

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
СТЕРЛИТАМАКСКИЙ КОЛЛЕДЖ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, УПРАВЛЕНИЯ И СЕРВИСА

**СОГЛАСОВАНО**

Директор туристического агентства  
«Планета-Тур»

\_\_\_\_\_ Л.И.Едиханова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор  
ГАПОУ СКФКУиС

\_\_\_\_\_ М.Б.Мусакаев  
М.П.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_  
20\_\_ г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.01 Предоставление турагентских услуг**

Специальность 43.02.10 Туризм

**Уровень основной образовательной программы:** базовый

**Специальность:** туризм

**Форма обучения:** очная/заочная

**Срок освоения ППССЗ:** 2 года 10 мес.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Предоставление турагентских услуг разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 474 от 7 мая 2014 г., зарегистрирован в Министерстве юстиции РФ №32806 от 19 июня 2014г., укрупненная группа специальностей 43.00.00 Сервис и туризм.

Организация разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Стерлитамакский колледж физической культуры, управления и сервиса.

Разработчики:

Вахитова Диана Лермановна – преподаватель специальных дисциплин

Газизуллина Ксения Ивановна – преподаватель специальных дисциплин

РАССМОТРЕНО:

ПЦК специальности «Туризм»

Протокол № \_\_\_\_\_

от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Председатель ПЦК \_\_\_\_\_

СОГЛАСОВАНО:

ЗАМ. ДИРЕКТОРА ПО УМР

\_\_\_\_\_ Р.Р.Асфандияров

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	24
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	25
6. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ .....	31
7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....	36

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

## **1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм (утв. приказом Министерства образования и науки РФ № 474 от 7 мая 2014г., зарегистрирован в Минюсте РФ № 32806 от 19 июня 2014г.), укрупненная группа специальностей 43.00.00 Сервис и туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) – Предоставление турагентских услуг

## **1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Профессиональный модуль входит в блок профессионального цикла программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.10 «Туризм».

## **1.3. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля**

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

### **иметь практический опыт:**

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

### **уметь:**

- определять и анализировать потребности заказчика;
- выбирать оптимальный туристский продукт;
- осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);

- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;
- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;
- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;
- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;
- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;
- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);
- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
- принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;
- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;

**знать:**

- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;
- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;

- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;
- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;
- технологии использования базы данных;
- статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;
- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;
- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;
- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;
- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;
- правила оформления деловой документации;
- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;
- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;
- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;
- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.

#### **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Учебная нагрузка (всего)</b>	579
<b>Максимальная учебная нагрузка обучающегося (всего)</b>	434
в том числе:	
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося	290
самостоятельной работы обучающегося	145
учебной практики	72
производственной практики	72
<i>Итоговая аттестация в форме экзамена</i>	

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения дисциплины является овладение профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах.
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля Предоставление турагентских услуг для очной формы обучения

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Количество часов, отведенное на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. Лабораторные занятия и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
ПК 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 1.7 ОК 1-9	МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта	219	146	60		73			
	МДК.01.02. Технология и организация турагентской деятельности	216	144	64	-	72			
	Учебная практика	72					72		
	Производственная практика (по профилю специальности)	72						72	
<b>Всего:</b>		<b>579</b>	<b>290</b>	<b>124</b>	<b>-</b>	<b>145</b>	<b>-</b>	<b>72</b>	



### 3.2. Тематический план профессионального модуля Предоставление турагентских услуг для заочной формы обучения

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Количество часов, отведенное на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. Лабораторные занятия и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
ПК 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 1.6, 1.7 ОК 1-9	Раздел 1. МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта	219	36	16		183			
	Раздел 2. МДК.01.02. Технология и организация турагентской деятельности	216	30	14	-	186			
	Учебная практика	72					72		
	Производственная практика (по профилю специальности)	72						72	
<b>Всего:</b>		<b>579</b>	<b>66</b>	<b>30</b>	<b>-</b>	<b>369</b>	<b>-</b>	<b>72</b>	<b>72</b>

### 3.3 Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные занятия и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект).	Количество часов	Уровень усвоения
1	2	3	4
<b>МДК 01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта</b>			
<b>Раздел 1.1. Особенности реализации и продвижения турпродукта</b>	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
	1. <b>Система продвижения турпродукта</b> Промоушн-микс в туризме, рекламные и нерекламные средства продвижения в туризме	2	2
	3. <b>Условия продаж турпродукта</b> Условия, при которых происходит продажа туристского продукта, особенности продаж туристского продукта	2	2
	3. <b>Корпоративная культура как инструмент формирования положительного образа туристической организации.</b> Виды, структура и механизмы формирования корпоративной культуры. Мероприятия, направленные на повышение эффективности деятельности туристской фирмы, посредством внедрения корпоративной культуры организации. Условия формирования положительного имиджа.	2	2
	4. <b>Фирменный стиль турагентства.</b> Товарный знак, фирменная шрифтовая надпись (логотип), графический товарный знак, фирменный блок, фирменный лозунг (слоган), фирменная цветовая гамма, фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), другие фирменные константы.		
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>	
	1. Семинар «Логотипы и фирменный стиль компаний»	2	2
2. Разработка фирменного стиля турагентства	2	3	

