

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Х.М. БЕРБЕКОВА»**

Педагогический колледж

СОГЛАСОВАНО

Директор ООО «Туристическая компания
«ПУТЕШЕСТВИЕ»», г.о Нальчик КБР

 Агibalова Е.Н.

«19» май 2022 г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор педагогического колледжа
ИПП и ФСО

 Ашабокова Ф.К.

«19» май 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

**Программа подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 – Туризм**

Среднее профессиональное образование

**Квалификация выпускника
Специалист по туризму**

Очная форма обучения

Нальчик, 2022

Рабочая программа профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности **43.02.10 Туризм**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07.05.2014 № 474, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе среднего профессионального образования – программе подготовки специалистов среднего звена «Туризм».

Организация разработчик – Педагогический колледж ИПП и ФСО ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова», предметно-цикловая комиссия права и социальной работы.

Разработчики:

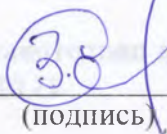
1. **Халишхова Марина Хажмудиновна**, преподаватель,

Рецензент: Мамаева Г.М., директор ООО «Санаторий «МАЯК»», заслуженный врач КБР.

Рабочая программа профессионального модуля обсуждена и утверждена на заседании ПЦК права и социальной работы.

Протокол № 10 от «12» мар 2022 г.

Председатель ПЦК


(подпись)

Сабанчиев З.Х.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	24

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Предоставление туроператорских услуг

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – Рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности **43.02.10 Туризм** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВД): предоставление туроператорских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
2. ПК 3.2. Формировать туристский продукт.
3. ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.
4. ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована также в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и профессиональной подготовки специалистов в области формирования, продвижения и реализации туристского продукта, организации комплексного туристского обслуживания, имеющих базовый уровень.

1.2. 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:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездок, 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;

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 туруслуг;
- 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;

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 туруслуг;
- 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 – 447 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 375 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 250 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 125 часов;

учебной и производственной практики – 72 часа.

Итоговая аттестация по профессиональному модулю в форме *квалификационного экзамена*

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является предоставление туроператорских услуг, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код компетенции	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 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 по очной форме обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК.3.1. - ПК.3.4	МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	249	154	80	4	77	8	18	*
ПК.3.1. - ПК.3.4	МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	162	96	39		48		18	*
ПК.3.1. - ПК.3.4	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36							36
	Всего:	447	250	119	4	125	8	36	36

* Раздел профессионального модуля – часть примерной программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ 03 Предоставление туроператорских услуг		375	
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности		231	
Тема 1.1. Туроператор как субъект туристического рынка	Содержание	4	
	1. Понятие туроператорской деятельности. Виды туроператоров.		1,2
	2. Профиль работы туроператора		1,2
	Практические занятия	6	
	1. Туроператорская деятельность.		
	2. Специализация продаж туроператора в зависимости от вида предлагаемых туров		
	3. Профиль работы туроператора в зависимости от целей туров		2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Реферат: Виды туризма и особенности турпродуктов. Факторы развития туроперейтинга. Пластиковые карты и правила их использования. Особенности применения дорожных чеков. Система поощрения покупок Tax-free и Duty-free	4	3
Тема 1.2. Основы туроператорской деятельности	Содержание	5	
	1. Туроператорская деятельность в современном мире. Тур-проектирование		1,2
	2. Тур-планирование. Схемы работы туроператора..		1,2
	3. Идентификация поставщиков услуг. Составление договорного плана тура		1,2
	Практические занятия	2	
	1. Выбор форм сотрудничества туроператора с поставщиками услуг.		2,3
	Самостоятельная работа обучающихся	3	3

