

Министерство образования и науки Республики Дагестан  
Государственное бюджетное профессиональное образовательное  
учреждение РД  
«Электромеханический колледж»

ОДОБРЕНА  
дисциплинарной цикловой комиссией  
учебно-  
специальности 43.02.10 «Туризм»

УТВЕРЖДАЮ  
Зам. директора по

Протокол № 1 от «05» 09 2023г.  
Председатель ДЦК  
Меева Анаева А.М.  
Подпись ФИО



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
по междисциплинарному курсу  
**ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг**

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности  
43.02.10 Туризм

Разработчик:  
ГБПОУ РД «Электромеханический колледж»  
Преподаватель - Полтавская Ю.А.  
Сучкова А.А.  
Зайцева Е.С.

Одобрено на заседании ДЦК 43.02.10. «Туризм»

Протокол № 1 от «05» 09 2023г.  
Председатель ДЦК Меева Анаева А.М.

г. Кизляр  
2023г.

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>3</b>
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>7</b>
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>8</b>
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>21</b>
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГОМОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	<b>27</b>
<b>6.ПРИЛОЖЕНИЕ 1</b>	
<b>КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН</b>	<b>31</b>

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ Предоставление туроператорских услуг**

## **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм, укрупненной группы 43.00.00 Сервиса и туризма, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Предоставление туроператорских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта;

ПК 3.2. Формировать туристский продукт;

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта;

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в рамках специальности 43.02.10 Туризм, и при разработке программ дополнительного профессионального образования, повышения квалификации и переподготовки кадров в сфере туризма.

## **1.2. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля:**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями, студент, в ходе освоения профессионального модуля должен:

**иметь практический опыт:**

проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;

планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета;

предоставления сопутствующих услуг;

расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;

взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;

работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;

планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;

В результате освоения дисциплины студент должен **уметь:**

осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;

проводить анализ деятельности других туркомпаний;

работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;

обрабатывать информацию и анализировать результаты;

налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;

работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;

работать с информационными и справочными материалами;

составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;

составлять турпакеты с использованием иностранного языка;

оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;

оформлять страховые полисы;

вести документооборот с использованием информационных технологий;

анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;

рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;

работать с агентскими договорами;

использовать каталоги и ценовые приложения;

консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;

работать с заявками на бронирование туров;

предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;

использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;

использовать эффективные методы общения с клиентами на русском

и иностранном языках;

В результате освоения дисциплины студент должен **знать:**

виды рекламного продукта;

правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;

способы обработки статистических данных;

методы работы с базами данных;

методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;

планирование программ турпоездок;

основные правила и методику составления программ туров;

правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;

способы устранения проблем, возникающих во время тура;

методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;

методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;

основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;

правила бронирования туров;

методику организации рекламных туров;

правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;

основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;

технику проведения рекламной кампании;

методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;

техники эффективного делового общения, протокол и этикет;

специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

**1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – 452 часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 196 часа;
- самостоятельной работы обучающегося – 94 часов;
- учебной практики – 36 часов;
- производственной практики – 126 часа;
- экзамен – 4 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности (ВПД) Предоставление туроператорских услуг, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля 03 «Предоставление туроператорских услуг»

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка студента			Самостоятельная работа студента	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4	МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	182	112	24	-	70		
ПК 3.1, ПК 3.4	МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме	108	84	36	-	24		
	Учебная практика	36					36	
	Производственная практика, (по профилю специальности)	126						126
	<b>ВСЕГО:</b>	<b>452</b>	<b>196</b>	<b>60</b>		<b>94</b>	<b>36</b>	<b>126</b>

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ03 «Предоставление туроператорских услуг»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа студентов	Объем часов	Уровень освоения	
<b>МДК 03.01.Технология и организация туроператорской деятельности</b>		<b>112</b>		
<b>Тема 1.</b> Организационно-правовые основы туристской деятельности	<b>Содержание</b>	<b>10</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/519673">https://urait.ru/bcode/519673</a>
	1. Понятие и содержание туризма.	2		
	2. Функции туризма	2		
	3. Классификация и типология туризма.	4		
	4. Факторы и условия развития туризма	2		
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>		
	1. Анализ этапов развития турпродукта в современной практике туризма.	2		
2. Изучение законодательной базы туризма.	2			
<b>Тема 2.</b> Нормативно-правовые акты РФ, регулирующие деятельность туристских агентств и туроператоров	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/519673">https://urait.ru/bcode/519673</a>
	1. Государственная политика и система управления сферой туризма	4		
	2. Законодательная и нормативно-правовая база туризма в России. Объединения туроператоров и турагентов	4		
	<b>Практические занятия</b>	<b>6</b>		
	1. Характеристика договоров в туризме	2		