	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>5</b>	
	1.	Каналы сбыта в туризме	2	
	2.	Логотипы и фирменный стиль компании	3	
<b>Раздел 1.2. Запросы потребителей и их анализ</b>	<b>Содержание</b>		<b>10</b>	
	1.	<b>Понятие потребностей.</b> Сущность и классификация потребностей	2	2
	2.	<b>Структура рекреационных потребностей.</b> Виды рекреационных потребностей. Уровни проявления рекреационных потребностей	2	2
	3.	<b>Факторы потребительского поведения</b> Культурные, физические, экономические, ситуативные и товарные факторы потребления.	2	1
	4.	<b>Моделирование покупательского поведения</b> Экономическая, социологическая и психологическая модели потребительского поведения	2	2
	5.	<b>Типология потребителей</b> Подходы к классификации типов потребителей, типология потребителей по Юнгу	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>	
	1.	Семинар «Психометрические типы покупателей»	2	2
	2.	Отработка ролевой игры «Подарок для робота Вертера»	2	2
	3.	Отработка ролевой игры «Инопланетяне на сельском рынке»	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>8</b>	
	1.	Каналы сбыта в туризме	3	
	2.	Логотипы и фирменный стиль компании	1	
	3.	Психометрические типы покупателей	1	
	4.	Теория мотивации Зигмунда Фрейда	1	
5.	Двухфакторная теория мотивации Герцберга	1		
6.	Формирование потребностей в условиях научно-технического прогресса	1		
<b>Раздел 1.3. Стратегия продаж в продвижении турпродукта</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>	
	1.	<b>Продажи и маркетинговое планирование</b> Сущность процесса планирования	2	2

	2.	<b>Разработка маркетинговых планов</b> Определение бизнеса, анализ текущей маркетинговой ситуации, заявление о целях, определение потенциала рынка и продаж, генерирование стратегий, подготовка маркетинговой программы, бюджет, реализация, контроль	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	
	1	Семинар «Стратегия и тактика продаж»	2	2
	2.	Разработка маркетингового плана турагентства	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>4</b>	
	1.	Семинар «Стратегия и тактика продаж»	3	
	2.	Коммерческая политика компании	1	
<b>Раздел 1.4. Личные продажи в реализации и продвижении турпродукта</b>	<b>Содержание</b>		<b>14</b>	
	1.	<b>Офисная технология - как основа технологии продаж. Личные продажи.</b> Контактная зона. Личные продажи как средство продвижения туристского продукта	2	2
	2.	<b>Предпродажная подготовка</b> Подготовка к продажам.	2	2
	3.	<b>Установление контакта</b> Создание атмосферы начала контакта. Зональные пространства.	2	2
	4.	<b>Выяснение потребностей</b> Восприятие информации. Типы вопросов.	2	2
	5.	<b>Презентация</b> Основы презентации. Продающее коммерческое предложение.	2	3
	6.	<b>Работа с возражениями</b> Типы возражений. Приемы снятия возражений	2	2
	7.	<b>Сделка и постпродажное обслуживание</b> Приемы подведения к сделке, приемы завершения сделки, особенности сервисного обслуживания	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>14</b>	
	1.	Отработка ролевой игры «Билет с острова».	2	2
	2.	Отработка упражнения «Начало разговора»	2	2
	3.	Отработка упражнения «Тетушка из Бразилии»_ Отработка упражнения «Кто я?»	2	2

	4.	Отработка упражнения «Импровизация»_ Отработка упражнения «На что похоже?»	2	2
	5.	Отработка упражнения «Сервисное обслуживание».	2	2
	6.	Отработка упражнения «Конфетка с комплиментом»	2	2
	7.	Отработка упражнения «Элементарные действия» Отработка упражнения «Первое впечатление»	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>13</b>	
	1.	Приемы воздействия на клиента	8	
	2.	Лояльность клиентов	2	
	3.	Телефонная коммуникация в туризме	1	
	4.	НЛП в туризме	2	
	<b>Раздел 1.5. Вербальное и невербальное общение в реализации и продвижении турпродукта</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
1.		<b>Вербальные средства делового общения как элемент продаж турслуг.</b> Оптимизация вербального общения в сфере туризма. Методы ведения переговоров. Приемы тактики уловок при переговорах.	2	2
2.		<b>Невербальные средства делового общения в туризме.</b> Характеристика средств невербального общения. Невербальные средства повышения делового статуса. Рекомендации оборудования офиса. Модальность. Сенсорные предпочтения.	2	2
<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>		
1.		Тренинговое занятие «Как разговаривать с клиентами»	2	2
2.		Отработка навыков невербального общения.	2	2
3.		Семинар «Межкультурные коммуникации в туризме»	2	2
<b>Самостоятельная работа</b>		<b>5</b>		
1.		Межкультурные коммуникации в туризме	3	
2.		Русский речевой этикет	1	
3.		Гендерные аспекты коммуникативного поведения	1	
<b>Раздел 1.6. Возможности интернета в реализации и продвижении турпродукта</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>	
	1.	<b>Лендинги в туризме.</b> Структура лендинга, оффер и схемы лендинга	2	2
	2.	<b>Продвижение в социальных сетях.</b> Особенности продвижения турпродукта в социальных сетях: Инстаграм, ВКонтакте, Facebook, Одноклассники	2	2

