

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение Архангельской области
«Архангельский педагогический колледж»
(ГБПОУ АО «Архангельский педколледж»)

РАССМОТРЕНО И
ОДОБРЕНО
на заседании кафедры
учебных дисциплин и
учебных модулей в области
туризма и естественных наук
Протокол № 9
от «16» мая 2022 г.
Заведующий кафедрой:
М.Н. Жданова

РЕКОМЕНДОВАНО
к утверждению экспертным
советом Архангельского
педколледжа
Протокол № 6
от «24» мая 2022 г.
Председатель экспертного
совета: *Н.Ю. Ульянова*

УТВЕРЖДАЮ
Директор
Архангельского
педколледжа
_____ Л.А.
Перова
«15» июня 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ. 01. Предоставление турагентских услуг

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования **43.02.10. Туризм**

Организация-разработчик: ГБПОУ АО «Архангельский педколледж»

Разработчик: Л.В. Шмелева , преподаватель .

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 01 «Предоставление турагентских услуг»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности предоставление турагентских услуг и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций¹

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать 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	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 1	<i>Предоставление турагентских услуг</i>
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 и др.).
ПК 1.6.	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен²:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none">• выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;• подбора информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках;• 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	<ul style="list-style-type: none">• определять и анализировать потребности заказчика;• выбирать оптимальный туристский продукт;• осуществлять поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных и др.);• 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 турпоездках, организовываемых туроператорами;• обеспечивать своевременное получение потребителем

	<p>документов, необходимых для осуществления турпоездки;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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, входящими 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;
<p>знать</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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

	<p>использования;</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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; • методики расчета и характеристики турпродукта; • 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; • этику и психологию делового общения; • информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию; • инструкцию по использованию офисной техники; • технику безопасности.
--	---

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов - 501

в том числе в форме практической подготовки - 262 ч.

Из них на освоение МДК – 357 ч.

в том числе самостоятельная работа - 119 ч.

практики, в том числе учебная – 36 ч.

производственная – 108 ч.

Промежуточная аттестация 2,3 семестр

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов) ³	Самостоятельная работа ⁴	Промежуточная аттестация.		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 1.1 ПК1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6 ПК 1.7 ОК 1.2.3.4.5.6.7.8.9.	Раздел 1. Освоение технологического процесса личных продаж и продвижения турпродукта	225	150	150	75	1	75	20	24	72
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6	Раздел 2. Освоение технологического процесса организации турагентской деятельности	132	88	88	43	1	44	20	12	36

ПК1.7										
ОК										
1.2.3.4.5.6.7.8.9.										
	Учебная и производственная практика (по профилю специальности), часов	144								
	Промежуточная аттестация									
	Всего:	501	238	238	119	2	119	40	36	108

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Код компетенций
1	2	3	4
Раздел ПМ 1. Освоение технологического процесса личных продаж и продвижения турпродукта		225	
МДК. 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта		150	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
Тема 1. 1. Особенности и сравнительная характеристика туристских регионов и турпродуктов	Содержание	20	
	1. Сущность и задачи профессионального модуля: Сущность и содержание учебного курса. Особенности методов, средств, форм обучения. Роль знаний по дисциплине в будущей профессиональной деятельности выпускника.	10	
	2. Сравнительная характеристика туристских регионов: Понятия «туристский регион» и «туристский продукт». Краткое представление особенностей туристских регионов, их сравнительная характеристика. Критерии характеристики туристского региона.		
	3. Среда маркетинга: Понятие внутренней и внешней среды маркетинга.		
	4. Содержание и задачи маркетинговых исследований: Методические основы, правила, процедуры и направления исследований.		
	5. Основные этапы маркетинговых исследований, их назначение, методы, промежуточные и окончательные результаты исследования и анализ внешней среды и рынков Характер маркетинговых исследований		
	6. Структура туристского рынка Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка.		
	7. Сравнительная характеристика туристских продуктов: Особенности, характеристика и критерии туристских продуктов.		
	Практические занятия	10	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1. Классификация рынка по видам и формам туризма		
	2. Анализ рынка туристских регионов , востребованных в г.Архангельске		
	3. Просмотр и анализ презентаций турагенств г. Архангельска		
	4. Сравнительная характеристика туристских продуктов		
	Тема 1. 2. Требования	Содержание	10

российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю	1.	Характеристика информации, предоставляемой потребителю туристских услуг: учет требований российского законодательства при оказании туристских услуг потребителю.	5	
	2.	Информирование потребителей туристских услуг: Информирование клиента об особенностях туристского обслуживания. Страхование, франшиза.		
	3.	Информирование о правах потребителей экскурсионных услуг: Особенности организации экскурсионной деятельности с иностранными туристами.		
	Практические занятия		5	
	1.	Подбор информации для потребителей туристских услуг		
	2.	Анализ прав потребителей туристских услуг		
Тема 1.3. Структура рекреационных потребностей, методы изучения и анализ запросов потребителя	Содержание		10	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Понятие и структура туристских потребностей: Понятия «потребности» (А.Маслоу), «рекреационные потребности», их особенности и структура.	5	
	2.	Методы исследования потребительских запросов: Понятие «потребительский запрос», особенности потребительских запросов в туризме. Методы исследования потребительских запросов.		
	3.	Анализ запросов потребителей: Оценка и анализ результатов запросов потребителей туристских продуктов и услуг.		
	Практические занятия			
	1.	Методы сбора, обработки, анализа и оценки информации. Знакомство с различными видами опросников	5	
	2.	Оценка и анализ результатов исследования		
Тема 1.4. Информационные ресурсы индустрии туризма	Содержание		3	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Информационные ресурсы Использование Интернет-сайтов в сфере туризма. Каталоги туристской индустрии.	1	
	Практические занятия:		2	
	1.	Анализ содержания туристских каталогов		
Тема 1.5. Методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта	Содержание		6	
	1.	Новые продукты в маркетинговой деятельности: Основные этапы разработки продукта-новинки. Внедрение нового туристского продукта на рынок	3	
	2.	Жизненный цикл товара: Этапы жизненного цикла товара: этап введения турпродукта на рынок, этап роста, этап зрелости, этап насыщения, этап упадка.		
	Практические занятия		3	
	1.	Разработка турпродукта		
Тема 1.6. Профессионально-значимые качества продавца. Типы клиентов	Содержание		13	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Профессионально- значимые качества продавца:	6	