	2. Заполнение стандартных договоров туристкой деятельности	2		
	3. Составление агентских договоров	2		
<b>Тема 3</b> Туроператорская деятельность	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/519673">https://urait.ru/bcode/519673</a>
	1. Понятие и сущность туроператорской деятельности	4		
	2. Условия осуществления туроператорской деятельности. Банкротство и закрытие туроператоров	4		
	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>		
	1. Изучение и анализ надежности туроператора.	1		
	2. Изучение и анализ рисков туроператорской деятельности	1		
<b>Тема 4.</b> Туристский продукт как результат деятельности туроператора	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/519673">https://urait.ru/bcode/519673</a>
	1. Понятие и структура туристского продукта. Виды туристского продукта	4		
	2. Жизненный цикл туристского продукта	2		
	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>		
	2. основные стадии жизненного цикла туристского продукта.	2		
<b>Тема 5.</b> Формирование туристского продукта	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/519673">https://urait.ru/bcode/519673</a>
	1. Понятие и этапы формирования турпродукта.	2		
	2. Общие требования к проектированию туристских услуг	2		
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>		
	1. Заполнить таблицу «Основные требования к туристским услугам»	2		
	2. Сущность и содержание ценообразования в туризме	2		

<b>Тема 6. Разработка нового туристского маршрута</b>	<b>Содержание</b>	<b>10</b>		
	1. Этапы разработки нового турпродукта	4	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/code/519673">https://urait.ru/code/519673</a>
	2. Разработка нового туристского маршрута.	4		
	3. Формирование тура и его составляющие	2		
	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>		
	1. Мониторинг предложений туроператоров	2		
<b>Тема 7. Ценообразование туристского продукта</b>	<b>Содержание</b>	<b>6</b>		
	1. Особенности ценообразования в туризме	2	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/code/519673">https://urait.ru/code/519673</a>
	2. Факторы и методы ценообразования в деятельности туроператоров	4		
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>		
	1. Ценообразование в туроперейтинге	2		
	2. Формирование и расчет стоимости турпакета	2		
<b>Тема 8. Схемы работы с гостиницами, компаниями-перевозчиками, иными организациями</b>	<b>Содержание</b>	<b>10</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/code/519673">https://urait.ru/code/519673</a>
	1 Договорные отношения с поставщиками услуг	2		
	2 Договор между отправляющей и принимающей стороной	2		
	3 Договор с предприятием питания	2		
	4 Договор с объектом размещения	2		
	5 Договоры с другими поставщиками туристских услуг	2		

<b>Тема 9.</b> Клиенты турфирмы и стратегия их обслуживания	<b>Содержание</b>		<b>8</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/code/519673">https://urait.ru/code/519673</a>
	1	Типология туристов	2		
	2	Психологический портрет клиента	2		
	3	Этапы принятия решения о покупке туристского продукта	2		
	4	Работа с индивидуальными турами	2		
<b>Тема 10.</b> Порядок взаимодействия в случае возникновения и предъявления претензий	<b>Содержание</b>		<b>6</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/code/519673">https://urait.ru/code/519673</a>
	1	Требования к организации деятельности исполнителя	2		
	2	Права и обязанности туриста	2		
	3	Работа с претензиями и жалобами клиентов турфирмы	2		
<b>Тема 11.</b> Специализированные системы и программное обеспечение туристских организаций	<b>Содержание</b>		<b>8</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/code/519673">https://urait.ru/code/519673</a>
	1	Системы бронирования туристских услуг	6		
	2	Программное обеспечение автоматизации работы туристского предприятия	2		
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)</b>					
<b>Экзамен</b>			<b>4</b>		

<b>Самостоятельная работа при изучении МДК.03.01.</b>		<b>70</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров.</li> <li>- Мониторинг предложений туроператоров.</li> <li>- Анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг.</li> <li>- Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы</li> <li>- Сбор и анализ информации в информационных источниках, таких как каталоги, ценовые предложения.</li> <li>- Изучение и анализ основных и сопутствующих услуг</li> <li>- Составление программ обслуживания для различных категорий туристов</li> <li>- Выявление и анализ сведений, подлежащих указанию в таможенной декларации</li> <li>- Сравнительная характеристика поощрения покупок Taxfree и dutyfree.</li> <li>- Изучение сведений, содержащихся в таможенном кодексе.</li> <li>- Анализ публикаций в периодических туристских изданиях и материалах учебных пособий по вопросам эпидемиологической безопасности.</li> <li>- Изучение инструктажа по эпидемиологической безопасности туристов</li> <li>- Сбор документов на оформление визы</li> <li>- Оформление рабочего места менеджера турфирмы</li> <li>- Закрепление навыков делового общения посредством деловых игр.</li> <li>- Разбор и анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением туристских услуг на объекте.</li> </ul>					
<b>МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме</b>		<b>108</b>			
<b>Тема 1.</b>	<b>Содержание</b>	<b>8</b>			
Основные понятия маркетинга.	1.Понятие маркетинга и история его зарождения.	1	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a>	
	2.Развитие маркетинга в России.	1			
	3.Эволюция концепций маркетинга.	1			
	4. Управление маркетингом, его цели и задачи.	1			
	<b>Практические занятия</b>				<b>4</b>
	1. Концепции и функции маркетинга	2			
2. Тенденции развития маркетинга в туризме.	2				
<b>Тема 2. Понятие маркетинговых</b>	<b>Содержание</b>	<b>8</b>		<a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a>	