	3.	<b>Специфика продающих текстов.</b> Особенности написания различных текстов. Копирайтинг, рерайтинг	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>	
	1.	Написание продающего текста	2	2
	2.	Составление структуры лендинга для турагентства.	2	2
	3.	Разработка контент-плана для страницы в социальной сети.	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>6</b>	
	1.	Интернет как коммуникационная среда	3	
	2.	Методы измерения в интернет-пространстве	3	
<b>Раздел 1.7.</b> <b>Возможности рекламы в реализации и продвижении турпродукта.</b>	<b>Содержание</b>		<b>14</b>	
	1.	<b>Особенности рекламы в туризме. Виды рекламы</b> Телереклама, радиореклама, печатная реклама, реклама в прессе, транспортная реклама, наружная реклама, рекламные сувениры.	2	2
	2.	<b>Слоган и нейминг</b> Слоган и философия фирмы, место коммерческого имени в слогане, требования к нейму	2	2
	3.	<b>Заголовок и информационный блок в рекламе</b> Психологическая концепция УТП, коммуникативные модели тексты информационного блока	2	2
	4.	<b>Стилистические ресурсы синтаксиса и морфологии</b> Сравнение, тропы, глагол, личные местоимения. Фигуры прибавления и убавления. Антитеза и аллюзия.	2	2
	5.	<b>Иллюстрирование рекламы</b> Место иллюстрации на рекламном фоне. Размер рекламной иллюстрации. Содержание рекламной иллюстрации. Виды иллюстраций. Композиция.	2	2
	6.	<b>Рекламная кампания</b> Классификация рекламных кампаний, планирование рекламной кампании, разработка бюджета	2	2
	7.	<b>Плюсы и минусы различных рекламных средств</b>	2	3
	<b>Практические занятия</b>		<b>10</b>	
	1.	Разработка рекламного текста для печатных изданий	2	2
	2.	Разработка рекламного ролика для радио или телевидения	2	2
	3.	Разработка логотипа, слогана, эмблемы туристской организации.	2	2
	4.	Оформление рекламных буклетов, каталогов.	2	2

	5.	Разработка и оформление наружной рекламы.	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>14</b>	
	1.	Планирование рекламной деятельности турпродукта	8	
	2.	Средства распространения рекламы	3	
	3.	Рекламный бюджет	1	
	4.	Распределение рекламных средств по направлениям и статьям расходов	1	
	5.	Реклама национального турпродукта	1	
<b>Раздел 1.8. Стимулирование сбыта в реализации и продвижении турпродукта</b>	<b>Содержание</b>		<b>10</b>	
	1.	<b>Стимулирование сбыта.</b> Характеристика стимулирования сбыта. Эволюция стимулирования сбыта. Стратегия стимулирования сбыта.	2	2
	2	<b>Методы стимулирования потребителей.</b> Предложения в денежной форме. Предложения в натуральной форме. Предложение в активной форме.	2	2
	3	<b>Методы стимулирования торгового персонала.</b> Цели предприятия. Классические и современные инструменты стимулирования персонала.	2	2
	4	<b>Методы стимулирование торговой сети.</b> Финансовые льготы, льготы в натуральной форме.	2	2
	5	<b>Реклама на месте продажи.</b> создание внутренней обстановки и благоприятной атмосферы на месте продаж, распространение рекламных объявлений розничного продавца, продвижение с помощью снижения цен, интерактивная продажа с помощью телевидения (ТВ) и персонального компьютера (ПК), оформление рабочего места турагента, использование вывесок, указателей, ламбрекенов, применение ценников, наклеек, ярлыков.	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	
	1..	Семинар «Реализация стимулирования сбыта»	2	2
	2.	Решение кейса «Смирнофф»	2	3
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>7</b>	
	1.	Эффективность стимулирования сбыта	3	
	2.	Реализация стимулирования сбыта	3	
3.	Особенности организации викторин и лотерей	1		
<b>Раздел 1.9. PR в</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>	

реализации и продвижении турпродукта.	1.	<b>Понятие Public Relations.</b> Определение, значение и содержание понятия «Связи с общественностью»	2	2
	2.	<b>Этапы деятельности PR.</b> Определение проблемы, планирование программы, коммуникация, оценка.	2	2
	3.	<b>Инструментарий PR.</b> Взаимодействие со СМИ, социальные мероприятия, управление имиджем.	2	2
	4.	<b>Управление PR в туризме.</b> PR-акции департаментов по туризму. PR-акции некоторых стран. PR-деятельность туристических фирм	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>4</b>	
	1.	Семинар «Коммуникации в PR»	2	2
	2.	Разработка технологии взаимодействия с основными группами общественности	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>6</b>	
	1.	Коммуникации в PR	3	
	2.	Планирование в PR	1	
	3.	Спонсоринг и фанд-рейзинг	2	
Раздел 1.10. Правила информирования потребителя о туристских продуктах	<b>Содержание</b>		<b>8</b>	
	1.	<b>Природа и сущность этикета</b> Содержание, предмет, задачи и основные понятия курса. Исторические предпосылки возникновения протокола в мире и в России. Основные понятия: «протокол» и «этикет». Виды этикета. Общепринятые протокольные правила как основа международной деятельности туристской фирмы.	2	2
	2.	<b>Этикет деловых отношений</b> Понятие «деловой протокол». Этикет приветствий, представлений, прощаний. Визитная карточка. Секретарь (офис-менеджер). Визиты в офис. Искусство комплимента и ответа на комплимент. Критика и деловая карьера. Служебный этикет. Правила поведения с вышестоящими. Ранг и субординация. Управленческий этикет.	2	2