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	Доклад: Туристская услуга и ее свойства. Отличительные особенности туристского продукта. Поставщики услуг. Переговоры с поставщиками услуг		
Тема 1.3. Реализация сбытовой политики туроператора	Содержание	12	
	1. Продвижение турпродукта. Работа с агентствами.		1,2
	2. Правовой статус турагентства. Виды турагентств.		1,2
	3. Построение агентской сети.		
	4. Двухуровневая схема работы туроператора		
	5. Материальные способы стимулирования агентской деятельности. Технологические способы стимулирования работы агентств		
	6. Образовательные способы стимулирования турагентств. Инструменты повышения профессионализма турагентов.		
	7. Как открыть турагентство.		
	8. Условия аннуляции тура и неустойка. Агентское вознаграждение		
	9. Бонусные программы туроператоров		
	10. Технология и организация туроператорской деятельности		
	Практические занятия	14	
	1. Инструменты продвижения туристского продукта.		2,3
	2. Схемы продвижения турпродукта		2,3
	3. Поиск партнеров по сбыту туристского продукта		2,3
	4. Туристская терминология		2,3
	5. Расчет агентского вознаграждения туристской деятельности.		2,3
	6. Расчет штрафных неустоек за аннуляцию тура.		2,3
	7. Способы устранения проблем в туризме		2,3
	Самостоятельная работа обучающихся	10	3
	Доклад: Требования к проектируемой туристской услуге. Структура маркетингового исследования туристского спроса Создание туристического. продукта. Реализация тура. Поставщики услуг. Переговоры с поставщиками услуг. Классы обслуживания. Пакет услуг. Технологическая схема		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	обслуживания туристов в гостинице. Понятие комплекс задач экскурсионного обслуживания. Стратегии и менеджмент обслуживания.		
Тема 1.4. Теория статистического наблюдения в туризме.	Содержание	7	
	1. Основные задачи статистики туризма.		1,2
	2. Определение туризма для целей статистики		1,2
	3. Виды предпринимательской деятельности для целей статистики. Исполнители туристских услуг.		1,2
	4. Основные показатели статистики туристских потоков. Статистика международного туризма		1,2
	5. Категории путешествующих, не учитываемые в туристской статистике. Статистика туристских доходов и расходов		1,2
	Практические занятия	8	
	1. Способы обработки статистических данных в туризме		2,3
	2. Способы обработки статистических данных въезда иностранных туристов в Россию		2,3
	3. Способы обработки статистических данных выезда российских туристов за рубеж		2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Реферат: Развитие Интернет-технологий в туроперейтинге. Информационные технологии автоматизации управления туроператором	4	3
Тема 1.5. Теоретические основы туроператорской деятельности	Содержание	4	
	1. Туроператор как субъект туристской деятельности		1,2
	2. Функции и место туроператоров на рынке туристских услуг		1,2
	3. Классификация и виды туроператоров		1,2
	Практические занятия	5	
	1. Формирование пакета услуг.		2,3
	2. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение цены турпродукта		2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение федеральных законов: 1. ФЗ от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»;	6	3

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	2. О Закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 17.12.1999 г., 30.12.2001 г.); 3. ФЗ от 27 ноября 1992 г. №4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (в ред. от 31.12.1997г., 20.11.1999 г., 21.03.2002 г.); 4. Международная Конвенция по контракту на путешествие. 5. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. 6. Правила оказания услуг общественного питания.		
Тема 1.6. Особенности туристской услуги.	Содержание	3	
	1. Особенности услуг как товара. Туристская услуга		1,2
	2. Работа как разновидность туристской услуги. Туристские товары. Свойства туристской услуги.		1,2
	Практические занятия	3	
	1. Особенности туристской услуги и продукта.		2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Составление схемы: Виды туризма и особенности турпродуктов. Факторы развития туроперейтинга. Стратегии и менеджмент обслуживания. Организационные основы создания туроператора.	3	3
Тема 1.7. Теория туристского продукта.	Содержание	4	
	1. Источники туристского продукта. Структура туристского продукта.		1
	2. Туристский продукт как основа тура. Отличительные особенности туристского продукта.		1
	3. Юридическая сторона туристского продукта. Туристский продукт как экономическая категория.		1
	Практические занятия	3	
	1. Оценка финансовой устойчивости турфирмы		2
	Самостоятельная работа обучающихся Проведение анализа предоставленных некачественных туристических услуг, по данным СМИ, электронных изданий, в соответствии с законодательством РФ. Поиск информации по теме с последующим её предоставлением в виде презентации: Виды туризма и особенности турпродуктов. Факторы развития туроперейтинга.	3	3