		Основные характеристики и требования профессий человек-человек. Типы профессий (по Климову). Условия работы продавца. Профессиограмма продавца.		
	2.	Мотивация деятельности продавца: Профессионально-значимые качества продавца: (коммуникабельность, жизнерадостность, инициативность, предприимчивость, уверенность в себе, широкий кругозор, гибкость, сообразительность и т.д.)		
	3.	Типы клиентов: Характеристика понятия «клиент». Различные типологии клиентов: по темпераменту (холерики, сангвиники, меланхолики, флегматики); по ведущей репрезентативной системе (визуалы, аудиалы, кинестетики); по типу мышления (синтезатор, идеалист, прагматик, аналитик, реалист); в зависимости от ведущей субличности (взрослый, ребенок, родитель (по Э. Берну); по степени готовности к покупке (зритель, жалобщик, покупатель). Особенности клиентов каждого из указанных типов. Внешние проявления вышеуказанных типов		
	4.	Особенности работы и общения с клиентами различного типа: Диагностика типов личности (опросник сенсорного предпочтения, опросник стилей мышления, Айзенка и др.) Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг		
	5.	Мотивы поведения покупателей: Сущность и направления исследований мотивов потребителей туристских услуг. Мотивационный процесс и его основные стадии: возникновение потребности, поиск путей удовлетворения потребности, определение направления действия, осуществление действия, удовлетворение потребности.		
		Практические занятия	7	
	1.	Разработка профессиограммы продавца турпродукта		
	2.	Выявление потребностей потребителей турпродукта.		
	3	Анализ типов клиентов по степени готовности к покупке. Анализ мотивов поведения		
Тема 1.7. Статистика по туризму, профессиональная терминология и принятые в туризме аббревиатуры		Содержание	6	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Использование статистической информации в туристской индустрии: Понятие «статистика», «статистическая информация». Цели и задачи использования статистической информации в индустрии туризма	3	
	2.	Профессиональная терминология: Использование профессиональной терминологии в индустрии туризма. Основные аббревиатуры, используемые в сфере туризма		
		Практические занятия	3	
	1.	Исследование статистических данных туристского рынка в г.Архангельске и Архангельской области. Работа с сайтом «Поморленд», анализ туристского рынка. Работа с профессиональной лексикой, аббревиатурами в сфере туризма		
Тема 1.8. Прием клиента и установление с ним контакта. Типы поведения продавца		Содержание	6	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Особенности приема клиента: Рабочее место турагента. Создание положительного имиджа турагента.	3	

	2.	Установление контакта с покупателем: Задачи установления контакта с покупателем		
	Практические занятия		3	
	1.	Наблюдение за работой продавцов – консультантов торговых сетей с целью выделения этапов продаж и определения различий индивидуальных и розничных продаж		
Тема 1.9. Выявление потребностей клиента. Типы поведения покупателей	Содержание		6	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Выявление потребностей покупателя: Задачи этапа выявления потребности покупателя. Понятие потребностей, иерархия потребностей по А.Маслоу. Основные потребности, которые хочет удовлетворить потребитель. Типы вопросов)открытие, закрытие, перефразирование, альтернативные, отвлекающие, риторические). Действия слушающего. Правила «активного слушания»	3	
	Практические занятия		3	
	1.	Разработка типов вопросов по выявлению потребностей клиентов		
Тема 1.10. Поддержание контакта с покупателем	Содержание		6	
	1.	Условия поддержания контакта с покупателем: Имидж продавца. Первое впечатление. Ошибки восприятия (эффект ореола, эффект шлейфа, эффект превосходства, эффект новизны и др.).	3	
	2.	Способы поддержания контакта: Понятие присоединения. Виды присоединения. Поведение, способствующее диалогу (отзеркаливание. Перефразирование, развитие диалога). Поведение, препятствующее диалогу (критиканство, игнорирование и его виды, эгоцентризм). Способы восстановления контакта.		
	Практические занятия		3	
	1.	Тренировочные упражнения по отработке действий продавца на этапе установления контакта с покупателем. Поддержание контакта с покупателем		
Тема 1.11. Представление турпродукта	Содержание		5	
	1.	Представление товара покупателю: Задачи этапа представления товара. Схема Х-П-В (характеристика – преимущество - выгода). Характеристики товара, виды преимуществ, выгоды. Которые дает товар. Перевод характеристик в преимущества и в выгоды для покупателя. Представление о товаре покупателя и продавца.	3	
	Практические занятия		2	
	1.	Презентация товара (деловая игра)		
Тема 1.12. Ответы на возражения клиента	Содержание		7	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Задачи этапа снятия возражения клиента: Причины возникновения возражений (рациональные и эмоциональные).	4	
	2.	Виды возражений клиента: Необоснованные, служащие отговоркой, неискренние, обоснованные		
	3.	Техника работы с возражениями: Ответы на возражения покупателя. Методы аргументации: фундаментальный метод,		

