаний и промежуточную аттестацию. Текущий контроль проводится в пределах учебного времени, отведенного на соответствующий раздел модуля. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Освоению данного модуля предшествует изучение дисциплин общего гуманитарного, и социально-экономического цикла учебного плана.

При реализации программы профессионального модуля предусматривается

производственная практика (по профилю специальности), которая реализуется в рамках изучения модуля после освоения междисциплинарных курсов. Практика проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Аттестация по итогам изучения профессионального модуля проводится с учетом результатов производственной практики (по профилю специальности), подтвержденных документами соответствующих организаций.

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу и осуществляющих руководство практикой: реализация программы подготовки специалистов среднего звена по специальности среднего специального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла

3.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по профессиональному модулю ПМ 02. Предоставление туроператорских услуг определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Zoom), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с

нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов	Осуществление приема заказов от туристов. Консультирование туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа). Знать организацию работы с запросами туристов. Знать Ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов	Экспертное наблюдение за выполнением работ на практике Защита курсовой работы Дифференцированный зачет по производственной практике Экзамен по МДК
ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа	Координация работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа Взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Выполнение работ в соответствии с установленными нормативно-правовыми актами Выполнение задач по оформлению и обработке заказов	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для	Владеть техникой количественной оценки и анализа информации Владеть методикой хранения и поиска информации	

выполнения задач профессиональной деятельности		
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Владеть основами организации деятельности служб предприятий туризма и основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных Знать требования к оформлению и учету заказов. Знать программное обеспечение деятельности туристских организаций по учёту заказов и клиентов.	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Взаимодействовать с туроператорами, турагентами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Владеть культурой межличностного общения Знать этику делового общения	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Знать нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности	

Общие критерии оценки результатов освоения МДК

В устных и письменных ответах студентов на практических (семинарских) занятиях, в сообщениях и докладах, эссе и других формах аудиторной и самостоятельной работы, а также в текущих контрольных работах учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи.

Оценку **«отлично»** заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.

Оценку **«хорошо»** заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий не принципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.

Оценку **«удовлетворительно»** заслуживает студент, обнаруживший знания только

основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.

Оценку **«неудовлетворительно»** заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.

Оценивание студента на экзамене по МДК

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, чётко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приёмами выполнения практических задач.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приёмами их выполнения.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка **«неудовлетворительно»** ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Перечень вопросов и (или) заданий для промежуточной аттестации по МДК 02.01. Предоставление туроператорских услуг

1. Туроператор и его основные функции. Миссия и цели туроператора.
2. Классификация туроператоров и моделей туроперейтинга. Профиль работы туроператора.
3. Международное регулирование туристской деятельности.
4. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России.
5. Правовые аспекты туроператорской деятельности.
6. Организационно-правовые формы и виды туристских предприятий.
7. Организационно-управленческая структура туроператорской фирмы.
8. Государственная регистрация туристской организации. Процедура и этапы регистрации.
9. Финансовые гарантии. Порядок внесения сведений в Единый федеральный реестр туроператоров.
10. Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности.
11. Туристская услуга. Свойства туристской услуги. Особенности услуг как товара.
12. Туристский продукт как основа тура. Источник и структура туристского продукта.
13. Туристский продукт как экономическая категория. Отличительные особенности и юридическая сторона.
14. Основы и нормативно-правовая база проектирования турпродукта.
15. Маркетинговые исследования туристского рынка: PEST анализ; SWOT анализ; сегментация рынка. Маркетинговая среда туроператора.
16. Позиционирование туров и туроператоров. Карта восприятия.
17. Исследование характеристик потребителей и реакция, приверженность потребителей.
18. Выбор маршрута и планирование тура: оценка ресурсного обеспечения тура, целевые объекты туризма, питание и размещение.

19. Порядок разработки программы туристского обслуживания.
 20. Ценообразование в туризме. Методики расчета стоимости турпродукта ТО. Калькуляция себестоимости.
 21. Составление договорного плана тура. Схема работы туроператора с поставщиками услуг.
 22. Информационно-методическое обеспечение тура.
 23. Характеристика и стороны туристского договора. Сущность договора, его содержание и требования к его составлению.
 24. Договорные отношения между рецептивными и инициативными туроператорами. Основные условия договора.
 25. Место туроператора и турагента на туристском рынке. Технологии взаимоотношений туроператора и турагента.
 26. Правовое регулирование договорных отношений туроператора с турагентом. Организационно-правовые основы работы.
 27. Технология формирования сбытовой сети, подбор партнеров по сбыту. Агентские сети и способы стимулирования их активности.
 28. Франчайзинг в туризме. Документооборот.
 29. Туроператор и турист: договор о реализации туристского продукта. Единая информационная система электронных путевок.
 30. Контроль и оценка качества туристского обслуживания. Документальное оформление системы качества.
 31. Анализ соответствия качества услуг требованиям потребителя. Выявление услуги несоответствующего качества. Корректирующие действия.
 32. Управление конфликтами в туроперейтинге. Прогнозирование конфликтов и оценка возможных последствий.
 33. Методы предупреждения конфликтов. Юридическая ответственность сторон.
 34. Взаимоотношения туроператора с исполнителями туристских услуг. Технология организации переговоров с поставщиками услуг.
 35. Взаимодействия туроператора с авиакомпаниями.
 36. Схемы работы туроператора с предприятиями железнодорожного и автомобильного транспорта.
 37. Формы сотрудничества туроператора с судовладельцами.
 38. Взаимодействие туроператора с предприятиями размещения и питания.
- Сотрудничество туроператора с экскурсионными организациями.