технологий. Процесс развития маркетинговых технологий в туризме. Анализ внутренней и внешней среды предприятия.	1. Понятие маркетинговых технологий. Маркетинговые технологии в туризме. Процесс развития маркетинговых технологий в туризме.	2	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	
	2. Маркетинговая среда туристского предприятия: внутренняя и внешняя, swot-анализ	2		
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>		
	1. Разработка анкеты для определения сегмента потребителей туристических услуг.	2		
	2. Изучение факторов внешней и внутренней среды организации. Разработка стратегии развития предприятий туристских услуг.	2		
<b>Тема 3.</b> Стратегии маркетинга. Типы рынков в туризме	<b>Содержание</b>	<b>10</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a>
	1. Стратегия и система маркетинга.	6		
	2. Типы туристских рынков.			
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>		
	1. Краткосрочное прогнозирование спроса на туристские услуги.	2		
2. Исследование рынка туристских услуг в республике Дагестан.	2			
<b>Тема 4.</b> Сегментирование рынка и позиционирование товара	<b>Содержание</b>		ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a>
	1. Понятие сегментации рынка, основные цели сегментирования и факторы выбора рынков	4		
	2. Основные признаки и методы сегментирования рынка			
	3. Этапы сегментирования рынка и позиционирование товара			
	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>		
	1. Решение задач по сегментации	2		
<b>Тема 5.</b> Стратегические и	<b>Содержание</b>	<b>10</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1	<a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a>

<p>тактические маркетинговые решения о товаре. Товар и его коммерческие характеристики. Жизненный цикл товара.</p>	<p>1.Товар и его характеристики. Модели представления и классификация товара (услуги). Управление ассортиментом. Виды сервиса в туризме.</p> <p>2.Оценка конкурентоспособности товара. Марка и марочная политика.</p> <p>3. Жизненный цикл товара.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	<p>ПК 3.2</p> <p>ПК 3.3</p>	
	<p><b>Практические занятия</b></p>	<p><b>4</b></p>		
	<p>1. Решение практических ситуаций по изучению жизненного цикла туристских услуг.</p>	<p>4</p>		
<p><b>Тема 6.</b></p> <p>Стратегические и тактические маркетинговые решения о цене. Ценовые стратегии.</p>	<p><b>Содержание</b></p>	<p><b>6</b></p>	<p>ОК 1 - ОК 9</p> <p>ПК 3.1</p> <p>ПК 3.2</p> <p>ПК 3.3</p>	<p><a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a></p>
	<p>1.Виды цен. Цели и задачи ценообразования. Алгоритм образования базовой цены. Методы ценообразования. Методы расчета цен.</p> <p>2.Ценовые стратегии предприятия. Тактические решения по ценам. Виды скидок и условия их применения.</p>	<p>2</p> <p>2</p>		
	<p><b>Практические занятия</b></p>	<p><b>2</b></p>		
	<p>1. Изучение видов цен на туристский продукт.</p> <p>2. Принятие тактических решений по ценам.</p>	<p>2</p> <p>2</p>		
<p><b>Тема 7.</b></p> <p>Стратегические и тактические маркетинговые решения о сбыте.</p>	<p><b>Содержание</b></p>	<p><b>10</b></p>	<p>ОК 1 - ОК 9</p> <p>ПК 3.1</p> <p>ПК 3.2</p> <p>ПК 3.3</p>	<p><a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a></p>
	<p>1.Каналы распределения: назначение, уровни, организация, критерии оценки эффективности. Посредники, их функции и мотивация.</p> <p>2. Дилеры и дистрибьюторы.</p>	<p>4</p> <p>2</p>		
	<p><b>Практические занятия</b></p>	<p><b>4</b></p>		
	<p>1. Прогнозирование сбыта туристского продукта.</p> <p>2. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта туристского продукта.</p>	<p>2</p> <p>2</p>		
<p><b>Тема 8.</b></p> <p>Виды и средства рекламы</p>	<p><b>Содержание</b></p>	<p><b>6</b></p>	<p>ОК 1 - ОК 9</p> <p>ПК 3.1</p> <p>ПК 3.2</p>	<p><a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a></p>
	<p>1.Характеристики, виды, классификация рекламы.</p> <p>2.Средства рекламы.</p>	<p>2</p> <p>2</p>		