		метод сравнения, метод «Да – но», метод совместного опыта, метод «Ноу- хау», ссылка на собственный опыт, ссылка на авторитет, метод альтернативы		
	4.	Техника аргументации и контраргументации: Типы конфликтных покупателей: Стратегия поведения в конфликте. Стресс. Способы саморегуляции продавца		
	Практические занятия:		3	
	1.	Поиски положительного в отрицательном. Снятие возражений клиента		
Тема 1.13. Завершение продажи	Содержание		8	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Задачи и методы этапа завершения продажи: Естественное/прямое завершение, «альтернативная» сделка, завершение – комплимент, «Способ Коломбо», способ Б. Франклина», «остались только стоячие места», «Да – ритм», завершение-уступка, завершение ввиду будущих событий, завершение-предвосхищение, завершение с трудностями.	4	
	2.	Сигналы готовности клиента совершить покупку: Умение «оставить дверь открытой». Быстрая продажа		
	Практические занятия:		4	
	1.	Применение различных методов завершения продажи		
Тема 1.14. Работа с претензиями	Содержание		8	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Цель работы с претензиями: Причины недовольства клиентов. Проявление недовольства	4	
	2.	Алгоритм работы с претензиями: Переадресация претензий. Стратегии поведения продавца и покупателя. Манипуляции. Типы манипуляций, способы их распознавания и защита. Что мешает договориться. Техники выравнивания напряжения		
	3.	Закон о защите прав потребителей: Управление претензией		
	Практические занятия:			
	1.	Деловая игра. Особенности работы с претензиями потребителей туристских услуг.	4	
Тема 1.15. Характеристика турпродукта и методика расчета его стоимости	Содержание		6	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Туристский продукт: Структура туристского продукта. Характеристика турпродукта.	3	
	2.	Расчет себестоимости турпродукта: Методика расчета себестоимости туристского продукта		
	Практические занятия:		3	
	1.	Применение методик расчета турпродукта		
Тема 1.16. Виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий	Содержание		6	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Особенности рекламы в сфере туризма: Виды туристской рекламы. Характеристики современного рекламного процесса. Роль рекламы в создании благоприятного имиджа турфирмы. Принятие решений о рекламном	3	

		обращения. Работа с каталогами.		
	2.	Рекламные компании: Основные этапы осуществления рекламной деятельности. Определение целей рекламы. Разработка рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности. Средства распространения туристской рекламы		
	Практические занятия:		3	
	1.	Исследование рекламных обращений в туристской индустрии. Составление рекламного обращения		
Тема 1.17. Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы	Содержание		8	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Работа с консульствами зарубежных стран: Поэтапность деятельности турагента по работе с зарубежными консульствами	4	
	2.	Подготовка пакета документов для зарубежных консульств: Работа с клиентом по сбору пакета документов для выезда. Требования к оформлению документов		
	3.	Особенности работы с зарубежными консульствами: Организационная работа по взаимодействию с зарубежными консульствами		
	Практические занятия:		4	
	1.	Требования к оформлению пакета документов на выезд потребителей турпродукта		
	2	Подготовка пакета документов для зарубежных консульств		
Тема 1.18. Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации	Содержание		10	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Страны Шенгенского соглашения: Конвенция о применении Шенгенского соглашения от 14.06.1985 г. Новые присоединившиеся страны (2007 г. и позже...)	5	
	2.	Виза для пересечения стран Шенгенского соглашения: Виды виз. Требования к их оформлению		
	3.	Особенности пересечения границ стран Шенгенского соглашения: Работа с пакетом документов потребителя туристских услуг.		
	Практические занятия:		5	
	1.	Деловая игра. Пересечение границ стран, входящих в Шенгенскую зону		
Тема 1.19. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями	Содержание		6	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	1.	Работа с государственными и консульскими учреждениями: Правила оформления документов. Подготовка пакета документов.	3	
	2.	Работа со страховыми компаниями: Виды страхования. Требования к оформлению страхового договора. Страховой случай. Франшиза.		
	Практические занятия		3	
	1.	Деловая игра. Оформление страхового договора потребителя туристских услуг.(Работа в подгруппах)		
Самостоятельная работа при изучении МДК 01.01.			75	
• Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам				

