




Автономная некоммерческая профессиональная образовательная
организация «Многопрофильная Академия непрерывного образования»
АНПОО «МАНО»
Колледж

ПРИНЯТО
Решением Педагогического
совета
АНПОО «МАНО»
Протокол № 01-01/16 от
01.06.2022 г.



УТВЕРЖДАЮ
Ректор АНПОО «МАНО»

 В.И. Гам
01 июня 2022 г.

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА
по профессиональному модулю
ПМ.01 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ»
МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта
МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности
Заочная форма обучения

Омск, 2022

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **43.02.10 Туризм**

Организация-разработчик: АНПОО «Многопрофильная Академия непрерывного образования».

Разработчик:
Гам В.И., преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

СТР.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕСИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	26
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	28
5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ.....	39

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.10 Туризм в части освоения вида профессиональной деятельности (ВПД): предоставление турагентских услуг.

Программа по профессиональному модулю ПМ 01. Предоставление турагентских услуг содержит МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта, МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности, УП.01.01 Учебная практика, ПП.01.01 Производственная практика.

1.2. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен

иметь практический опыт:

- выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;
- взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
- оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;
- оказания визовой поддержки потребителю;
- оформления документации строгой отчетности.

уметь:

- определять и анализировать потребности заказчика;
- выбирать оптимальный туристский продукт;
- осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);
- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;
- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездах, организуемых туроператорами;
- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;
- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям; оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;
- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);
- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
- принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;

- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;

- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;

- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.

знать:

- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;

- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;

- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;

- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;

- технологии использования базы данных;

- статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;

- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;

- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;

- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;

- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;

- правила оформления деловой документации;

- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;

- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;

- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;

- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;

- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА:

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Предоставление турагентских услуг»

5.1. Специалист по туризму должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

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.

5.2. Специалист по туризму (базовой подготовки) должен обладать **профессиональными компетенциями**, соответствующими видам деятельности:

5.2.1. Предоставление турагентских услуг.

ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.

ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).

ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 432 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 288 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 30 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 258 часов;

учебной и производственной практики – 144 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. Учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лекции, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	курсовая работа (проект), часов	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6 ПК 1.7	Раздел 1. МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта	216	14	6	8	-	130	36	36
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6 ПК 1.7	Раздел 2. МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности	216	16	4	8	4	128	36	36
	Всего:	432	30	10	16	4	258	72	72

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ. 01 Предоставление турагентских услуг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.01.01	Технология продаж и продвижения турпродукта	144	
Раздел 1. Туристское предложение		20	
Тема 1.1. Туристский продукт	Самостоятельная работа обучающихся Понятие туристского продукта. Турпродукт как экономическая категория. Особенности восприятия туристского продукта потребителями. Концепция туристского продукта. Особенности туристского продукта. Традиционный жизненный цикл продукта. Типичный жизненный цикл продукта. Концепция жизненного цикла. Структура рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя. Характеристика турпродукта и методика расчета его стоимости. Информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.	6	1,2
Тема 1.2. Факторы производства туристского продукта	Самостоятельная работа обучающихся Производство туристского продукта. Подготовка турпродукта к реализации. Природные и культурно-исторические ресурсы, как главный фактор привлекательности туристского продукта. Людские ресурсы. Капитальные ресурсы. Технологические оценки природных туристских ресурсов. Физиологические оценки природных туристских ресурсов. Особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов. Основные формы занятости в туризме. Основные способы оплаты труда. Статистика по туризму, профессиональная терминология и принятые в туризме аббревиатуры.	8	1,2
	Самостоятельная работа обучающихся Перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации. Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран	6	3

	<p>гражданами Российской Федерации. Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.</p> <p>Правила оформления деловой документации. Правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности.</p> <p>Деловая игра «Определение желаний клиента и предложение соответствующего турпродукта»</p> <p>Студентам раздаются карточки с различными предпочтениями клиентов, проанализировав которые студент должен предложить соответствующий турпродукт.</p> <p>Необходимо:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществить поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранных языках из разных источников - просмотреть систему онлайн-бронирования у выбранного туроператора - рассчитать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя. Уметь оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты. - оформить турпакет и документы строгой отчетности. - проанализировать за какой срок происходит получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки - оформить бланк строгой отчетности по принятию денежных средств от туриста в оплату туристической путевки - подготовить полную и актуальную информацию о требованиях зарубежной страны к пакету документов, предоставляемых для оформления визы. - уметь консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз. 		