	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>	ПК 3.3	
	1. Исследование рекламы различных брендов	2		
<b>Тема 9.</b> Организация маркетинговой деятельности предприятия. Бюджет маркетинга.	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a>
	1. Подходы к организационному построению службы маркетинга. Организация маркетинговой деятельности. Роль службы маркетинга на предприятии туристической индустрии. Функции подразделений служб маркетинга и специалистов по маркетингу. Бюджет маркетинга. План маркетинга	2		
	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>		
	1. Анализ плана маркетинга на примере действующего предприятия туристических услуг	2		
<b>Тема 10.</b> Маркетинговый аудит. Сущность и методы проведения. Маркетинговый контроль.	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a>
	1. Процесс маркетингового контроля. Виды и методы проведения маркетингового аудита. Ревизия маркетинга.	4		
	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>		
	1. Решение ситуационных задач по материалам предприятия туризма	2		
<b>Тема 11.</b> Маркетинговые исследования. Технология проведения маркетингового исследования и инструменты международного маркетинга. Система	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a>
	1. Понятие и направление маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Методы, алгоритмы и средства маркетинговых исследований. Прикладное использование результатов маркетинговых исследований. Подготовка аналитического отчета.	4		
	2. Маркетинговая информационная система предприятия. Основные подсистемы маркетинговой информационной системы, их прикладное значение.			
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>		

маркетинговой информации и методы ее сбора.	1. Изучение средств маркетинговых исследований туристского рынка. 2. Решение практических ситуаций по сегментированию туристского рынка.	2 2		
<b>Тема 12.</b> Специфика маркетинговой деятельности на внутреннем и внешнем рынках. Модель М.Портера.	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	ОК 1 - ОК 9 ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3	<a href="https://urait.ru/bcode/530722">https://urait.ru/bcode/530722</a>
	1. Особенности международного маркетинга. Специфика маркетинговой деятельности российских туристских предприятий на рынках. Маркетинговые коммуникации. Глобальный маркетинг.	2		
	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>		
	1. Изучение специфики маркетинговой деятельности российских туристских предприятий на внутреннем рынке. 2. Изучение специфики маркетинговой деятельности российских туристских предприятий на внешнем рынке.	1 1		
<b>Атестация в форме</b>	Дифференцированный зачет			
<b>Самостоятельная работа при изучении МДК.03.02.</b> - Маркетинговые исследования поведения индивидуальных потребителей - Жизненный цикл товара и маркетинговая политика - Каналы сбыта и их организация - Паблик рилейшнз в системе маркетинга туризма - Методы ценообразования в маркетинге туризма: сравнительный анализ - Маркетинг в сфере услуг и его особенности. - Создание презентации - Подготовка к практическим работам, оформление практических работ и подготовка к их защите - Поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации - Работа с источниками информации		<b>24</b>		
<b>Учебная практика профессионального модуля ПМ 03 Предоставление туроператорских услуг</b>		<b>36</b>		

**Виды работ:**

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

<p>19. Изучить технику эффективного делового общения, протокол и этикет. 20. Изучить специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами</p>		
<p><b>Производственная практика по профилю специальности</b> <b>Виды работ:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знакомство с правилами трудового распорядка организации.</li> <li>2. Инструктаж по охране труда, противопожарной безопасности.</li> <li>3. Осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами.</li> <li>4. Проводить анализ деятельности других туркомпаний.</li> <li>5. Работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации.</li> <li>6. Обрабатывать информацию и анализировать результаты.</li> <li>7. Налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран.</li> <li>8. Работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных.</li> <li>9. Работать с информационными и справочными материалами.</li> <li>10. Составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов.</li> <li>11. Составлять турпакеты с использованием иностранного языка.</li> <li>12. Оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам.</li> <li>13. Оформлять страховые полисы.</li> <li>14. Вести документооборот с использованием информационных технологий.</li> <li>15. Анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы.</li> <li>16. Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания</li> <li>17. Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта</li> <li>18. Работать с агентскими договорами.</li> <li>19. Использовать каталоги и ценовые приложения.</li> <li>20. Консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта.</li> <li>21. Работать с заявками на бронирование туруслуг.</li> </ol>	<p><b>126</b></p>	

22. Предоставлять информацию турагентам по рекламным турам.		
23. Использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение.		
24. Использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках		
<b>Всего</b>	<b>420</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Турагентской и туроператорской деятельности» и «Маркетинга».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

Компьютеры, проектор, экран, интерактивная доска, комплект учебно-методической документации, МФУ.