	3.	<b>Этикет деловой одежды</b> Функции деловой одежды. Стили одежды в бизнес-среде. Деловой стиль мужчины и женщины. Одежда и аксессуары. Парфюм. Принципы оформления внешности в деловой среде. V.I.Z. (Особо важные зоны в облике делового человека). Типичные ошибки и рекомендации в оформлении внешности.	2	3
	4.	<b>Коммуникативная, интерактивная и перцептивная стороны делового взаимодействия.</b> Характеристика сторон общения. Реципиент и коммуникатор. Обратная связь.	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>2</b>	
	1.	Разработка dress code для различных предприятий туристского бизнеса.	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>5</b>	
	1.	Спор, дискуссия, полемика	3	
	2.	Деловой протокол	2	
<b>МДК 01.02. Технология и организация турагентской деятельности</b>				
<b>Раздел 2.1. Теоретические основы турагентской деятельности</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>	
	1.	<b>Сущность турагентской деятельности.</b> Основные понятия турагентской деятельности	2	2
	3.	<b>Нормативно-законодательные аспекты турагентской деятельности.</b> Место турагентства в индустрии туризма	2	2
	3.	<b>Виды и функции турагентов</b>	2	2
	4.	<b>Туристский продукт как пакет услуг.</b> Структура туристского продукта. Классификация услуг, входящих в туристский продукт	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>	
	1.	Терминологический диктант по пройденному материалу	2	2
	2.	Решение практических(ситуационных)задач на усвоение нового материала	2	3
	3.	Рассмотреть турагентства г.Стерлитамак по видам и дать краткую характеристику	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>8</b>	

	1.	Семинар «Туризм как фактор развития экономики страны»	5	
	2.	Основные виды туризма	3	
<b>Раздел 2.2. Организация турагентской деятельности</b>	<b>Содержание</b>		<b>20</b>	
	1.	<b>Понятийный аппарат турагентской деятельности</b> Классификация номерного фонда, видов из окна, систем питания, завтраков.	2	2
	2.	<b>Основные виды деятельности турагентства</b> Задачи турагентства	2	2
	3.	<b>Выбор турагентом туроператора.</b> Формирование портфеля предложений.	2	2
	4.	<b>Порядок взаимодействия с туроператором</b> Деятельность туроператоров и турагентств. Взаимоотношения туроператора и турагента	2	2
	5.	<b>Формы взаимодействия турагентской и туроператорской фирм</b> Договор поручения. Договор турагента с турагентом. Договор купли-продажи	2	2
	6.	<b>Договорные отношения с туроператором</b> Права, обязанности, ответственность, порядок расчетов	2	2
	7.	<b>Порядок оказания услуг по реализации туристского продукта</b> Законодательные акты. Обязанности сторон	2	2
	8.	<b>Договорные отношения с туристами</b> Права, обязанности, ответственность, порядок расчетов	2	2
	9.	<b>Организация деятельности туристской фирмы.</b> Учредительные и иные разрешительные документы, необходимые для организационной работы турфирмы.	2	2
	10.	<b>Компенсация за непредоставленные услуги и возмещение убытков туристам.</b>	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>10</b>	
	1.	Рассмотрение агентского соглашения. Рассмотрение договора о туристской обслуживании	2	2
	2.	Разработка памятки для туристов по стране и выбранному отелю.	2	2
3.	Семинар на тему «Бронирование в туризме. Виды бронирования. Глобальные системы бронирования. Аннуляция бронирования». Заполнение заявки на бронирование турпродукта	2	2	

	4.	Решение практических(ситуационных)задач на усвоение нового материала	2	2
	5.	Анализ классификаций средств размещения в разных странах	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>10</b>	
	1.	Классификация туризма.	3	
	2.	Принцип работы турагентских организаций.	4	
	3.	Семинар «Подготовка менеджера турагентства к работе с потребителями турпродукта»	3	
<b>Раздел 2.3. Подбор туристского продукта</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>	
	1.	<b>Технология и организация предреализационных процессов в туризме.</b> Предреализационные этапы. Установление договорных отношений между участниками туристского рынка. Подтверждение заказного турпакета.	2	
	2.	<b>Классификация предложений туроператоров</b> Типы туроператоров. Классификация предложений туроператоров. Работа с каталогами туроператоров	2	2
	3.	<b>Виды туров, сезонность предложения</b> Определение бизнеса, анализ текущей маркетинговой ситуации, заявление о целях, определение потенциала рынка и продаж, генерирование стратегий, подготовка маркетинговой программы, бюджет, реализация, контроль	2	2
	4.	<b>Технологии проведения презентации турпродукта</b>	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>	
	1	Терминологический диктант пройденному материалу	2	2
	2.	Разработка «сезонной карты» предложений по странам	2	2
	3.	Проведение презентации туристского продукта	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>10</b>	
	1.	Разработка программы тренинга для менеджера турагентств.	7	
	2.	Анализ факторов, влияющих на развитие туризма.	3	
	<b>Раздел 2.4. Участие турагента в организации рекламы и продвижения</b>	<b>Содержание</b>		<b>14</b>
1.		<b>Основные технологии и методы взаимодействия с туристами и потенциальными клиентами</b> Методы продаж. Продвижение турпродукта	2	2