Раздел 2. Реклама в индустрии туризма		12	
Тема 2.1. Реклама в индустрии туризма	Лекция 1. Понятие рекламы. Функции рекламы. Отличительные черты рекламы в туризме. Законы рекламы. Особенности рекламы в туризме. Виды туристской рекламы. Классификация туристской рекламы. Рекламная кампания. Классификация рекламной компании. Интенсивная рекламная компания. Экстенсивная рекламная компания. Уровни рекламного давления. Планирование рекламной деятельности туристского предприятия. Виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий.	2	1
Тема 2.2. Рекламные исследования и определение целей рекламы	Самостоятельная работа обучающихся Информационное обеспечение рекламной деятельности. Принципы формирования рекламной деятельности. Виды маркетинговой информации. Сущность рекламных исследований. Направления рекламных исследований: анализ результатов предыдущей рекламной компании; исследование потребителей туристских услуг; изучение туристского продукта; анализ туристского рынка; оценка рынка рекламных услуг. Приемы позиционирования туристского продукта. Определение целей рекламы. Цели в области сбыта. Цели в области коммуникации. Типичные цели рекламы. Основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме. Изучить требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора.	10	1,2
Раздел 3. Рекламная компания		66	
Тема 3.1. Рекламное обращение	Лекция 2. Понятие рекламного обращения. Актуальность рекламы. Оригинальность рекламы. Воздействие рекламы. Тема и девиз рекламы. Рекламный слоган. Требования к рекламному слогану. Структура рекламного обращения: слоган, информационный блок,	2	1

	справочные сведения, эхо-фраза. Уровни воздействия рекламного обращения на потребителя. Рекламные модели AIDA, ACCA, DIBABA, DAGMAR, одобрение. Форма рекламного обращения. Цвет и иллюстрации в рекламном обращении. Стиль рекламного обращения.		
	Самостоятельная работа обучающихся Уровни воздействия рекламного обращения на потребителя. Рекламные модели AIDA, ACCA, DIBABA, DAGMAR, одобрение. Форма рекламного обращения. Цвет и иллюстрации в рекламном обращении. Стиль рекламного обращения.	6	1,2
	Самостоятельная работа обучающихся - разработка темы и девиза рекламы - разработка рекламного слогана - разработка рекламного обращения - выбор цвета и иллюстраций в рекламном обращении - выбор стиля рекламного обращения Защита в форме сообщения-презентации Предложить пути взаимодействия с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	10	3
Тема 3.2. Выбор средств распространения рекламы. Разработка рекламного бюджета	Самостоятельная работа обучающихся Задачи выбора средств распространения рекламы. Факторы, влияющие на выбор средств распространения рекламы. Основные параметры рекламы: охват, частота, сила воздействия. Периодичность рекламных обращений. Решения, принимаемые при разработке рекламного бюджета. Определение общего объема средств на рекламу. Факторы, влияющие на объем рекламных средств. Методы формирования рекламного бюджета: метод «фиксированного процента», метод «ориентации на конкурента», метод пересмотра предыдущего бюджета, метод максимальных расходов, метод соответствия целям и задачам, экспертный метод. Распределение рекламных средств по направлениям и статьям расходов.	8	1
	Самостоятельная работа обучающихся	8	3

	<p>- выбор параметров рекламы - выбор периодичности рекламных обращений - составление сметы расходов на рекламу Разработать способы информирования туристов о турпродуктах.</p>		
Тема 3.3. Оценка эффективности рекламной деятельности. Виды рекламы.	<p>Самостоятельная работа обучающихся Подходы к определению эффективности рекламной деятельности. Экономическая эффективность рекламной деятельности. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности. Предварительный анализ рекламной деятельности. Текущий анализ рекламной деятельности. Последующий анализ рекламной деятельности. Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радиореклама. Телевизионная реклама. Прямая почтовая реклама. Рекламные сувениры. Наружная реклама. Реклама в Интернете.</p>	10	1
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Изучить различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования, провести сравнительный анализ предложений туроператоров по одной любой стране, разработать рекламные материалы и подготовиться к презентации турпродукта. Написать эссе на тему: «Взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники».</p>	8	3
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Разработать рекламную компанию для одной из предложенных компаний:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Гостиница 3* 2. Гостиница 4* 3. Гостиница 5* 4. Вип гостиница 5. Спа-центр 6. Тур фирма 	12	2,3

	<ul style="list-style-type: none"> 7. Конный клуб 8. Ресторан 9. Кафе 10. Кафе быстрого питания 11. Шашлычной 12. Ночного клуба 13. Авиакомпания 14. Нового тура в Африку 15. Нового тура в США 16. Нового тура в Бразилию 17. Нового пешеходного тура на Байкал 18. Экскурсионного агентства на омском рынке 19. Кинотеатра 20. Компании по организации праздников 21. Бассейн 22. Теннисный клуб 23. Магазина туристического снаряжения 24. Базы отдыха в чернолустье 25. Аквапарка 26. Парка аттракционов 27. Апарт отель 28. Бизнес отель 29. Отель для семей с детьми 30. Экскурсионного тура по островам Тайланда <p>1 Определите рекламодателя – фирма, предприятие, от лица которого проводится рекламная кампания. (Рекламодатель может быть вымышленным или реально действующим на омском рынке). Опишите рыночную ситуацию, в которой функционирует фирма (предприятие), а также направления деятельности на рынке.</p> <p>2 Определите предмет рекламирования.</p> <p>3 Опишите целевую аудиторию.</p> <p>4 Определите цели рекламной кампании. Здесь необходимо дать ответ</p>		
--	---	--	--