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Тема 1.8. Проектирование и формирование турпродукта	Содержание		3	
	1.	Создание привлекательного турпродукта. Классы обслуживания.		1
	2.	Пакет услуг. Программа обслуживания.		1
	Практические занятия		5	
	1.	Анализ потенциала природно-климатических ресурсов Кабардино-Балкарской Республики		2,3
	2.	Программа обслуживания туристских организаций.		2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Поиск информации и подготовка опорного конспекта: Развитие Интернет-технологий в туроперейтинге. Информационные технологии автоматизации управления туроператором. Создание электронного каталога тура (по выбору).		4	3
Тема 1.9. Технология формирования туристского продукта	Содержание		8	
	1.	Информационно-методическое обеспечение туров		1
	2.	Взаимоотношения туроператора с поставщиками услуг		1
	3.	Договорный план в туристской деятельности. Договоры, заключаемые при формировании туристского продукта. Договор с гостиничным предприятием.		1
	4.	Договор с предприятием питания		1
	5.	Договор с автотранспортным предприятием. Договор с авиакомпанией.		1
	6.	Договор с железной дорогой. Договор со страховой компанией		1
	Практические занятия		16	
	1.	Разработка маршрута туристского путешествия.		2
	2.	Разработка маршрута нового тура		2,3
	3.	Формирование пакета услуг		2,3
	4.	Договорной план турфирмы с поставщиками услуг.		2,3
	5.	Оформление технологической карты туристского путешествия.		2,3
	6.	Оформление информационного листа		2,3
	7.	Оформление въездной (выездной) карточки и регистрационной формы для средства размещения.		2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации по темам: Формирование сбытовой сети. Характеристика основных форм продажи турпродукта. Агентское соглашение. Поиск материала, подготовка опорного конспекта: Отличительные особенности туристского продукта. Классификация торговых посредников и поставщиков в туризме. Подготовка презентации по теме: «Туристская услуга и ее свойства». Подготовка презентации по темам: Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для туристов. Эпидемиологическая и бактериологическая безопасность туристов. Составление сравнительной характеристики поощрения покупок tax free и duty free. Составление перечня объектов не подлежащих вывозу из страны (товаров, представителей флоры и фауны и культурных ценностей), (по выбору).	12	3
Тема 1.10. Ценообразование туристского продукта..	Содержание	4	
	1. Особенности ценообразования в сфере услуг. Формирование ценовой политики в туризме		1
	2. Модели формирования цен на комплексное обслуживание. Виды цен в туризме.		1
	3. Издержки туроператора и себестоимость туристского продукта. Пути снижения себестоимости туруслуг		1
	Практические занятия	6	
	1. Процесс формирования цены на туристский продукт.		2
	2. Расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение цены турпродукта.		2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации по темам: Система скидок. Безналичная форма расчетов. Анализ и составление перечня факторов, определяющих ценообразование в туризме. Налоговое законодательство в туризме. Принципы и функции налогообложения. Отраслевая особенность исчисления налогов в туризме.	5	3
Тема 1.11. Туристские формальности	Содержание	4	
	1. Оформление общегражданского загранпаспорта		1
	2. Визовая поддержка туристов		1
	3. Таможенные и валютные формальности		1
	4. Медицинский контроль. Страхование туристов.		1