Технические средства обучения:

- АРМ преподавателя;
- мультимедийное оборудование;
- лицензионное программное обеспечение

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест: Компьютер, ноутбук, веб-камера, выход в Интернет, телефон, факс, фотопринтер, цветной ксерокс, сканер, брошюровщик, шредер, музыкальный центр, цифровой фотоаппарат, видеокамера, калькулятор, ламинатор.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

**Основные источники:**

1. Быстров, С. А. Организация туристской деятельности. Управление

турфирмой : учебное пособие / С. А. Быстров. - Москва : Форум : ИНФРА-М, 2019. - 400 с. - (Среднее профессиональное образование).

2. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учеб. пособие для СПО / В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 165 с.
3. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с.
4. Ветитнев, А. М. Информационно-коммуникационные технологии в туризме : учебник для СПО / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 340 с.
5. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учеб. пособие для СПО / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с.
6. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 176 с. — (Среднее профессиональное образование).

#### **Дополнительные источники:**

1. А.Б. Косолапов. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие.(Среднее профессиональное образование) - М.:КНОРУС, 2019, 244 с.
2. М.В. Биржаков И.В. Никифоров. Документооборот туристского предприятия: учебное пособие. - СПб.: Издательский дом ГЕРДА, 2020, 345с.
3. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К'», 2019, 321 с.

4. Сарафанова Е.В., Яцук А.В. Маркетинг в туризме: учебное пособие. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2020, 364 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 2017, 244 с.
6. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. М.: ЮНИТИ, 2019, 431 с.
7. Мак-Дональд М. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство к маркетинговому планированию. - М.: Эксмо, 2020, 377 с.

#### **Интернет-ресурсы:**

1. [www.turprofi.ru](http://www.turprofi.ru) Портал для турагента
2. [www.tourdom.ru](http://www.tourdom.ru) Профессиональный туристический портал
3. [www.tonkosti.ru](http://www.tonkosti.ru) Электронная туристическая энциклопедия
4. [www.rus-siatourism.ru](http://www.rus-siatourism.ru) Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России
5. <http://www.edu.ru/db/portal/sites/school-page.htm> - ресурсы портала для общего образования
6. <http://www.ege.edu.ru/> - "Российский общеобразовательный портал"
7. <http://www.ege.edu.ru/> - Портал информационной поддержки Единого Государственного экзамена
8. <http://old.fipi.ru/> - ФИПИ - федеральный институт педагогических измерений
9. <http://www.obrnadzor.gov.ru/> - "Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки"
10. <http://минобрнауки.рф/> - Официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации
11. <http://www.school.edu.ru/default.asp> - Национальный проект "Образование".
12. <http://window.edu.ru/> - Единое окно доступа к образовательным ресурсам
13. <http://reshuege.ru/>

## **Федеральные законы**

- "Об основах туристской деятельности", ФЗ-132 от 24.11.96 с изменениями и дополнениями.
- "О защите прав потребителей", ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями.
- "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара" от 23.09.92.
- "Об информации, информатизации и защите информации", ФЗ-24 от 20.02.95.
- "О рекламе", ФЗ-108 от 18.07.95.

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

При освоении профессионального модуля в целях реализации компетентностного подхода, предусматривается использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов, деловых и ролевых игр, индивидуальных и групповых проектов, анализа производственных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

В целях развития личности, достижения результатов при освоении программы профессионального модуля в части развития общих компетенций, студенты могут участвовать в развитии студенческого самоуправления, работе творческих коллективов, общественных организаций, спортивных и творческих клубов.

Практика является обязательным разделом данного модуля. При реализации программы профессионального модуля предусматривается

учебная практика, практика по профилю специальности, которая реализуется в рамках изучения модуля после его освоения. Учебная практика составляет 36 час. Практика по профилю специальности составляет 34 часа. Производственная практика проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки студентов.

Аттестация по итогам изучения профессионального модуля проводится с учетом результатов производственной практики, подтвержденных документами соответствующих организаций.

Консультации для студентов предусматриваются в период изучения модуля в объеме, предусмотренном учебным планом образовательного учреждения.

Освоение модуля базируется на изучении модуля «Технология организации турагентской деятельности» и дисциплин «Информационные и коммуникационные технологии в туризме», «Основы права», «Основы бухгалтерского учета». Программа модуля тесно связана с профессиональным модулем «Предоставление турагентских услуг», «Предоставление услуг по сопровождению туристов».