	<p>на вопрос: для чего проводится рекламная кампания? При формулировании цели рекомендуется учитывать критерии постановки правильной цели:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбор целевой аудитории; – прогноз поведения целевой аудитории; – планирование путей изучения ответной реакции; <p>5 Выберите способ формирования бюджета рекламной кампании. 6 Сформулируйте концепцию рекламной кампании. На данном этапе необходимо четко определить стратегию и тактику позиционирования рекламируемого продукта. 7 Выберите каналы и рекламные носители. 8 Составьте смету расходов на рекламные мероприятия (при составлении сметы рекомендуется ориентироваться на цены, представленные на сайтах рекламных агентств). 9 Разработайте макеты рекламных материалов. 10 Проведите пробное тестирование разработанных макетов рекламных материалов на предмет психологической эффективности. 11 Составьте медиаплан рекламной кампании. 12 Спланируйте способы определения коммуникативной и экономической эффективности рекламной кампании.</p>		
	<p>Практическое занятие №1. Защита рекламной компании. Деловая игра по теме: «Взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта»</p>	2	2
Раздел 4. Имидж туристической фирмы. Товарный знак		16	
Тема 4.1. Реклама на выставках и ярмарках. Имидж турфирмы, как средство рекламы	Лекция 3. Характеристика выставочных мероприятий. Процесс участия туристской фирмы в работе выставки. Оформление выставочного стенда. Работа персонала туристской фирмы во время	2	1

	выставки. Формирование имиджа туристского предприятия. Корпоративная индивидуальность. Корпоративная идентичность. Правила формирования положительного имиджа. Фирменный стиль туристского предприятия. Товарный знак. Функции гарантии качества. Оформление офиса. Организация приема посетителей		
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации – сообщения к практическому занятию №2 - разработать имидж, товарный знак для своего туристского предприятия - разработать оформление выставочного стенда	6	3
	Практическое занятие № 2. Имидж туристского предприятия	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Поиск, анализ и формирование баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках. Подобрать семинары, обучающие программы, ознакомительные турпоездки, организуемые туроператором. Посмотреть требования, попробовать оформить заявку. Разработать рекламную акцию для представления турпродукта на выставках, ярмарках, форумах	6	2
Раздел 5.		30	
Продажа туристского продукта			
Тема 5.1. Потребительский рынок и покупательское поведение потребителей. Социальная ответственность и этика. Управление конфликтами, изменениями, стрессами	Самостоятельная работа обучающихся Модель потребительского поведения. Модель покупательского поведения. Культура. Субкультура. Факторы, влияющие на выбор покупателя: социальные факторы, личностные факторы, культурные факторы. Процесс принятия решения о покупке нового товара. Этика и современное управление. Повышение показателей этичности поведения. Природа конфликта в организации. Управление конфликтной ситуацией. Управление изменениями. Стрессовый стиль жизни.	10	1

	<p>Практическое занятие №3. Деловая игра: "Управление конфликтными ситуациями", "Этика делового общения"</p> <p>Студенты обыгрывают жизненные ситуации, когда клиент по различным причинам недоволен полученными туристскими услугами. Задача студентов уладить конфликтную ситуацию, общаться с клиентом в рамках этики делового общения. После обыгрывания каждой ситуации дискуссия с выводами правильно ли вел себя турагент, была ли решена конфликтная ситуация.</p> <p>Студенты закрепляют умения по взаимодействию с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения.</p>	2	3
<p>Тема 5.2. Личные продажи в туризме. Профессиональные продажи в туризме</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Процесс личной продажи. Прием клиента и установление контакта. Выявление потребностей клиента. Предоставление продукта. Осуществление продажи и последующий контакт с клиентом. Управление профессиональными продажами. Торговый представитель. Цели продаж. Организация отдела продаж. Прием на работу и подготовка профессиональной торговой силы. Управление торговой силой. Правила оформления деловой документации. Правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности.</p>	6	1
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Информирование потребителя о туристских продуктах. Основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме.</p> <p>Решение кейсов</p> <p>Составить и проанализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, провести маркетинг существующих предложений от туроператоров.</p> <p>Разработать методы представления турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям.</p>	10	2,3
	<p>Практическое занятие №4. Оформление припродажной документации</p>	2	3