<p>учебных пособий, законодательным актам).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. • Самостоятельное изучение вопросов, связанных с экспертной оценкой обслуживания потребителей в туристской фирме г. Архангельска по выбору студента. • поиск необходимой информации для занятий в области профессиональной деятельности • составление профессионального глоссария • Работа над курсовым проектом 		
<p style="text-align: center;">Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <ul style="list-style-type: none"> - Систематическая проработка конспектов занятий и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем) - Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ и подготовка к их защите. - Составление словаря понятий. - Составление вопросов для взаимопроверки знаний. - Анализ и оценка маркетинговой деятельности предприятий сферы туризма на основе изучения профессиональной литературы - Работа с каталогами, Интернет –ресурсами - Наблюдение и анализ действий продавцов-консультантов торговых сетей г.Архангельска на этапе установления (вступления, выявления потребностей потребителя, презентации товара) контакта с покупателем. Заполнение экспертных листов.Сделать экспертное заключение. - Составление плана маркетинговых исследований - Разработка собственного проекта и подготовка его к продаже. - Тренинг: выполнение ролей покупателя и продавца. Решение установочных задач. - Подготовка презентаций товаров. - Варианты возражений покупателю по поводу предложенного турпродукта 		
<p style="text-align: center;">Примерная тематика курсовых работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности оформления виз в страны «Шенгенского соглашения» 2. Профессионально-значимые качества продавца турпродукта 3. Типы поведения покупателей (потребителей) 4. Личная продажа одна из основных форм в туристской индустрии 5. Особенности страхования в индустрии туризм 6. Роль рекламы в сфере туризма 7. Особенности благоприятного имиджа турфирмы. 8. Отношение потенциальных потребителей к рекламе. 9. Изобразительные средства рекламы. 10. Потребности и ожидания производителя от рекламных сообщений. 11. Рекламные кампании в сфере туризма (услуг, образования, др.) 12. Ярмарки и выставочная деятельность в Архангельской области как вид рекламной деятельности. 13. Эффективность средств распространения рекламы. 14. Фирменный стиль предприятия и его роль в продаже продукта. 	<p>20</p>	

<p>Учебная практика Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> • определение и анализ потребностей заказчика; • выбор оптимального туристский продукт; • осуществление поиска актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных и др.); • составление ии анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проведение маркетинга существующих предложений от туроператоров; • взаимодействие с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения; • осуществление бронирования с использованием современной офисной техники; • участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организовываемых туроператорами; • обеспечение своевременного получения потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки; • разработка и формирование рекламных материалов, разработка рекламных акций и представление туристского продукта на выставках, ярмарках, форумах; • представление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям; • оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящими в турпродукт, и расчет различные его варианты; • оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; • составление бланка, необходимого для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); • приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности; • прием денежных средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности; • предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; • консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз; • доставка туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран; 	24		
<p>Производственная практика Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выявление и анализ потребностей заказчиков и подбор оптимального туристского продукта; • подбор информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках; • проведение сравнительного анализа предложений туроператоров, разработка рекламных материалов и презентации турпродукта; • взаимодействие с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники; • оформление и расчет стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя; • оказание визовой поддержки потребителю; • оформление документации строгой отчетности <p>информирование потребителя о туристских продуктах</p>	72		
<p>Итоговый контроль: дифференцированный зачет, экзамен</p>	3		
Всего часов	150		
Раздел ПМ 2. Освоение		132	

технологического процесса организации турагентской деятельности			
МДК. 01.02 Технология и организация турагентской деятельности		132	
Тема 1.1 Специфика деятельности турагента	Содержание	14	
	1 Понятие и виды деятельности турагента Определение понятия «турагент». Основные функции и преимущества туристских агентств. Базовые и дополнительные услуги. Специализация по туристским направлениям, контингенту потребителей, видам туризма. Тур – как продукт туристского рынка.	8	ОК1-9, ПК 1.1-1.7
	2 Особенности организации туристского агентства Требования к помещению туристской фирмы: месторасположение, зонирование пространства, организация рабочей зоны. Обеспечение офисной техникой. Оформление офиса. Штат сотрудников и требования к персоналу. Функции специалиста по туризму.		ОК 1-9, ПК1.1-ПК1.7
	3 Продуктивные методики обслуживания клиента Этапы обслуживания клиента в турагентстве. Особенности «контактной зоны». Предпродажное и постпродажное обслуживание клиента. Временные затраты при работе с клиентом. Специфика формирования клиентской базы. Особенности обслуживания постоянных клиентов. Формы сервисного обслуживания клиентов в туристском агентстве.		ОК1-9, ПК 1.1-1.7
	4 Конкурентоспособность туристского агентства Факторы, влияющие на успешность деятельности турагента: качество, надёжность, безопасность, оправданность цены, сегментация потребителей, сезонная дифференциация цен, дифференцированная система скидок.		ОК1-9, ПК 1.1-1.7
	Практические занятия	8	ОК 1-9, ПК 1.1-1.5, ПК 1.7
	1 Ознакомление с деятельностью туристского агентства (на примере г. Архангельска)		
	2 Экспертная оценка обслуживания клиента в туристской фирме		
	3 Картирование туристских агентств в г. Архангельске		
	4 Контрольный тест по теме 1.1.		
Тема 1.2. Информационно – методическое обеспечение деятельности турфирмы	Содержание	10	
	1 Информационно – методические базы рынка турпродуктов Роль информационно – методического обеспечения деятельности турфирмы. Виды каталогов туроператоров: демонстрационные, ценовые предложения, индивидуального бронирования. Условные обозначения. Информационные справочники по страноведению.	4	ОК 1-9, ПК 1.1-1.7
	2 Информационно – методические базы по нормативно – правовому и документационному обеспечению деятельности турфирмы Справочные материалы по нормативно – правовому обеспечению деятельности туристского агентства; Туристская документация, бланки строгой отчётности.		