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): реализация основной профессиональной образовательной программы по профессии среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение

студентом профессионального цикла, эти преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: реализация основной профессиональной образовательной программы по специальностям среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение студентом профессионального цикла, эти преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
<b>ПК 3.1.</b> Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований;</li> <li>- качество организации и проведения сбора данных;</li> <li>- качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований.</li> </ul>	<p>Оценка выполненной практической работы;</p> <p>оценка выполненного тестового задания;</p> <p>оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы.</p>
<b>ПК 3.2.</b> Формировать туристский продукт.	Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий.	<p>Оценка выполненной практической работы;</p> <p>оценка выполненного тестового задания;</p> <p>оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы;</p>
<b>ПК 3.3.</b> Рассчитывать стоимость туристского продукта.	Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта.	<p>Оценка выполненной практической работы;</p> <p>оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы;</p>
<b>ПК 3.4.</b> Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	<p>Эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.</p> <p>Подготовка электронной презентации тура.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-разработка качественного рекламного продукта;</li> <li>-оценка эффективности программы продвижения турпродукта;</li> <li>-разработка фирменного стиля туристской фирмы.</li> </ul>	<p>Оценка выполненной практической работы;</p> <p>оценка выполненного тестового задания;</p> <p>оценка выполненного задания самостоятельной внеаудиторной работы;</p>

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

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
<b>ОК 1.</b> Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии. Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы.
<b>ОК 2.</b> Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы.
<b>ОК 3.</b> Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике.
<b>ОК 4.</b> Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач,	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике.

профессионального и личностного развития.		
<b>ОК 5.</b> Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике.
<b>ОК 6.</b> Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие со студентами, преподавателями в ходе обучения.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике.
<b>ОК 7.</b> Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Развитие самоменеджмента студента. Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, итоговой производственной практике.
<b>ОК 8.</b> Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Планирование студентами повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы.
<b>ОК 9.</b> Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы.



## Содержание календарно-тематического плана

№ п/п	Название разделов и тем	Количество часов		Вид занятий	Материально-техническое обеспечение занятия, Интернет-ресурсы	Задания для обучающихся
		ауди торн ых	самост оятель ных			
1	2	3		4	5	6
<b>МДК 03.01.Технология и организация туроператорской деятельности</b>						
1	Тема 1. Организационно-правовые основы туристской деятельности	10		Лекция		Изучение терминов и понятий турдеятельности, ответы на вопросы по теме  Выполнение задания
	<b>Практическое занятие 1.</b> Анализ этапов развития турпродукта в современной практике туризма.	2	1	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a>	
	<b>Практическое занятие 2</b> Изучение законодательной базы туризма.	2	1	Практическое занятие		
2	Тема 2. Нормативно-правовые акты РФ, регулирующие деятельность туристских агентств и туроператоров	8		Лекция		Изучение терминов и понятий турдеятельности, ответы на вопросы по теме
	<b>Практическое занятие 1.</b> Характеристика договоров в	2	1	Практическое занятие		

	<p>туризме</p> <p><b>Практическое занятие 2</b> Заполнение стандартных договоров туристкой деятельности.</p> <p><b>Практическое занятие 3</b> Составление агентских договоров</p>	2	1	Практическое занятие	<p>Практико-ориентированное</p> <p><a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a></p> <p><u>ц</u></p>	Выполнение задания
3	<p>Тема 3 Туроператорская деятельность</p> <p><b>Практическое занятие 1.</b> Характеристика договоров в туризме</p> <p>договоров</p>	8	1	Лекция	<p>Практико-ориентированное</p> <p><a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a></p> <p><u>ц</u></p>	<p>Изучение терминов и понятий турдеятельности, ответы на вопросы по теме</p> <p>Выполнение задания</p>
4	<p>Тема 4. Туристский продукт как результат деятельности туроператора</p> <p><b>Практическое занятие 1.</b> основные стадии жизненного цикла туристского продукта.</p>	6	1	Лекция	<p>Практико-ориентированное</p> <p><a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a></p> <p><u>ц</u></p>	<p>Изучение терминов и понятий турдеятельности, ответы на вопросы по теме</p> <p>Выполнение задания</p>

5	Тема 5. Формирование туристского продукта	4	1	Лекция		
	<b>Практическое занятие 1.</b> Заполнить таблицу «Основные требования к туристским услугам»	2	1	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a> <u>u</u>	Изучение терминов и понятий турдеятельности, ответы на вопросы по теме  Выполнение задания
	<b>Практическое занятие 2.</b> Сущность и содержание ценообразования в туризме	2	1	Практическое занятие		
Тема 6. Разработка нового туристского маршрута	10	1	Лекция			
6	<b>Практическое занятие 1.</b> Мониторинг предложений туроператоров	2	1	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a> u	Изучение терминов и понятий турдеятельности, ответы на вопросы по теме  Выполнение задания
	Тема 7. Ценообразование туристского продукта	6	1	Лекция		
7	<b>Практическое занятие 1.</b> Ценообразование в туроперейтинге	2	1	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a> <u>u</u>	Изучение терминов и понятий турдеятельности, ответы на вопросы по теме  Выполнение задания
	<b>Практическое занятие 2.</b> Формирование и расчет стоимости турпакета	2	1	Практическое занятие		