	Студенты оформляют бланки строгой отчетности. Должны показать умение приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности. Анализ ситуаций по теме «Оказание визовой поддержки потребителю». Работа в программе Columbus (демоверсия).		
	Итоговая аттестация: экзамен по МДК 01.01		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.01.02	Технология и организация турагентской деятельности	144	
Раздел 1. Турагентская деятельность в сфере туризма		18	
Тема 1.1 Турагентская деятельность в сфере туризма	Лекция 1. Туристская деятельность. Турагенты. Взаимодействие турфирмы-агента и турфирмы-оператора. Продавцы, покупатели и исполнители туристских услуг. Нормативная база организации турагентских продаж. Структура рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя.	2	1
	Самостоятельная работа обучающихся Договорные отношения в туризме. Информационные ресурсы в туризме. Семинары, обучающие программы, ознакомительные турпоездки, организуемые туроператорами. Требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора.	2	1,2
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение туристических информационных интернет ресурсов.	6	3

	<p>- виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования,</p> <p>-методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках,</p> <p>- технологии использования базы данных,</p> <p>-информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию,</p> <p>- статистика по туризму (работа с сайтом Росстат), профессиональная терминология и принятые в туризме аббревиатуры.</p> <p>- поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках,</p> <p>На основе проанализированной информации составить базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, провести маркетинг и существующих предложений от туроператоров.</p>		
<p>Тема 1.2. Туристские формальности</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Паспортные формальности. Таможенные формальности. Вопросы таможи и вывоза/ввоза товаров, валюты и иных ценностей. Визовые формальности. Перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации. Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации. Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.</p>	<p>4</p>	<p>1,2</p>
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Решение ситуативных задач. При решении ситуативных задач студент должен показать умение:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; - консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета 	<p>4</p>	<p>3</p>

	<p>необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;</p> <p>- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.</p> <p>Заполнение таблицы по туристским формальностям.</p> <p>Правила оформления деловой документации. Правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности.</p> <p>Основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме.</p> <p>Виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий. Характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости.</p>		
Раздел 2. Туристские регионы мира		54	
Тема 2.1. Европа	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Природно-географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона. Исторические предпосылки развития туризма в Европе. Особенности Европейского туризма. Виды туризма получившие развитие в Европе.</p>	4	1,2
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Подготовка к практической работе №1. Подбор тура по заданным параметрам. Выявить и проанализировать запросы потребителя и возможности их реализации. Рассчитать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя. Выполнить работу по оказанию визовой поддержки потребителю. Оформить турпакет и документы строгой отчетности. Предложить способы взаимодействия с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта, и информирования потребителя о туристских продуктах.</p> <p>Выполнение задания портфолио №1</p>	6	3
Тема 2.2. Америка	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Природно-географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона. Исторические предпосылки развития</p>	4	1,2

	<p>туризма в регионе. Особенности Американского туризма. Виды туризма получившие развитие в Америке.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Подготовка к практической работе №1. Подбор тура по заданным параметрам. Выявить и проанализировать запросы потребителя и возможности их реализации. Рассчитать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя. Выполнить работу по оказанию визовой поддержки потребителю. Оформить турпакет и документы строгой отчетности. Предложить способы взаимодействия с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта, и информирования потребителя о туристских продуктах.</p> <p>Выполнение задания портфолио №2</p>	6	3
Тема 2.3. Азиатско-Тихоокеанский регион	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Природно-географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона. Исторические предпосылки развития туризма в регионе. Особенности туризма в регионе. Виды туризма получившие развитие в регионе.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Подготовка к практической работе №1. Подбор тура по заданным параметрам. Выявить и проанализировать запросы потребителя и возможности их реализации. Рассчитать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя. Выполнить работу по оказанию визовой поддержки потребителю. Оформить турпакет и документы строгой отчетности. Предложить способы взаимодействия с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта, и информирования потребителя о туристских продуктах.</p> <p>Выполнение задания портфолио №3</p>	4	1,2
Тема 2.4. Средний Восток. Южная Азия.	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Природно-географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона. Исторические предпосылки развития туризма на Среднем Востоке. Особенности туризма в регионе. Виды туризма получившие развитие на Среднем Востоке. Природно-</p>	4	1,2

	<p>географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона. Исторические предпосылки развития туризма в Южной Азии. Особенности Азиатского туризма. Виды туризма получившие развитие в Южной Азии.</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практической работе №2. Подбор тура по заданным параметрам. Выявить и проанализировать запросы потребителя и возможности их реализации. Рассчитать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя. Выполнить работу по оказанию визовой поддержки потребителю. Оформить турпакет и документы строгой отчетности. Предложить способы взаимодействия с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта, и информирования потребителя о туристских продуктах. Выполнение задания портфолио №4</p>	6	3
Тема 2.5. Африка	<p>Самостоятельная работа обучающихся Природно-географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона. Исторические предпосылки развития туризма в Африке. Особенности Африканского туризма. Виды туризма получившие развитие в Африке.</p>	4	1,2
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к практической работе №2. Подбор тура по заданным параметрам. Выявить и проанализировать запросы потребителя и возможности их реализации. Рассчитать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя. Выполнить работу по оказанию визовой поддержки потребителю. Оформить турпакет и документы строгой отчетности. Предложить способы взаимодействия с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта, и информирования потребителя о туристских продуктах. Выполнение задания портфолио №5</p>	6	3
	<p>Практическое занятие №1-2. Организация турагенских услуг Особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов. Работа в программе 1С:Турагентство (демоверсия).</p>	4	2