турпродукта	2.	<b>Формирование каналов сбыта туристского продукта</b> Виды каналов. Телемаркетинг	2		
	3.	<b>Реклама в туризме.</b> Основные виды рекламы в туризме	2	2	
	4.	<b>Реклама в печатных средствах массовой информации</b>	2	2	
	5.	<b>Реклама в электронных средствах массовой информации</b>	2	2	
	6.	<b>Наружная реклама. Реклама на транспорте. Интернет реклама. Сувенирная реклама</b>	2	2	
	7.	<b>Нерекламные методы продвижения турагентских услуг</b>	2	2	
	<b>Практические занятия</b>		<b>10</b>		
	1.	<b>Составление рекламного текста используя игровые приемы</b>	2	3	
	2.	Разработка буклета			
	3.	Разработка рекламного баннера	2	3	
	4.	Создание рекламного сообщения	2	2	
	5.	Творческое задание «Создание турагентства и разработка мерприятий по продвижению его услуг»	2	2	
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>11</b>		
	1.	<b>Профессионально-квалификационная характеристика работников туристского бизнеса.</b>	4		
	2.	<b>Семинар на тему «Качество обслуживания и способы его регулирования».</b>	7		
	Раздел 2.5. Организация офиса турфирмы-агента и квалификационные требования к персоналу	<b>Содержание</b>		<b>4</b>	
		1.	<b>Офис-продаж.</b> Основные требования, предъявляемые к офису.	2	2
2.		<b>Мебель и оборудование офиса турагентства.</b>	2	2	
<b>Практические занятия</b>		<b>8</b>			
1.		Разработка структуры турфирмы.	2	3	
2.		Формирование штата сотрудников и их должностных обязанностей.	2	3	
3.		Разработка памятки по охране труда и пожарной безопасности в офисном помещении	2	1	
4.		Описать квалификационные требования к персоналу турагентства	2	2	
<b>Самостоятельная работа</b>		<b>3</b>			
1.		<b>Техническое оборудование турагентства</b>	3		
Раздел 2.6.	<b>Содержание</b>		<b>8</b>		

<b>Психологические особенности поведения турагента в процессе реализации туристских услуг</b>	1.	<b>Особенности реализации турпродукта по телефону</b> Этапы телефонного разговора. Установление контакта, знакомство. Выяснение цели звонка и запросов туриста. Обслуживание запроса туриста. Завершение разговора, приглашение туриста в офис.	2	2
	2.	<b>Особенности работы с клиентами разных психологических типов</b>	2	2
	3.	<b>Урегулирование конфликтов</b>	2	2
	4.	<b>Формирование лояльности клиентов турфирмы</b>	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>	
	1.	<b>Разработать свои варианты/предложения программ лояльности клиента</b>	2	2
	2.	<b>Отработка в парах упражнения «Телефонный разговор»</b>	2	2
	3.	<b>Разработка «скриптов» по урегулированию основных конфликтных ситуаций</b>	2	3
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>5</b>	
	1.	<b>Рабочий день менеджера турагентства.</b>	5	
<b>Раздел 2.7. Технологии обслуживания туристов и реализации турпродукта</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>	
	1.	<b>Технологии эффективных переговоров в турагентской деятельности. Выявление потребностей туриста и подбор тура</b> Факторы, определяющие уровень обслуживания клиентов. Этика поведения с клиентами. Подбор тура. Подведение туриста к покупке тура. Поиск тура для туриста.	2	2
	2.	<b>Организация визового сопровождения и дополнительных услуг</b> Понятие «виза». Виды и типы виз. Страны шенгенского соглашения	2	3
	3.	<b>Классификация групп клиентов турфирмы.</b> Модель покупательского поведения. Факторы, влияющие на поведение покупателя. Типология туристов.	2	2
	4.	<b>Организация обслуживания клиентов.</b> Стратегия обслуживания клиентов. Формы и стили обслуживания клиентов. Формирование коммуникативных навыков персонала турфирмы.	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>8</b>	
	1.	Отработка ролевой игры «Я турист и я хочу»	2	2
	2.	Терминологический диктант по теме «Организация визового сопровождения и дополнительных услуг»	2	2

	3.	Семинар на тему: «Фирменный стиль предприятий»	2	
	4.	Разработка рекомендаций по соблюдению дресс-кода для сотрудников туристской индустрии	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>18</b>	
	1.	Привлечение туристов к вашей фирме.	4	
	2.	Семинар на тему «Страхование в туризме»	5	
	3.	Оформление пакета документов для открытия и регистрации туристской фирмы.	5	
	5.	Популярные направления внутреннего туризма	4	
<b>Раздел 2.8. Организация приема оплаты при реализации турпродукта конечному потребителю</b>	<b>Содержание</b>		<b>10</b>	
	1.	<b>Прием наличных денежных средств.</b>	2	2
	2.	<b>Прием оплаты с использованием платежной карты</b>	2	2
	3.	<b>Оплата туристских услуг по банковскому переводу.</b>	2	2
	4.	<b>Оплата туристских услуг средствами и электронной коммерции</b>	2	2
	5.	<b>Внесение оплаты за турпродукт туроператору</b>	2	2
	<b>Практические занятия</b>		<b>10</b>	
	1.	Семинар на тему «Автоматизированные информационные технологии в управлении туристском бизнесе».	2	2
	2.	Семинар на тему «Популярные направления международного выездного туризма»	2	2
	3.	Семинар на тему «Популярные и перспективные турнаправления Уральского региона»	2	2
	4.	Защита итогового проекта по междисциплинарному курсу	2	2
	5.	Написание итогового теста по междисциплинарному курсу	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>7</b>	
	1.	Дополнительное страхование в туризме	3	
2.	Мошенничество в туризме	4		
<b>Учебная практика</b>	<b>Содержание</b>		<b>72</b>	
	1.	Подготовительный этап	2	
	2.	Ознакомление с сайтами туроператоров различных направлений	12	
	3.	Сравнительный анализ предложений туроператоров	12	
	4.	Поиск и подбор тура	6	
	5.	Бронирование тура	8	
	6.	Расчет стоимости тура	8	
	7.	Заполнение документов	6	