	Практические занятия	6	ОК1-9, ПК 1.1-1.3,ПК1.7
	1 Анализ каталогов туроператоров		
	2 Формирование информационно – методической базы туристского агентства		
	3 Анализ рынка рекламных туров на сайтах туроператоров и выявление условий участия в них		
Тема 1.3. Технология подбора и бронирования туров по заявкам клиентов	Содержание	40	
	1 Специфика туристских маршрутов Наиболее популярные направления российских туристов: Турция, Египет, Таиланд, Греция, Испания, Италия, Черноморское побережье России. Экзотические страны. Особенности морских круизов и автобусных туров. Автобусные туры в Европу.	20	ОК1-9,ПК 1.1-1.7
	2 Работа с заявками потребителей Шкала потребностей и классы обслуживания: параметры анализа потребной клиента (направление, сроки и продолжительность пребывания, количество участников тура), требования к условиям проживания, питания, экскурсионного обслуживания, примерная стоимость, дополнительные условия. Формулирование основных, дополнительных и уточняющих вопросов. Оценка потребностей и возможностей клиента. Выбор места туристского назначения. Оформление предварительной заявки на обслуживание как метод удержания клиента.		ОК1-9,ПК1.1-ПК1.5
	3 Поиск тура клиенту Информационные каналы туристских центров: каталоги туроператоров, буклеты, прайс – листы и пр., интернет- сайты. Процесс выбора оптимального варианта тура по заданному направлению, расчёт примерной стоимости вариантов турпакета по заявке потребителя.		ОК1-9,ПК1.1-ПК1.5
	4 Аспекты, влияющие на выбор оптимального туристского предложения Понятие «Горящая путёвка»: формирование стоимости, соотношение цены и качества. Туры в кредит. Скидки. Особые тарифы на авиаперевозки: экскурсионный тариф, молодёжный, РЕХ, АРЕХ и пр. Обозначения международных тарифов и условия их применения.		ОК1-9, ПК1.1-ПК1.7
	5 Бронирование тура Правила и порядок бронирования туров: лист бронирования (резервационная форма), резервирование мест в отеле и бронирование мест на транспорте. Счёт – подтверждение и аннуляция брони. Сроки оплаты туры клиентом и турагентом туроператору. Изменения заказа.		ОК1-9, ПК1.1-ПК1.7
	Практические занятия	20	
	1 Выявление причин популярности зарубежных туристских направлений		
	2 Выявление причин популярности отечественных туристских направлений		
	3 Определение проблемного поля при работе турагента с заявками потребителей		
	4 Проведение сравнительного анализа предложений туроператоров по заданному туристскому направлению		
	5 Контрольный тест по теме 1.3.		
	6 Определение стоимости оптимального варианта тура		
Тема 1.4. Формирование пакета документов для туриста	Содержание	21	
	1 Специфика паспортно –визовых формальностей	11	ОК1-9,ПК

	Виды паспортов и их характеристика. Виды виз (покупные, разрешительные). Возникновение и современные требования «шенгенского» пространства. Страны Шенгенского соглашения. Перечень необходимых документов для получения шенгенской визы, условия выдачи.		1.1-1.6
2	Оформление страховки Сущность и виды страхования в туризме: страхование жизни и здоровья туриста, страхование от утери багажа, страхование от невыезда		ОК1-9, ПК 1.1,ПК1.2,ПК 1.3,ПК1.6.
3	Договор о туристском обслуживании ФЗ РФ «Об основах туристской деятельности» и ФЗ РФ «О защите прав потребителей» - как документы, регулирующие правомочность клиентского договора. Требования к содержанию и оформлению договора, условия его действительности, ответственность сторон. Определение понятия «форс-мажорные обстоятельства».		ОК 1-9, ПК 1.1 –ПК 1.7
4	Турпутёвка формы ТУР-1 и туристский ваучер Условные обозначения и сокращения, используемые при заполнении бланка путёвки. Отличительные особенности оформления путёвок для физических и юридических лиц, индивидуальных и туристских групп. Особенности оформления туристского ваучера.		ОК1-9,ПК 1.4, ПК1.5,ПК 1.7
5	Проездные документы Особенности проездных документов на различных видах транспорта. Электронный билет (Electronic Ticket). Transitional Automated Ticket (TAT) («Копирующийся» автоматический билет («Сэндвич»)): специфика заполнения. Автоматический купонный билет с посадочным талоном. Билет для ручной выписки.		ОК1-9, ПК 1.1- ПК1.3,ПК1.5, ПК1.7
6	Информирование клиента об условиях путешествия Памятка туриста. Специфика пребывания в стране, возможности посещения достопримечательностей, специфика культурных и религиозных традиций, платёжные средства за рубежом, сотовая связь и др. Особенности общения с полицией в разных странах. Расписка о получении документов		ОК1-9,ПК 1.1-ПК1.7
Практические занятия		10	ОК1-9,
1	Формирование перечня и анализ необходимой документации для оформления загранпаспорта		ПК 1.1- ПК1.2,ПК1.7
2	Картирование требований к оформлению визы в разных странах «шенгенского» пространства		ОК1-9, ПК1.1,ПК1.2, ПК1.3,ПК1.6, ПК1.7
3	Картирование страховых компаний г. Архангельска, предоставляющих услуги страхования в туризме		ОК1-9, ПК1.1, ПК1.2, П.К1.7
4	Анализ клиентского договора на основании нормативно – правовых актов РФ		
5	Определение и характеристика документационного обеспечения тура		ОК1-9, ПК1.1 ,ПК1.2ПК1.7
6	Составление памятки туристу по заданному направлению		ОК1-9,ПК1.1- ПК1.2,
7	Контрольный тест по теме 1.4.		ОК1-9, ПК1.1-ПК1.7