Раздел 3. Программный туризм		70	
Тема 3.1. Программный туризм	Лекция 2. Основы программного туризма. Рекреационные основы программного туризма. Виды услуг и программа обслуживания. Мотивация программного туризма.	2	1
Тема 3.2. Лечебно-оздоровительный туризм Спортивно-оздоровительный туризм	Самостоятельная работа обучающихся История лечебно-оздоровительного туризма. Специфика лечебно-оздоровительного туризма. Виды лечебно-оздоровительной деятельности. Климатотерапия. Бальнеотерапия. Пелоидотерапия. География лечебно-оздоровительных курортов. Купально-пляжный отдых и туризм. Подводный туризм. Прогулочный и промыслово-прогулочный отдых и туризм. Маршрутный туризм. Рыболовный туризм. Охотничий туризм. Горнолыжный туризм. Альпинизм. Спелеотуризм.	4	1,2
	Самостоятельная работа обучающихся Составить таблицы по темам: Центры лечебно-оздоровительного туризма. Центры спортивно-оздоровительного туризма. Выполнение задания портфолио №8 Провести сравнительный анализ предложений туроператоров по лечебно-оздоровительному или спортивно-оздоровительному туризму, разработать рекламный материал и провести презентацию по выбранному турпродукту.	6	3
Тема 3.3. Познавательный и развлекательный туризм Религиозный туризм Событийный туризм	Самостоятельная работа обучающихся Познавательный туризм. Развлекательный туризм. Международные выставки и ярмарки. Спортивный событийный туризм. Фестивальный туризм. Конгрессный туризм. Паломничество. Религиозный туризм.	4	1,2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить реферат по одной из тем: Центры познавательного туризма. Центры Развлекательного туризма.	6	2

	<p>Центры религиозного туризма. Центры событийного туризма. Выполнение задания портфолио №9 Провести сравнительный анализ предложений туроператоров по развлекательному, познавательному, религиозному или событийному туризму. Найти методы взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники.</p>		
Тема 3.4. Круизный туризм Деловой и инсентив-туризм Экологический туризм	<p>Самостоятельная работа обучающихся История развития круизного туризма. Классификация морских круизов. География круизного туризма. Инсентив-туризм. Экологический туризм.</p>	4	1,2
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Подготовить сообщение-презентацию по темам: Центры круизного туризма. Центры делового туризма. Центры экологического туризма. Выполнение задания портфолио №6, №7 Провести сравнительный анализ предложений туроператоров по круизному, деловому или экологическому туризму. Выбрать один из предложенным туров и осуществить бронирование с использованием современной офисной техники.</p>	6	3
	Практическое занятие №3-4. Программный туризм.	4	2
	Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой	32	2,3
Защита курсовой работы		4	
	Итоговая аттестация: экзамен по МДК 01.02		
Задание на учебную практику (виды работ):		72	
1. Изучить историю создания и динамику (представить достижения и награды) развития туристского предприятия или турфирмы, дать характеристику расположению туристского предприятия. Проанализировать материально-техническое обеспечение турфирмы,			

<p>охарактеризовать наружное и внутреннее оформление турфирмы (стиль, наличие униформы у сотрудников, наличие единого цветового оформления, прослеживается ли в цветовом оформлении связь с туроператором).</p> <p>2. Подобрать тур для семейной пары с ребенком 4х лет соблюдая следующие условия: вылет прямой только из Омска, отдых предпочтительно пляжный, отель с детской комнатой или детской площадкой, расположение не дальше 150 км от аэропорта, не менее 4*. Питание в отеле ВВ или НВ. Отдых не менее 8 ночей, стоимость 150-200 т.р. Рейтинг на топхотелс не менее 4. Свой выбор аргументируйте. Оформить турпакет для передачи туристам (турпутевку, ваучер, страховой полис). Составить типовой договор между турагентством и туристом.</p> <p>3. Подготовить памятку туристу по оформлению визы в Америку</p> <p>Задание на производственную практику (виды работ):</p> <p>Задание 1. Подберите оптимальный тур для молодой пары. Цель – гастрономический тур или круиз по разным странам. Стоимость тура не более 150000. Длительность путешествия не менее 7 ночей. Время отдыха Апрель-Май. Подробно опишите программу обслуживания. Для выбранной программы разработайте рекламный материал. Составьте памятку туристам.</p> <p>Задание 2. Опишите технологию взаимодействия турфирмы с туроператорами (турпутевки, ваучеры, страховые полисы, договоры, форма связи, процедура бронирования, получение туристской документации, комиссия, бонусы, рекламные туры, т.д.).</p> <p>Задание 3. Составьте реестр туров, предлагаемых турфирмой к продаже по мере уменьшения их востребованности. Какие туры Вы хотели бы дополнительно предложить к реализации, исходя из замеченных Вами потребностей клиентов данной турфирмы.</p> <p>Задание 4. Оформите и рассчитайте стоимость турпакета по заявке потребителя.</p>	72	
---	----	--