	8.	Оформление документов	8	
	9.	Разработка стратегии продвижения существующего турпродукта для определенного турагентства и обоснование программы продвижения турпродукта	8	
	10.	Защита отчетов	2	
	<b>Содержание</b>		<b>72</b>	
<b>Производственная практика</b>	1.	Подготовительный этап.	2	
	2.	Знакомство с учебной базой производственной практики.	6	
	3.	Выявление и анализ запросов потребителей и возможностей их реализации.	12	
	4.	Информирование потребителя о туристских продуктах.	14	
	5.	Расчет стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя	8	
	6.	Оформление турпакета (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	6	
	7.	Оказание визовой поддержки потребителя	6	
	8.	Оформление документов строгой отчетности	6	
	9.	Разработка стратегии продвижения турпродукта с использованием современной офисной техники	6	
	10.	Заключительный этап.	4	
	11.	Защита отчета	2	

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

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

Для освоения дисциплины требуется учебная аудитория, которая должна удовлетворять требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов и быть оснащена типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения, достаточными для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

### **4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение профессионального модуля**

#### **4.2.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

##### **Основная учебная литература:**

1. Быстров С.А. Технология продаж и продвижения турпродукта. – М.: КноРус, 2017.

1. 2. Любавина Н.Л., Кроленко Л.А., Нечаева Т. А. Технология и организация турагентской деятельности. - М. : Издательский центр «Академия», 2014.

##### **Дополнительная учебная литература:**

1. Виноградова Т.В. Технология продаж турпродукта. – М.: «Академия», 2012.

2. Голова А.Г. Управление продажами: учебник. – М.: Дашков и Ко, 2015.

3. Гребенюк Д.Г. Технология продаж и продвижения турпродукта. – М.: Академия, 2016.

4. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учеб. пособие для СПО / Л. П. Гаврилов. — 2-е изд., доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 433 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09064-2.

5. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1.

6. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8974-8.

7. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. - М.;КНОРУС,2010.



### **Интернет-ресурсы:**

1. <https://reestr-ta.ru>
2. <https://www.russiatourism.ru/operators/>
4. <https://www.gosuslugi.ru>
5. <https://tonkosti.ru>

#### **4.2.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование электронной библиотечной системы</b>
1.	Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (коллекция книг для СПО), договор № 37-64 от 26.12.2018.
2.	Электронно-библиотечная система ЦГБ г.Стерлитаак, договор № 11 от 01.09.2018.
3.	Электронно-библиотечная система «IPRbooks», договор №3964 от 27.03.2018
4.	Электронно-библиотечная система «Ай Пи Эр Медиа», договор №3965 от 27.03.2018

#### **4.2.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

<b>Наименование программного обеспечения</b>
Office Standard 2007
Microsoft Windows 7 Standard

#### **4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля по специальности или наличие курсов повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях.

### **5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе дисциплины, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по дисциплине завершается промежуточной аттестацией, которую проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по дисциплине самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающегося не позднее двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательными учреждениями создаются фонды оценочных средств.

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	Знает структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя Умеет определять и анализировать потребности заказчика; выбирать оптимальный туристский продукт. Имеет практический опыт: выявления и анализа потребности заказчиков и подбора оптимального туристского продукта.	Текущий контроль в форме защиты практических занятий
ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.	Знает требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора, различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования, методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках, технологии использования базы данных, особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов, Умеет осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных), составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров, взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения, представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям. Имеет практический опыт: проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта.	Текущий контроль в форме защиты практических занятий
ПК 1.3. Взаимодействовать	Знает требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к	Текущий контроль в

<p>ать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.</p>	<p>правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора, статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры, основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме, виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий Умеет взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения, принимать участия в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами, разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах. Имеет практический опыт взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники.</p>	<p>форме защиты практических занятий</p>
<p>ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.</p>	<p>Знает статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры, характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости Умеет осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники, оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты. Имеет практический опыт оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя.</p>	<p>Текущий контроль в форме защиты практических занятий</p>
<p>ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).</p>	<p>Знает статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры, правила оформления деловой документации, информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию. Умеет обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки, оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта, составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки). Имеет практический опыт оформления документов строгой отчетности.</p>	<p>Текущий контроль в форме защиты практических занятий</p>
<p>ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки</p>	<p>Знает статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры, перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации, перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих</p>	<p>Текущий контроль в форме защиты практических занятий</p>

потребителю.	<p>стран гражданами Российской Федерации, требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.</p> <p>Умеет 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> <p>Имеет практический опыт оказания визовой поддержки потребителю.</p>	
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.	<p>Знает статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры, правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности, Умеет обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки, приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности, принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности.</p> <p>Имеет практический опыт оформления документов строгой отчетности.</p>	Текущий контроль в форме защиты практических занятий

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения проверяют 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>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области бронирования гостиничных услуг; оценка эффективности и качества выполнения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы

	задач технологии продаж и продвижения турпродукта.	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях и осознание за него ответственности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников информации для эффективного выполнения задач технологии продаж и продвижения турпродукта, профессионального и личностного развития	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	использование информационно-коммуникационных технологий	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	самоанализ и коррекция результатов собственной работы; ответственность за работу подчиненных	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	организация самостоятельных занятий по повышению личностного и квалификационного уровня.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 9. Ориентироваться в	анализ инноваций в области	Интерпретация результатов

условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	технологии продаж и продвижения турпродукта	наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)	демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы

## **6. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ**

### **6.1. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

#### **Активные и интерактивные формы проведения занятий**

Активные и интерактивные формы проведения занятий реализуются при подготовке по программам среднего профессионального образования и предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации в атмосфере делового сотрудничества, оптимальной для выработки навыков и качеств будущего профессионала.