<p style="text-align: center;">Самостоятельная работа при изучении МДК 01.02</p> <ul style="list-style-type: none"> • Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, законодательным актам). • Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. • Самостоятельное изучение вопросов, связанных с экспертной оценкой обслуживания потребителей в туристской фирме г. Архангельска по выбору студента. • Работа над курсовым проектом. 	44	
<p style="text-align: center;">Примерная тематика домашних заданий</p> <ul style="list-style-type: none"> • Самостоятельное исследование интернет – сайтов турагентств г. Архангельска, посещение туристских фирм, составление резюме и подготовка выступлений к семинару «Экспертная оценка обслуживания клиента в туристской фирме» • Составление терминологического словаря по Разделам 1, 2. • Разработка презентаций по темам: «Причины популярности зарубежных туристских направлений» и «Причины популярности зарубежных туристских направлений» с учётом природно-климатических, географических, социальных и культурно – исторических факторов, достопримечательностей, инфраструктуры, популярных видов туризма, специфики сувенирной продукции, «Имидж турфирмы», «Реклама в туризме». • Подготовка к деловым играм. 		
<p style="text-align: center;">Примерная тематика курсовых работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Роль турагентов на рынке туристских услуг на примере г. Архангельска 2. Виды и роль туристской документации в организации и реализации туров 3. Проблемы и технология реализации готового турпродукта 4. Проблемы качества обслуживания потребителей в туристской фирме 5. Ваучеры и их применение в туристской деятельности 6. Турция – как туристское направление 7. Специфика туров в Египет 8. Особенности туристского отдыха в Таиланде 9. Автобусные туры в Европу 10. Туристское направление – острова 11. Экзотические виды туризма 12. Многофункциональность туристского отдыха на Черноморском побережье России 13. Круизы – как один из наиболее популярных видов туризма 14. Специфика событийных туров на примере _____ 15. Особенности оформления виз в страны «шенгенского соглашения» 	20	
<p>Учебная практика Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • определение и анализ потребностей заказчика; • выбор оптимального туристский продукт; • осуществление поиска актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных и др.); • составление ии анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проведение маркетинга существующих предложений от туроператоров; 	12	

<ul style="list-style-type: none"> • взаимодействие с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения; • осуществление бронирования с использованием современной офисной техники; • участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организовываемых туроператорами; • обеспечение своевременного получения потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки; • разработка и формирование рекламных материалов, разработка рекламных акций и представление туристского продукта на выставках, ярмарках, форумах; • представление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям; • оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящими в турпродукт, и расчет различные его варианты; • оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; • составление бланка, необходимого для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); • приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности; • прием денежных средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности; • предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; • консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз; • доставка туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран; 		
<p>Производственная практика Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выявление и анализ потребностей заказчиков и подбор оптимального туристского продукта; • подбор информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках; • проведение сравнительного анализа предложений туроператоров, разработка рекламных материалов и презентации турпродукта; • взаимодействие с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники; • оформление и расчет стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя; • оказание визовой поддержки потребителю; • оформление документации строгой отчетности 	36	
<p>Итоговый контроль: комплексный дифференцированный зачет, экзамен</p>	2	
Всего	492	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Технология и организация информационно-экскурсионной деятельности», и лаборатории «Информатики и информационно-коммуникационных технологий»

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Технология и организация турагентской деятельности», комплект учебно-методических материалов; образцы методической литературы; учебно-методические комплексы по специальности «Туризм»;

Оборудование лаборатории «Информатики и информационно-коммуникационных технологий»: компьютеры, принтер, сканер, модем (спутниковая система), проектор, плоттер, программное обеспечение общего и профессионального назначения, комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения: ноутбук, мультимедийный проектор, телевизор, видеоматрифон, компакт диски, видеокассеты и другие носители информации

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе.

3.2.1. Основные печатные издания

Основные источники:

1. Косолапов, А.Б. Организация туристской деятельности : учебник / Косолапов А.Б. - Москва : Академия, 2020. (ред.)
2. Косолапов, А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности / Косолапов А. Б. - Москва : Академия, 2020. (ред.)
3. Технология и организация турагентской деятельности / Н.Л.Любавина и др. - Москва : Академия, 2019.
4. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма: учеб. пособие / Д.С. Ушаков.-изд.2-е.- Москва: МартТ,2007.-283с.- (Туризм и сервис). -ISBN 978-5-241-00818-3.
5. Ушаков Д.С. Технологии продаж в туристском бизнесе/ Д.С. Ушаков.-Ростов-наДону: Феникс,2006.-239с.- (Бизнес-класс. Серия практических руководств для менеджеров).- Учеб.-практич.изд.- ISBN 5-222-09289-5
6. Черных Н.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: Учеб.пос. / Н.Б.Черных. - [изд.2-е,испр.и доп.]. - М: Сов.спорт, 2005. - 358с. - 18БК 5-85009-984-

Дополнительные источники:

Учебники и учебные пособия:

1. Буйленко В.Ф. Основы профессиональной деятельности в туризме и экотуризме: учеб.пособие для вузов / В.Ф. Буйленко. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 379с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с.366-367 . - Рек. УМО по образованию в обл. сервиса и туризма.
2. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса: учеб. пособие / М.В. Ефремова. -Москва: Ось-89, 1999. - 192с. - 18БК 5-86894-287-6.
3. Жукова М.А., Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма в России в современных условиях: Уч.пос. для вузов. – СПб «КноРус», 2007.- 416с.