Квалификационный экзамен		
Всего часов с учетом практик	432	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета по профилю специальности

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места для студентов;
- рабочее место преподавателя;
- дидактические материалы и электронные образовательные ресурсы по дисциплине;
- таблицы, плакаты, схемы.

Технические средства обучения:

- персональный компьютер,
- мультимедиа-проектор
- программное обеспечение (Linux Mint, Apache OpenOffice, Kaspersky Anti-Virus (Пробная версия), Консультант Плюс, браузер, 1С: Турагентство (демоверсия), Columbus (демоверсия)).

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Шубаева В. Г. Маркетинговые технологии в туризме: учебник / В. Г. Шубаева. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: Юрайт, 2019. - 120 с.
2. Емелин С. Технология и организация турагентской деятельности : Учебное пособие / С. Емелин. - М. :Юрайт, 2020. - 978-5-534-12617-4.

Дополнительные источники:

1. Жуков А.А. Технология и организация операторских и агентских услуг.– М.: Академия, 2016 – 206 с
2. Любавина Н.Л. Технология и организация турагентской деятельности. Учебник для студ. учреждений сред. проф. образования. - М.: Издательский центр "Академия", 2014 - 256с.
3. Виноградова Т. В. Технологии продаж турпродукта. Учебник для студентов учреждений высшего образования Издательство: Академия, Москва: 2014 – 254 с.
4. Дурович А.П. Реклама в индустрии туризма. Уч.пос. - Минск.:Новое знание, 2008 - 222 с.
5. Воскресенский В.Ю. Международный туризм [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «География», «Менеджмент организации», «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / В.Ю. Воскресенский. — 2-е изд. — Электрон. Текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017 — 462 с. — 978-5-238-01456-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71022.html>
6. Ердавлетов С.Р. География международного туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие для изучения курса «География международного туризма» / С.Р. Ердавлетов, Ж.Н. Алиева. — Электрон. текстовые данные. — Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2013 — 273 с. — 978-601-247-971-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59770.html>
7. Кусков А.С. Основы туризма. Учебник для студентов. -3-е изд., -М.: КноРус, 2011 - 388с.

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение программы модуля базируется на изучении общепрофессиональных дисциплин «Психология делового общения», «Организация туристской индустрии», «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации», «Сервисная деятельность», «Правовое регулирование туристской деятельности», «Индустрия рекреационных и туристских комплексов».

Реализация программы модуля предполагает учебную и производственную практику, которые проводятся концентрированно в соответствии с освоением всех разделов модуля. Практика проводится с целью закрепления и углубления теоретических знаний, а также формирования у обучающихся профессиональных компетенций.

Аттестация по итогам практики проводится на основании результатов, подтверждаемых отчётами и дневниками практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов.

Учебная и производственная практики завершаются зачётом освоенных общих и профессиональных компетенций.

Изучение программы модуля завершается итоговой аттестацией, результаты которой оцениваются в форме квалификационного экзамена по модулю.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин.

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

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе данного профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля индивидуальных образовательных достижений – демонстрируемых обучающимися знаний, умений и навыков.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения. Обучение по профессиональному модулю завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена, которую проводит экзаменационная комиссия. В состав экзаменационной комиссии могут входить представители общественных организаций, обучающихся и объединений работодателей.

Формы и методы текущего контроля и промежуточной аттестации по профессиональному модулю доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения по основной профессиональной образовательной программе.

Для текущего контроля и промежуточной аттестации образовательными учреждениями создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно-измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям оценки результатов подготовки (таблицы).

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	Умение анализировать запросы потребителя, пользоваться информационными сайтами, подбирать туры по запрошенным параметрам	Оценка индивидуальных домашних заданий
ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.	Разработка и формирование рекламных материалов, оформление выставочного стенда	Экспертная оценка (защита домашних заданий)
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	Составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг	Экспертная оценка (защита домашних заданий)

	существующих предложений от туроператоров, разработка рекламных мероприятий	
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты.	Экспертная оценка расчета стоимости туров
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).	Обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки	Экспертная оценка выполнения заданий на производственной практике, оценка индивидуальных заданий
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.	Предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы	Оценка индивидуальных домашних заданий
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.	Составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки)	Экспертная оценка выполнения практических заданий