Основные преимущества активных и интерактивных форм проведения занятий:

- активизация познавательной и мыслительной деятельности студентов;
- усвоение студентами учебного материала в качестве активных участников;
- развитие навыков рефлексии, анализа и критического мышления;
- усиление мотивации к изучению дисциплины и обучению в целом;
- создание благоприятной атмосферы на занятии;
- развитие коммуникативных компетенций у студентов;
- развитие навыков владения современными техническими средствами и технологиями обработки информации;
- формирование и развитие способности самостоятельно находить информацию и определять уровень ее достоверности;
- использование электронных форм, обеспечивающих четкое управление учебным процессом, повышение объективности оценки результатов обучения студентов;
- приближение учебного процесса к условиям будущей профессиональной деятельности.

Активные и интерактивные формы учебных занятий могут быть использованы при проведении лекций, практических и лабораторных занятий, выполнении курсовых проектов (работ), при прохождении практики и других видах учебных занятий.

Использование активных и интерактивных форм учебных занятий позволяет осуществлять оценку усвоенных знаний, сформированности умений и навыков, компетенций в рамках процедуры текущего контроля по дисциплине (междисциплинарному курсу, профессиональному модулю), практике.

Активные и интерактивные формы учебных занятий реализуются преподавателем согласно рабочей программе учебной дисциплины (профессионального модуля) или программе практики.

Интерактивная лекция может проводиться в различных формах.

Проблемная лекция. Преподаватель в начале и по ходу изложения учебного материала создает проблемные ситуации и вовлекает студентов в их анализ. Разрешая противоречия, заложенные в проблемных ситуациях, обучаемые самостоятельно могут прийти к тем выводам, которые преподаватель должен сообщить в качестве новых знаний.

Лекция с запланированными ошибками (лекция-провокация). После объявления темы лекции преподаватель сообщает, что в ней будет сделано определенное количество ошибок различного типа: содержательные, методические, поведенческие и т. д. Студенты в конце лекции должны назвать ошибки.

Лекция вдвоем. Представляет собой работу двух преподавателей, читающих лекцию по одной и той же теме и взаимодействующих как между собой, так и с аудиторией. В диалоге преподавателей и аудитории осуществляется постановка проблемы и анализ проблемной ситуации, выдвижение гипотез, их опровержение или доказательство, разрешение возникающих противоречий и поиск решений.

Лекция-визуализация. В данном типе лекции передача преподавателем информации студентам сопровождается показом различных рисунков, структурно-логических схем, опорных конспектов, диаграмм и т. п. с помощью ТСО и ЭВМ (слайды, видеозапись, дисплеи, интерактивная доска и т. д.).

Лекция «пресс-конференция». Преподаватель просит студентов письменно в течение 2–3 минут задать ему интересующий каждого из них вопрос по объявленной теме лекции. Далее преподаватель в течение 3–5 минут систематизирует эти вопросы по их содержанию и начинает читать лекцию, включая ответы на заданные вопросы в ее содержание.

Лекция-диалог и лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые студенты должны отвечать непосредственно в ходе лекции.

Лекция с разбором конкретных ситуаций по форме организации похожа на лекцию-дискуссию, в которой вопросы для обсуждения заменены конкретной ситуацией, предлагаемой обучающимся для анализа в устной или письменной форме. Обсуждение конкретной ситуации может служить прелюдией к дальнейшей традиционной лекции и использоваться для акцентирования внимания аудитории на изучаемом материале.

**Дискуссия** – это публичное обсуждение или свободный вербальный обмен знаниями, суждениями, идеями или мнениями по поводу какого-либо спорного вопроса, проблемы. Ее существенными чертами являются сочетание взаимодополняющего диалога и обсуждения-спора, столкновение различных точек зрения, позиций.

Возможности метода групповой дискуссии:

- участники дискуссии с разных сторон могут увидеть проблему, сопоставляя противоположные позиции;



- уточняются взаимные позиции, что, уменьшает сопротивление восприятию новой информации;

- в процессе открытых высказываний устраняется эмоциональная предвзятость в оценке позиции партнеров и тем самым нивелируются скрытые конфликты;

- вырабатывается групповое решение со статусом групповой нормы;

- можно использовать механизмы возложения и принятия ответственности, увеличивая включенность участников дискуссии в последующую реализацию групповых решений;

- удовлетворяется потребность участников дискуссии в признании и уважении, если они проявили свою компетентность, и тем самым повышается эффективность их отдачи и заинтересованность в решении групповой задачи.

Основные функции преподавателя при проведении дискуссии:

- формулирует проблему и тему дискуссии, дает их рабочие определения;

- создает необходимую мотивацию, показывает значимость проблемы для участников дискуссии, выделяет в ней нерешенные и противоречивые моменты, определяет ожидаемый результат;

- создает доброжелательную атмосферу;

- формулирует вместе с участниками правила ведения дискуссии;

- добивается однозначного семантического понимания терминов и понятий;

- способствует поддержанию высокого уровня активности всех участников, следит за соблюдением регламента и темы дискуссии;

- фиксирует предложенные идеи на плакате или на доске, чтобы исключить повторение и стимулировать дополнительные вопросы;

- участвует в анализе высказанных идей, мнений, позиций; подводит промежуточные итоги, чтобы избежать движения дискуссии по кругу.

- обобщает предложения, высказанные группой, и подытоживает все достигнутые выводы и заключения;

- сравнивает достигнутый результат с исходной целью.

При проведении дискуссии могут использоваться различные организационные формы занятий.