4. Можаяева Н.Г. Туризм: учеб.для студ. образоват.учрежд.ср.проф.образов. /Н.Г.Можаяева-Е.В.Богинская. - М.: Гардарики, 2007. - 270с. - (РипёатеШа). - ГРИФ. - 18ВК 978-5-8297-0315-8.
5. Туризм как вид деятельности: Учебник для студ.вузов / В.А. Квартальное, И.В. Зорин, П.А.Виноградов и др. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 287с: ил. - (Менеджмент туризма). – В надзаг.:Рос.междунар.академия туризма. - 18ВК 5-279-02443-0.
6. Туризм как объект управления: Учебник для студ.вузов / В.А. Квартальное, И.В. Зорин, П.А.Виноградов и др. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 301с. - (Менеджмент туризма). – В надзаг.:Рос.междунар.академия туризма. - 18ВИ 5-279-02448-1.
7. Сапрунова В. Туризм. Эволюция. Структура. Маркетинг / В. Сапрунова. - Москва: Ось-89,1997. - 160с. - 18ВИ 5-86894-141-1.
8. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб.пос. / Д.С.Ушаков. - М.: ИЦ"МарТ";Ростов-н/Д:МарТ, 2004.-413с.-18ВК 5-241-00308-8.

2. Каталоги туристской индустрии:

2.1.Тонкости продаж /каталог-справочник, свидетельство о регистрации ПИ №77-17695 выдано Министерством Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций/

3. Электронные ресурсы:

3.1. Гринфельд П.А. «Электронная антология «Культурное наследие Югры» - интегрированный информационный ресурс развития культурного и этнографического туризма».[Электронный ресурс]. ... Положение "О проведении II олимпиады по туризму «Туристика-2013» среди учащихся 10-11 классов школ. -.- Режим доступа: <http://www.tourism.admhmao.ru>Туризм в Югре: ГлавнаяТуризм в Югре Ханты-Мансийск

3.2 Квартальнов;В. А. Руководство менеджера;[Электронный ресурс] Учебники РМАТ;[Электронный ресурс] Менеджмент туризма: Туризм как объект управления;[Текст] Володькина;М. В. Стратегический менеджмент Фатхутдинов;Р. А. -.- Режим доступа: <http://www.do.gendocs.ru/docs/index-154777.html>

3.3. Кучеренко Ю.В. Телекоммуникационные рынки в мировой экономике и перспективы их развития в России.Управление по туризму. Коммуникации в современном мире [Электронный ресурс]. -.-Режим доступа: <http://www.innov.ru/news-it/2009..CoolReferat.com> Информационные технологии

3.4. Официальный сайт федерального агентства по туризму Российской Федерации [Электронный ресурс] : база данных содержит статистические данные и практические сведения по внутреннему и выездному туризму. -.- Режим доступа: <http://www.pandia.ru/text/77/152/9964.php>

3.5. Писаревский Е.Л. Туристские формальности и обеспечение безопасности туризма. [Электронный ресурс], 2009.Начало третьей фазе критики положила Манильская конференция по туризму, организованная Всемирной туристской организацией в 1980 г . -.- Режим доступа: http://www.juristlib.ru/book_5912.html

Интернет-ресурсы:

1. Официальный сайт Архангельского областного туристского информационного центра. – Режим доступа: <http://pomorland.info>
2. Соловецкий центр гостеприимства. – Режим доступа: <http://www.solovki-wa.ru>
3. Федеральное агентство по туризму РФ. – Режим доступа: <http://rusotourism.ru>

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПК1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации</p>	<ul style="list-style-type: none"> • определения потребностей заказчика в соответствии с требованиями к опросникам, анкетам, беседе; • демонстрация оптимального выбора туристского продукта на основе использования различных поисковых систем и информационно – методических баз в соответствии с информационными технологиями и критериями отбора; • участие в структурировании рекреационных потребностей в соответствии с критериями данных потребностей; • демонстрация владения методами сравнительного анализа предложений туроператоров по заданному туристскому направлению в соответствии с алгоритмом; • демонстрация осуществления поиска необходимой потребителю информации в соответствии 	<p><u>Текущий контроль:</u> Тема 1.1. <i>Практическое занятие 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Анализ <p><i>Практическое занятие 4.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Наблюдение • Анализ <p>Тема 1.2. <i>Практическое занятие 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Защита практического задания <p>Тема 1.3. <i>Практическое занятие 1-4.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Наблюдение • Анализ • Сравнение • Защита практического задания <p><i>Практическое занятие 5.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Анализ • Экспертная оценка • Контрольный тест по теме 1.3. <p><u>Промежуточный контроль:</u> <i>Итоговый комплексный дифференцированный зачет</i></p>