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	Проявление интереса к	Наблюдение, анкетирование, отзывы

своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	будущей профессии. Ситуативно-адекватная актуализация знаний.	работодателя и потребителей туристских услуг.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Владение содержанием и методикой организации профессиональной деятельности, оценкой её результатов. Способность самостоятельно решать учебно-профессиональные задачи в конкретной практической ситуации на основе полученных знаний с соблюдением соответствующих норм. Способность и готовность к самостоятельному выбору и применению освоенных методов, способов при выполнении учебно-профессиональных задач. Владение умениями и способами исследовательской деятельности в целях поиска знаний для решения образовательных проблем.	Самоанализ, внешняя оценка
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Адекватное оценивание ситуации с точки зрения риска для окружающих и себя. Принятие оптимального решения в стандартной и нестандартной ситуации. Поиск и оценивание альтернативных способов решения проблемы.	Анкетирование, тест, наблюдение.
ОК 4. Осуществлять поиск и	Владение современными	Реферирование,

<p>использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>технологиями поиска, анализа и оценки информации.</p> <p>Эффективный поиск необходимой информации.</p> <p>Использование различных источников информации, включая электронные.</p> <p>Способность к оценке учебно- профессиональной информации.</p> <p>Способность самостоятельно обрабатывать информацию, структурировать её.</p> <p>Готовность и способность к преобразованию информации.</p>	<p>аннотирование, работа над курсовым проектом, ВКР.</p>
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>Владение технологией использования информационных ресурсов сети Интернет в учебной и профессиональной деятельности.</p> <p>Владение основными технологиями создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи информационных объектов с помощью современных информационных технологий.</p>	<p>Анализ продуктов деятельности, экспертная оценка.</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>Умение вступать в коммуникацию, быть понятым.</p> <p>Знание способов взаимодействия с окружающими.</p>	<p>Наблюдение, деловые игры</p>

	<p>Умение осуществлять педагогическое взаимодействие на основе сотрудничества.</p> <p>Умение подчинять личные интересы целям группы.</p> <p>Умения улаживать разногласия и конфликты, возникающие в процессе взаимодействия.</p>	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>Владение способами организации деятельности воспитанников.</p> <p>Уметь анализировать и оценивать состояние социально-педагогических явлений, причины, условия и характер их возникновения и развития.</p> <p>Анализ результатов деятельности и сопоставление их с поставленной целью.</p> <p>Осознание последствий своей деятельности.</p>	<p>Наблюдение, анализ деятельности и её результатов.</p>
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Стремление постоянно повышать уровень своего профессионализма.</p>	<p>Наблюдение, тестирование.</p>
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<p>Готовность изменять свою деятельность в условиях обновления ее целей, содержания, смены технологий.</p> <p>Проявление эмоциональной</p>	<p>Анализ продуктов деятельности (планы, конспекты), наблюдение.</p>

	устойчивости в ситуациях социально-профессиональной напряжённости.	
--	--	--

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
менее 70	2	не удовлетворительно

Вопросы итогового контроля

МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта

1. Тур продукт: понятие, особенности восприятия, жизненный цикл.
2. Факторы производства туристского продукта.
3. Реклама: понятие, функции, отличительные черты, классификация.
4. Рекламная кампания. Классификация рекламной компании. Интенсивная рекламная компания. Экстенсивная рекламная компания. Уровни рекламного давления. Планирование рекламной деятельности туристского предприятия.
5. Принципы формирования рекламной деятельности. Виды маркетинговой информации. Сущность рекламных исследований. Направления рекламных исследований.
6. Приемы позиционирования туристского продукта. Определение целей рекламы.
7. Понятие рекламного обращения. Актуальность рекламы. Оригинальность рекламы. Воздействие рекламы. Тема и девиз рекламы.
8. Рекламный слоган. Требования к рекламному слогану. Структура рекламного обращения.
9. Форма рекламного обращения. Цвет и иллюстрации в рекламном обращении. Стиль рекламного обращения.
10. Основные параметры рекламы: охват, частота, сила воздействия. Периодичность рекламных обращений.

11. Решения, принимаемые при разработке рекламного бюджета. Определение общего объема средств на рекламу. Факторы влияющие на объем рекламных средств. Методы формирования рекламного бюджета.
12. Подходы к определению эффективности рекламной деятельности. Экономическая эффективность рекламной деятельности. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности.
13. Предварительный анализ рекламной деятельности. Текущий анализ рекламной деятельности. Последующий анализ рекламной деятельности.
14. Реклама в прессе.
15. Печатная реклама.
16. Аудиовизуальная реклама.
17. Радиореклама.
18. Телевизионная реклама.
19. Прямая почтовая реклама.
20. Рекламные сувениры.
21. Наружная реклама.
22. Реклама в Интернете.
23. Характеристика выставочных мероприятий. Процесс участия туристской фирмы в работе выставки.
24. Оформление выставочного стенда. Работа персонала туристской фирмы во время выставки.
25. Формирование имиджа туристского предприятия. Корпоративная индивидуальность. Корпоративная идентичность. Правила формирования положительного имиджа.
26. Фирменный стиль туристского предприятия. Товарный знак. Функции гарантии качества.
27. Оформление офиса. Организация приема посетителей
28. Модель потребительского поведения. Модель покупательского поведения.
29. Факторы, влияющие на выбор покупателя: социальные факторы, личностные факторы, культурные факторы. Процесс принятия решения о покупке нового товара.
30. Этика и современное управление. Повышение показателей этичности поведения.
31. Природа конфликта в организации. Управление конфликтной ситуацией.
32. Управление изменениями. Стрессовый стиль жизни.
33. Структура рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя.

34. Требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора.
35. Различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования.
36. Методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках.
37. Технологии использования базы данных.
38. Статистика по туризму, профессиональная терминология и принятые в туризме аббревиатуры.
39. Особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов.
40. Основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме.
41. Виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий.
42. Характеристика турпродукта и методики расчета его стоимости.
43. Правила оформления деловой документации.
44. Правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности.
45. Перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации.
46. Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации.
47. Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.
48. Информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.
49. Выявление и анализ запросов потребителей и возможностей их реализации.
50. Информирование потребителя о туристских продуктах.
51. Взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
52. Расчёт стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
53. Оформление турпакета (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
54. Оказание визовой поддержки потребителю.
55. Оформление документов строгой отчетности.

МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности

1. Договорные отношения в туризме.
2. Паспортные формальности.
3. Таможенные формальности.
4. Визовые формальности.
5. Шенгенское соглашение.
6. Европа. Природно-географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона.
7. Европа. Исторические предпосылки развития туризма в Европе. Особенности Европейского туризма.
8. Европа. Виды туризма, получившие развитие в Европе.
9. Туристская характеристика стран Европы. (Страна по выбору).
10. Америка. Природно-географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона.
11. Америка. Исторические предпосылки развития туризма в регионе. Особенности Американского туризма.
12. Америка. Виды туризма, получившие развитие в Америке.
13. Туристская характеристика стран Америки. (Страна по выбору).
14. АТР. Природно-географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона.
15. АТР. Исторические предпосылки развития туризма в регионе. Особенности туризма в регионе.
16. АТР. Виды туризма, получившие развитие в регионе.
17. Туристская характеристика стран АТР. (Страна по выбору).
18. Средний Восток. Природно-географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона.
19. Средний Восток. Исторические предпосылки развития туризма на Среднем Востоке. Особенности туризма в регионе.
20. Средний Восток. Виды туризма, получившие развитие на Среднем Востоке.
21. Туристская характеристика стран Среднего Востока. (Страна по выбору).

22. Южная Азия. Природно-географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона.
23. Южная Азия. Исторические предпосылки развития туризма в Южной Азии. Особенности Азиатского туризма.
24. Южная Азия. Виды туризма, получившие развитие в Южной Азии.
25. Туристская характеристика стран Южной Азии. (Страна по выбору).
26. Африка. Природно-географические особенности региона. Природно-рекреационные ресурсы региона.
27. Африка. Исторические предпосылки развития туризма в Африке. Особенности Африканского туризма.
28. Африка. Виды туризма, получившие развитие в Африке.
29. Туристская характеристика стран Африки.(Страна по выбору).
30. Основы программного туризма. Рекреационные основы программного туризма.
31. Виды услуг и программа обслуживания. Мотивация программного туризма.
32. Структура рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя.
33. Требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора.
34. Различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования.
35. Методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках.
36. Технологии использования базы данных.
37. Статистика по туризму, профессиональная терминология и принятые в туризме аббревиатуры.
38. Особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов.
39. Основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме.
40. Виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий.
41. Характеристика турпродукта и методики расчета его стоимости.
42. Правила оформления деловой документации.

43. Правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности.
44. Перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации.
45. Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации.
46. Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.
47. Информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.
48. Выявление и анализ запросов потребителей и возможностей их реализации.
49. Информирование потребителя о туристских продуктах.
50. Взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
51. Расчёт стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
52. Оформление турпакета (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
53. Оказание визовой поддержки потребителю.
54. Оформление документов строгой отчетности.

5.ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

<p>№ изменения, дата изменения; № страницы с изменением</p> <p>Добавлено учебное пособие в пункт 3.2. Информационное обеспечение обучения</p> <p>Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы</p> <p>Основные источники:</p> <p>2. Емелин С. Технология и организация турагентской деятельности : Учебное пособие / С. Емелин. - М. :Юрайт, 2020. - 978-5-534-12617-4.</p>	
БЫЛО	СТАЛО
<p>Основание:</p> <p>Подпись лица внесшего изменения</p>	