8	Тема 8. Схемы работы с гостиницами, компаниями-перевозчиками, иными организациями	10	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a>	Изучение терминов и понятий турдеятельности, ответы на вопросы по теме
9	Тема 9. Клиенты турфирмы и стратегия их обслуживания	8	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a>	Изучение терминов и понятий турдеятельности, ответы на вопросы по теме
10	Тема 10. Порядок взаимодействия в случае возникновения и предъявления претензий	6	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a>	Изучение терминов и понятий турдеятельности, ответы на вопросы по теме
11	Тема 11. Специализированные системы и программное обеспечение туристских организаций	8	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.russiatourism.ru">www.russiatourism.ru</a>	Изучение терминов и понятий турдеятельности, ответы на вопросы по теме
<b>МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме</b>						
<b>1</b>	<b>Раздел 1.</b> Основные понятия маркетинга.	<b>8</b>	<b>2</b>			

1	Тема 1.1 Понятие маркетинга и история его зарождения. Развитие маркетинга в России.	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение терминов и понятий маркетинга, ответы на вопросы по теме.
	<b>Практическое занятие 1. Концепции и функции маркетинга</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
2	Тема 1.2 Эволюция концепций маркетинга. Управление маркетингом, его цели и задачи.	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение терминов и понятий маркетинга, ответы на вопросы по теме.
	<b>Практическое занятие 2. Тенденции развития маркетинга в туризме</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
2	<b>Раздел 2. Понятие маркетинговых технологий. Процесс развития маркетинговых технологий в туризме. Анализ внутренней и внешней среды предприятия</b>	8	2			

4	Тема 2.1. Понятие маркетинговых технологий. Маркетинговые технологии в туризме. Процесс развития маркетинговых технологий в туризме.	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Составить swot-анализ туристского предприятия
	<b>Практическое занятие 3. Разработка анкеты для определения сегмента потребителей туристических услуг.</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
5	Тема 2.2 Маркетинговая среда туристского предприятия: внутренняя и внешняя, swot-анализ	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Составить swot-анализ туристского предприятия
	<b>Практическое занятие 4. Изучение факторов внешней и внутренней среды организации. Разработка стратегии развития предприятий туристских услуг.</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
<b>3</b>	<b>Раздел 3.</b> Стратегии маркетинга. Типы рынков в туризме	<b>4</b>	<b>2</b>			

6	Тема 3.1.Стратегия и система маркетинга.	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Разработка стратегии маркетинга на
	<b>Практическое занятие 5. Краткосрочное прогнозирование спроса на туристские услуги</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	примере турагенства
7	Тема 3.2 Типы туристских рынков	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Разработка стратегии маркетинга на примере турагенства
	<b>Практическое занятие 6. Исследование рынка туристских услуг в республике Дагестан</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
<b>4</b>	<b>Раздел 4. Сегментирование рынка и позиционирование товара.</b>	<b>6</b>	<b>2</b>			
8	Тема 4.1 Понятие сегментации рынка, основные цели сегментирования и факторы выбора рынков	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
	<b>Практическое занятие 7. Решение задач по сегментации</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
9	Тема 4.2 Основные признаки и методы сегментирования	2	1	Лекция	Практико-ориентированное	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной

	рынка. Этапы сегментирования рынка и позиционирование товара				<a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	литературы
<b>5</b>	<b>Раздел 5.</b> Стратегические и тактические маркетинговые решения о товаре. Товар и его коммерческие характеристики. Жизненный цикл товара.	<b>10</b>	<b>2</b>			
11	Тема 5.1 Товар и его характеристики. Модели представления и классификация товара (услуги). Управление ассортиментом. Виды сервиса в туризме.	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Подготовить презентацию с логотипами туристических фирм и краткое описание каждой фирмы
12	Тема 5.2 Оценка конкурентоспособности товара. Марка и марочная политика	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Подготовить презентацию с логотипами туристических фирм и краткое описание каждой фирмы
13	Тема 5.3 Жизненный цикл товара	2	-	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
	<b>Практическое занятие 8. Решение практических ситуаций по изучению жизненного цикла туристских услуг</b>	4	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы

<b>6</b>	<b>Раздел 6.</b> Стратегические и тактические маркетинговые решения о цене. Ценовые стратегии.	<b>8</b>	<b>2</b>			
15	Тема 6.1 Виды цен. Цели и задачи ценообразования. Алгоритм образования базовой цены. Методы ценообразования. Методы расчета цен.	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Разработка ценовой стратегии на примере предприятия туризма.
	<b>Практическое занятие 9. Изучение видов цен на туристский продукт</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
16	Тема 6.2 Ценовые стратегии предприятия. Тактические решения по ценам. Виды скидок и условия их применения	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Разработка ценовой стратегии на примере предприятия туризма.
	<b>Практическое занятие 10. Принятие тактических решений по ценам</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
<b>7</b>	<b>Раздел 7.</b> Стратегические и тактические маркетинговые решения о сбыте	<b>10</b>	<b>2</b>			

19	Тема 7.1 Каналы распределения: назначение, уровни, организация, критерии оценки эффективности. Посредники, их функции и мотивация.	4	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение отдельных тем, конспектирование учебного материала.
	<b>Практическое занятие 11. Прогнозирование сбыта туристского продукта</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
20	Тема 7.2 Дилеры и дистрибьюторы	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	.Изучение отдельных тем, конспектирование учебного материала.
	<b>Практическое занятие 12 Разработка мероприятий по стимулированию сбыта туристского продукта</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Повторение учебного материала, конспектирование дополнительной литературы
<b>8</b>	<b>Раздел 8.</b> Виды и средства рекламы	<b>6</b>	<b>2</b>			
23	Тема 8.1 Характеристики, виды, классификация реекламы	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Разработать рекламу туристического продукта
24	Тема 8.2 Средства рекламы	2	1	Лекция	Практико-ориентированное	Разработать рекламу туристического продукта

					<a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	
	<b>Практическое занятие 13. Исследование рекламы различных брендов</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение учебного материала, чтение дополнительной литературы
<b>9</b>	<b>Раздел 9</b> Организация маркетинговой деятельности предприятия. Бюджет маркетинга.	<b>4</b>	<b>2</b>			
28	Тема 9.1 Подходы к организационному построению службы маркетинга. Организация маркетинговой деятельности. Роль службы маркетинга на предприятии туриндустрии. Функции подразделений служб маркетинга и специалистов по маркетингу. Бюджет маркетинга. План маркетинга	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение учебного материала, чтение дополнительной литературы
	<b>Практическое занятие 14. Анализ плана маркетинга на примере действующего предприятия туристских услуг</b>	2	1	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение учебного материала, чтение дополнительной литературы

<b>10</b>	<b>Раздел 10.</b> Маркетинговый аудит. Сущность и методы проведения. Маркетинговый контроль	<b>6</b>	<b>2</b>			
32	Тема 10.1 Процесс маркетингового контроля. Виды и методы проведения маркетингового аудита. Ревизия маркетинга	4	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение учебного материала, чтение дополнительной литературы
	<b>Практическое занятие 15.</b> Решение ситуационных задач по материалам предприятия туризма	2	1	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение учебного материала, чтение дополнительной литературы
<b>11</b>	<b>Раздел 11</b> Маркетинговые исследования. Технология проведения маркетингового исследования и инструменты международного маркетинга. Система маркетинговой информации и методы ее сбора.	<b>8</b>	<b>2</b>			

37	Тема 11.1 Понятие и направление маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Методы, алгоритмы и средства маркетинговых исследований. Прикладное использование результатов маркетинговых исследований. Подготовка аналитического отчета.	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Разработать анкету опроса потенциальных потребителей туристических услуг
	<b>Практическое занятие 16. Изучение средств маркетинговых исследований туристского рынка.</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение учебного материала, чтение дополнительной литературы
38	Тема 11.2 Маркетинговая информационная система предприятия. Основные подсистемы маркетинговой информационной системы, их прикладное значение.	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Разработать анкету опроса потенциальных потребителей туристических услуг
	<b>Практическое занятие 17. Решение практических ситуаций по сегментированию</b>	2	-	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение учебного материала, чтение дополнительной литературы

	<b>туристского рынка</b>					
<b>12</b>	<b>Раздел 12</b> Специфика маркетинговой деятельности на внутреннем и внешнем рынках. Модель М.Портера	<b>4</b>	<b>2</b>			
46	Тема 12.1 Особенности международного маркетинга. Специфика маркетинговой деятельности российских туристских предприятий на рынках. Маркетинговые коммуникации. Глобальный маркетинг.	2	1	Лекция	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение дополнительной литературы
	<b>Практическое занятие 18.</b> <b>Изучение специфики маркетинговой деятельности российских туристских предприятий на внутреннем рынке.</b>	2	1	Практическое занятие	Практико-ориентированное <a href="http://www.turprofi.ru">www.turprofi.ru</a>	Изучение учебного материала, чтение дополнительной литературы