	<p>алгоритмом и критериями отбора;</p> <ul style="list-style-type: none"> • выявления причин популярности зарубежных и отечественных туристских направлений в соответствии с критериями отбора; 	
<p>ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах</p>	<ul style="list-style-type: none"> • применения форм и методов эффективного общения и обслуживания потребителей в соответствии с требованиями; • демонстрация применения правил взаимодействия с потребителями в соответствии с соблюдением делового этикета; • умение оперирования актуальными данными о туристских услугах, входящими в турпродукт, в соответствии с требованиями должностным обязанностям; 	<p><u>Текущий контроль:</u> Тема 1.1. <i>Практическое занятие 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Анализ • Защита практического задания <p>Тема 1.2. <i>Практическое занятие 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Наблюдение • Анализ • Защита практического задания <p><u>Промежуточный контроль:</u> <i>-Защита курсовой работы</i></p>
<p>ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта</p>	<ul style="list-style-type: none"> • демонстрация освоения правил взаимодействия с туроператорами в соответствии соблюдения делового этикета и методов эффективного общения; • демонстрация составления бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта (договора, заявки) в соответствии нормативно-правовых актов и в соответствии с требованиями к должностным обязанностям; • освоение правил и требований оформления, учета и хранения бланков строгой отчетности в соответствии с законодательно-правовой 	<p>Тема 1.2. <i>Практическое занятие 1-2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Наблюдение • Анализ • Защита практического задания <p><u>Промежуточный контроль:</u> <i>-Защита курсовой работы</i></p> <p><i>- Итоговый комплексный дифференцированный зачет</i></p>

	базой;	
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	<ul style="list-style-type: none"> • демонстрация формирования востребованного туристского продукта в соответствии с требованиями к нему; • демонстрация владения навыками поиска актуальной информации в соответствии с требованиями к использованию различных информационных источников, технологий позволяющих оптимизировать стоимость турпакета; • умение проектирования турпродукта в соответствии с критериями отбора, запросами потребителей и соблюдением нормативно-правовой базы; • демонстрация обоснования туристских услуг, брендов в соответствии с требованиями к их составлению и учетом потребностей клиента; • качество формулирования и изготовления текстов рекламных кампаний в соответствии с нормативно-правовой базой и требованиями к ним; 	<p>Тема 1.3. <i>Практическое занятие 4,6.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Анализ • Защита практического задания <p><u>Промежуточный контроль:</u> <i>-Защита курсовой работы</i></p> <p><i>- Итоговый комплексный дифференцированный зачет</i></p>
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы и др.)	<ul style="list-style-type: none"> • демонстрация владения заполнения и оформления турпакета: ваучеров, турпутевок, страховых договоров, полисов и другой документации в соответствии законодательных актов и должностных обязанностей. 	<p>Тема 1.2. <i>Практическое занятие 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Анализ • Защита практического задания <p>Тема 1.4. <i>Практическое занятие 1-6.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Наблюдение • Анализ • Защита практического

		<p>задания</p> <p><i>Практическое занятие 5.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Экспертная оценка • Контрольный тест по теме 1.4. <p><u>Промежуточный контроль:</u> -<i>Защита курсовой работы</i></p> <p>- <i>Итоговый комплексный дифференцированный зачет</i></p>
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	<ul style="list-style-type: none"> • демонстрация освоения правил взаимодействия с консульствами по оказанию визовой поддержки потребителю в соответствии с требованиями законодательной и нормативной базы; • демонстрация владения навыками по заполнению необходимой документации по оказанию визовой поддержки клиентов в соответствии с должностными обязанностями и законодательно-правовыми актами; 	<p>Тема 1.2.</p> <p><i>Практическое занятие 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Анализ • Защита практического задания <p>Тема 1.4.</p> <p><i>Практическое занятие 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Анализ • Защита практического задания <p><i>Практическое занятие 5.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Экспертная оценка • Контрольный тест по теме 1.4. <p><u>Промежуточный контроль:</u> -<i>Защита курсовой работы</i></p> <p>- <i>Итоговый комплексный дифференцированный зачет</i></p>
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности	<ul style="list-style-type: none"> • демонстрация применения методик оформления документов строгой отчетности в соответствии с должностными обязанностями и законодательно-правовыми актами; 	<p>Тема 1.2.</p> <p><i>Практическое занятие 2.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Наблюдение • Анализ • Защита практического задания <p>Тема 1.4.</p> <p><i>Практическое занятие 1-4.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Анализ • Защита практического задания <p><i>Практическое занятие 5.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Экспертная оценка • Контрольный тест по теме 1.4.

		<p><u>Промежуточный контроль:</u> -Защита курсовой работы</p> <ul style="list-style-type: none"> Итоговый комплексный дифференцированный зачет
--	--	---

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– демонстрация интереса к будущей профессии	<p><u>Текущий контроль</u> в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> Защиты практических заданий (презентаций) Контрольных тестов Экспертных оценок в процессе учебной производственной практики и на практических занятиях отзывов руководителей практики, преподавателей <p><u>Промежуточный контроль:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> отзывы обучающихся по итогам практики Защита курсовой работы <p>Итоговый контроль: комплексный дифференцированный зачет</p>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач на практике;	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в процессе общения с сотрудниками и клиентами	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные;	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	– Применение профессионального программного обеспечения при работе на ПК – осуществление профессиональных коммуникаций при помощи информационных технологий – Обеспечение документооборота с использованием	

	информационных технологий	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с руководством, коллегами и социальными партнерами.	- взаимодействие с руководителями практики, клиентами и сотрудниками туристских предприятий во время прохождения учебной и производственной практики	
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность обучающихся, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за качество образовательного процесса.	- решение проблем, возникающих на маршруте -консультировать потребителей по турпродуктам, оказание помощи в продвижении и реализации турпродукта;	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- самоанализ и коррекция результатов собственной работы	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- анализ инноваций в области организации обслуживания потребителей в турагентствах	
ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)		