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	Практические занятия	3	
	1. Процесс формирования цены турпакета за рубеж		2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации по темам: Система скидок. Безналичная форма расчетов. Подготовка опорного конспекта по темам: Требования к проектируемой туристской услуге. Структура маркетингового исследования туристского спроса. Создание туристического продукта. Реализация тура. Классы обслуживания. Пакет услуг. Технологическая схема обслуживания туристов в гостинице. Требования к проектируемой туристской услуге. Структура маркетингового исследования туристского спроса. Поиск информации по теме с последующим её предоставлением в виде презентации: Договор с гостиницей и авиаперевозчиком: особенности и условия. Справочная документация туроператора.	11	3
	Содержание	6	
Тема 1.12. Продвижение туристского продукта.	1. Формирование сбытовой сети. Основные формы продажи турпродукта.		1,2
	2. Подбор партнеров по сбыту.		1,2
	3. Агентское соглашение. Стимулирование потребителей (туристов).		1,2
	4. Пропаганда туризма. Каталог туроператора как основной носитель информации.		1,2
	5. Автоматизация туристской деятельности. On-line-продвижение туристического продукта		1,2
	Практические занятия	3	
	1. Этапы формирования сбытовой сети.		2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации по теме: Сервисное обслуживание. Виды сервиса в туризме. Составление кроссворда и вопросов по теме: Ценовые стратегии. Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке	4	3
Тема 1.13. Организация отправки, приема и обслуживания туристов.	Содержание	4	
	1. Работа с группами российских туристов за границей.		1,2
	2. Анимация обслуживания		1,2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
	3.	Структура въездного туризма в РФ. Основные характеристики въездных туров в Российской Федерации.		1,2
	4.	Особенности организации перевозок во въездном туризме. Характеристика доминантных туристских ресурсов РФ.		1,2
	Практические занятия		3	2,3
	1.	Методика расчета услуг, входящих в пакет тура		
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации по теме: Формирование сбытовой сети туроператора. Агентские соглашения. Агентские сети и франчайзинг (аренда бренда). Программные продукты резервирования и автоматизации деятельности туроператоров. Амадеус. Сейбр. Голилео.		4	3
	Тема 1.14. Технологии и организация продаж туристского продукта	Содержание		6
1.		Формирование пакета документов для туристов.		
2.		Требования к информированию туристов до заключения договора		
3.		Информирование туристов при заключении договора		
4.		Информирование при выдаче документов. Информирование туриста до момента начала путешествия.		
5.		Организация работы турфирмы		
6.		Технология и организация туроператорской деятельности	3	2,3
Практические занятия				
1		Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам	4	3
Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации по теме: Методы повышения качество туристского обслуживания. Виды страхования туристов и уровень страхового возмещения. Безопасность туристов во время перевозки. Обеспечение безопасности пассажиров при авиаперевозках. Обеспечение безопасности на автобусах				

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме		144	
Тема 2.1. Основы маркетинга и методика проведения маркетинговых исследований	Содержание	14	
	1. Основные понятия маркетинга. Предмет, цели и задачи дисциплины		1,2
	2. Маркетинговые исследования и их специфика. Методика проведения маркетинговых исследований		1,2
	3. Конъюнктура рынка туристских услуг. Сегментация рынка туруслуг. Виды маркетинговых исследований		1,2
	Практические занятия	5	
	1. Расчёт доли рынка турфирмы. Решение тематических задач		2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Организация управления маркетингом. Эластичность спроса и предложения туристического продукта.	7	3
Тема 2.2. Основы маркетинга и методика проведения маркетинговых исследований	Содержание	5	
	1. Понятие рекламы. Виды рекламы. Классификация рекламного продукта		1
	Самостоятельная работа обучающихся PR-компания в туристическом агентстве как инструмент продвижения нового торгового предложения	5	3
Тема 2.3. Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках.	Содержание	5	
	1. Правила работы на выставках. Методы анализа результатов деятельности на выставках. Анализ проведения выставочной деятельности		1
	Самостоятельная работа обучающихся Составление примерного проекта рекламной компании туристской фирмы.	3	3
Тема 2.4. Техника проведения рекламной компании	Содержание	5	
	1. Техника проведения рекламной компании. Специфика проведения рекламной компании		1
	Практические занятия	6	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	1. Проведение рекламной компании туристской фирмы		2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Основные виды рекламы, разрабатываемые в туристских организациях. Организация управления маркетингом. Организовывать исследования поведения потребителей в туристической сфере	4	3
Тема 2.5. Методика формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов	Содержание	10	
	1. Методика формирования содержания дизайна рекламных материалов		1
	2. Выбор дизайна рекламных материалов		1
	Практические занятия	6	
	1. Разработка буклетов, визиток туристской фирмы		2
	Самостоятельная работа обучающихся Содержание формирования и реализации бренда туристской организации	8	3
Тема 2.6. Основные правила составления программ туров	Содержание	4	
	1. Основные правила составления программ туров. Методика составления программ туров. Классификация программ туров		1
	Самостоятельная работа обучающихся Технология деятельности туристского предприятия в процессе формирования нового тура. Деловой тур-участие в конференции	6	3
Тема 2.7. Содержание и методы составления программ туров	Содержание	4	
	1. Специфика содержания программ туров. Основные правила составления программ туров. Методы составления программ туров		1
	Практические занятия	8	
	1. Составление программы тура		2
	Самостоятельная работа обучающихся Специфика маркетинга услуг. Функции маркетинга услуг	6	3
Тема 2.8. Методики расчета стоимости	Содержание	10	
	1. Определения цены турпродукта. Ценообразование в туризме.		1