Перечень вопросов и (или) заданий для промежуточной аттестации по МДК 02.02 Предоставление турагентских услуг

1. Развитие и регулирование турагентской деятельности в РФ и за рубежом.
2. Понятие турагентской деятельности.
3. Международное регулирование туристской деятельности.
4. Развитие и регулирование турагентской деятельности в России
5. Нормативно-правовая база осуществления турагентской деятельности.
6. Организационно - правовые формы функционирования турагентов.
7. Теоретические аспекты оформления и обработки заказов.
8. Турагентская реклама. Не рекламные методы продвижения турагентских услуг. Виды нестандартной рекламы.
9. Независимые, уполномоченные, ритейлинговые, франчайзинговые турагентства.
10. Агентские сети и условия работы в них;
11. Туристский продукт как комплекс товаров и услуг, потребляемых туристом.
12. Факторы, влияющие на качество турпродукта. Уровни турпродукта. Структура туристического продукта с точки зрения факторов, обуславливающих его качество.

13. Классификация туристских услуг предприятий туризма и их элементы.
14. Услуги туроператоров и турагентов, их общие и отличительные черты.
15. Роль транспортных услуг в создании турпродукта: перевозка, трансфер, основа турпродукта.
16. Услуги размещения как одна из составляющих турпродукта. Виды предприятий представляющие услуги размещения.
17. Понятие развлекательного туризма и его характеристики.
18. Документация турагента, ведение туристской отчетности.
19. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.
20. Основные виды технологической документации, необходимой при проектировании турпродукта.
21. Понятие о бронировании услуг. Роль бронирования проездных документов.
22. Туристская путёвка. Туристский ваучер. Информационный листок. Памятка туриста. Каталог туроператора.
23. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя.
24. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента. Роль послепродажного сервиса в обеспечении конкурентоспособности товара.
25. Способы доведения информации до потребителя туристских услуг. Виды информационных ресурсов.
26. Принципы работы маркетинговой службы в турфирме. Средства и формы рекламы турпродукта на рынке.
27. Методы и нормативно-правовая основа рекламы турпродукта.
28. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Принципы разработки и размещения рекламы.
29. Особенности организации рекламных кампаний в туризме.
30. Специфика выставочной деятельности турфирмы. Особенности презентации туров на выставках, ярмарках, форумах.
31. Нерекламные методы продвижения турпродукта.
32. Виды взаимодействия с тур операторами. Взаимоотношения турагента с туроператором.
33. Агентское соглашение. Агентское вознаграждение. Условия реализации турпродукта.
34. Общие требования к персоналу туроператоров и турагентств. Классификация персонала туроператоров и турагентств. Критерии оценки персонала.
35. Офис. Помещение офиса. Требования к помещению (офису). Оформление помещений. Информация для посетителей.
36. Автоматизация труда менеджеров туристских агентств. Хранение, обработка и передача информации.
37. Документооборот. Документооборот турагентства.
38. Установление контакта с клиентом. Эффективные формы общения с клиентами турфирмы Приёмы воздействия на клиента. Применение правил убеждения в переговорах.
39. Формы и стили обслуживания различных групп клиентов. Стратегии обслуживания различных групп клиентов.
40. Понятие туристских формальностей. Содержание туристских формальностей. Основополагающие правовые акты туристских формальностей
41. Документация, регламентирующая туристские формальности. Сущность паспортно - визовых формальностей

**Перечень вопросов и (или) заданий для промежуточной аттестации по
МДК 02.03 Координация качества выполнения турагентских услуг**

1. История становления управления качеством продукции и услуг. Основные понятия.

2. Качество продукции услуг. Сущность и необходимость организации контроля качества продукции и услуг.
 3. Конкурентоспособность услуг, продукции.
 4. Система показателей качества. Основные понятия и теоретические основы.
 5. Понятие и сущность сервиса. Понятие конкуренции. Виды и методы.
 6. Качество обслуживания и услуг на предприятиях в сфере туризма.
 7. Организация контроля качества.
 8. Покупательское поведение потребителей туристских услуг.
 9. Алгоритм эффективной коммуникации с клиентами турфирмы.
 10. Причины возникновения возражений клиентов турфирмы.
 11. Современные подходы по предотвращению конфликтов с туристами.
 12. Стиль поведения в конфликте. Общая характеристика. Индивидуальный стиль поведения в конфликте.
 13. Распространенные ошибки при работе с возражениями клиентов турфирмы.
 14. Теоретические аспекты оценки качества обслуживания на предприятии туризма.
 15. Модель качества услуги на предприятиях в сфере туризма
 16. Основные методы оценки качества обслуживания. Особенности обеспечения качества услуг.
 17. Система оценки качества обслуживания.
 18. Порядок контроля за прохождением и выполнением заказов.
- Безопасность туристов в путешествии. Права и обязанности турфирм и туристов