**Разбор конкретных ситуаций (кейс-метод).** Метод кейсов представляет собой изучение, анализ и принятие решений по ситуации, которая возникла в результате происшедших событий, реальных ситуаций или может возникнуть при определенных обстоятельствах в конкретной организации в тот или иной момент времени.

Цели использования кейс-метода:

- развитие навыков анализа и критического мышления;

- соединение теории и практики;
- представление примеров принимаемых решений и их последствий;
- демонстрация различных позиций и точек зрения;
- формирование навыков оценки альтернативных вариантов в условиях неопределенности.

Метод разбора конкретных ситуаций может быть представлен такими своими разновидностями как решение ситуационных задач, выполнение ситуационных упражнений, кейс-стадии, метод «инцидента» и проч.

При разработке содержания кейсов (конкретных ситуаций) следует соблюдать следующие требования к учебному кейсу:

- Кейс должен опираться на знания основных разделов дисциплины, а не каких-то частностей.
- Кейс должен содержать текстовый материал (описание) и другие виды подачи информации (таблицы, графики, диаграммы, иллюстрации и т. п.).
- Кейс не должен содержать прямой формулировки проблемы.
- Кейс должен быть написан профессиональным языком, но в интересной для чтения форме.
- Кейс должен быть основан на реальных материалах, но названия компаний, товаров, географических мест и т. п. сведения могут быть изменены. Об этом должно быть сказано в сноске к описанию кейса.

3.6.5. Рекомендуется следующая структура кейса:

1. Описание ситуации.
2. Дополнительная информация в виде форм отчетности, статистических и аналитических таблиц, графиков, диаграмм, исторических справок о компании, списка источников и любой другой информации, которая нужна для анализа ситуации.
3. Методическая записка (1–2 стр.), содержащая как рекомендации для студента, анализирующего кейс, так и для преподавателя, который организует обсуждение кейса.
4. Перечень вопросов, которые должны помочь студентам понять его основное содержание, сформулировать проблему и соотнести проблему с соответствующими разделами учебной дисциплины.

### **Деловые и ролевые игры**

Ролевая игра – это эффективная отработка вариантов поведения в тех ситуациях, в которых могут оказаться обучающиеся (например, аттестация, защита или презентация какой-либо разработки, конфликт с однокурсниками и др.). Игра позволяет приобрести навыки принятия ответственных и безопасных решений в учебной ситуации. Признаком, отличающим ролевые игры от деловых, является отсутствие системы оценивания по ходу игры.

Существенные признаки ролевой игры:

- наличие игровой ситуации;
- набор индивидуальных ролей;
- несовпадение ролевых целей участников игры, принимающих на себя и исполняющих различные роли;
- игровое взаимодействие участников игры;
- проигрывание одной и той же роли разными участниками;
- групповая рефлексия процесса и результата.

Деловая игра – форма воссоздания предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности специалиста, моделирования тех систем отношений, которые характерны для этой деятельности, моделирования профессиональных проблем, реальных противоречий и затруднений, испытываемых в типичных профессиональных проблемных ситуациях.

Существенные признаки деловой игры:

- моделирование процесса труда (деятельности) руководителей и специалистов по выработке профессиональных решений;
- наличие общей цели у всей группы;
- распределение ролей между участниками игры;
- различие ролевых целей при выработке решений;
- взаимодействие участников, исполняющих те или иные роли;
- групповая выработка решений участниками игры;
- реализация цепочки решений в игровом процессе;
- многоальтернативность решений;
- наличие управляемого эмоционального напряжения.

**Тренинг** – форма активного обучения, целью которого является передача знаний, развитие некоторых умений и навыков; метод создания условий для самораскрытия участников и самостоятельного поиска ими способов решения проблем.

Специфические черты тренингов как групповой формы обучения:

- соблюдение определенных принципов групповой работы;
- нацеленность на психологическую помощь участникам группы в саморазвитии, которая исходит не только от ведущего, но и от самих участников;
- наличие постоянной группы (обычно от 7 до 15 человек), периодически собирающейся на встречи или работающей непрерывно в течение нескольких дней;
- определенная пространственная организация (чаще всего работа в одном и том же отдельном помещении, когда участники большую часть времени сидят в кругу);
- акцент на взаимоотношениях между участниками группы, которые развиваются и

анализируются в ситуации «здесь и теперь»;

- применение активных методов групповой работы;
- вербализованная рефлексия по поводу собственных чувств и происходящего в группе;
- атмосфера раскованности и свободы общения между участниками, климат психологической безопасности.

Обычно в тренинге используется трехуровневая модель обучения: приобретение → демонстрация → применение. Для приобретения знаний в тренинге используются информация, мини-лекция, сообщение, книги; для демонстрации - ролевые игры, кейсы и кейс-метод, живые иллюстрации и видеофильмы; для применения - ролевые и деловые игры, моделирование. Преподаватель-тренер должен владеть психолого-педагогическими знаниями и применять их в учебном процессе; владеть методами получения, накопления и преподнесения информации участникам тренинга, влияния на их поведение и отношения; уметь составлять программы учебных занятий в формате тренинга.

## **7. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ К ПОТРЕБНОСТЯМ ОБУЧАЮЩИХСЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ)**

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основе образовательных программ среднего профессионального образования, адаптированных при необходимости для обучения данной категории обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организовано совместно с другими обучающимися.

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;- создание контента, который можно представить в различных видах без потерь данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы

лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, выступление с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля; увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет и экзамен, проводимый в письменной форме, - не более чем на 90 мин., проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин.,- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

Колледж устанавливает конкретное содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).