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	2.	Методики расчета себестоимости турпакета. Методика расчета стоимости питания, проживания, экскурсионного и транспортного обслуживания		1
	Практические занятия		14	
	1.	Расчет стоимости питания, проживания, экскурсионного и транспортного обслуживания		2
	2.	Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта		2
	Самостоятельная работа обучающихся Расчет ценовых факторов в туриндустрии. Анализ расчета услуг в тур индустрии		9	3
Учебная практика Виды работ - Сбор информации о туристских предпочтениях потребителей туристского предприятия.. - Изучение ассортимента предлагаемых туристской организацией туристских продуктов, составление перечня их основных потребительских свойств. - На основании анализа ассортимента предлагаемых туристским предприятием туров составление других вариантов предложений для семейной пары туристов без детей, семейной пары туристов с одним ребенком, индивидуального туриста. - Изучение основных требований к процессу разработки туристского продукта туристского предприятия; - Изучение вариантов тематических программ обслуживания туристов, используемых туристским предприятием, выявление их ключевых особенностей. - Составление списка документов, используемых при проектировании новых туров. - Изучение организационных аспектов работы туристского предприятия с поставщиками услуг. - Знакомство с особенностями планирования туров туристским предприятием, описание основных этапов планирования. - Изучение особенностей переговоров с различными поставщиками услуг туристского предприятия. - Описание основных разделов типового договора с поставщиками услуг. - Изучение обязательных и дополнительных составляющие различных пакетов туристских услуг туристского предприятия, виды поставщиков туристских услуг. - Изучение финансовой схемы работы туристского предприятия. - Изучение системы комиссионных вознаграждений турагентств. - Описание основных видов и размеров скидок туристского предприятия, условия их применения. - Изучение прайс-листов туристского предприятия, выявление факторов, влияющие на цену туристских продуктов.			36	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	<ul style="list-style-type: none"> - Изучение целей, функций, принципов и видов маркетинга, используемых в туристской организации. - Описание процесса управления маркетингом, определение его целей и задач; - Изучение основных составляющих маркетинговой среды туристской организации. - Описание процедуры сегментации рынка, выбора целевых сегментов рынка и позиционирования туристских продуктов туристской организации. - Изучение маркетинговой информационной системы туристской организации и методов сбора информации. - Определение этапов процесса проведения маркетинговых исследований туристской организации - Изучение организации маркетинговой деятельности туристской организации, описание структуры службы маркетинга (при наличии). - Изучение взаимоотношения туристской организации с туристскими агентствами. - Изучение особенностей агентских соглашений туристской организации. - Изучение видов туристской рекламы и нерекламных методов продвижения туристского продукта, используемые на туристском предприятии. - Изучение различных видов каталогов туристской организации и график участия в туристских выставках/ярмарках. - Изучение информационных технологий, используемых в деятельности туристской организации. - Описание процесса онлайн-бронирования туристской путевки. 		
Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности)) Виды работ	<ul style="list-style-type: none"> - Изучение принципов и задач прохождения производственной практики; - Экскурсия по туристскому предприятию и отдельным службам предприятия. Ознакомление с режимом и видами работы отделов и служб предприятия; - Изучение целей, функций, принципов и видов маркетинга. Содержание и функции практического маркетинга. Изучение конъюнктуры рынка. Изучение целевого, дифференцированного и недифференцированного маркетинга. Сегментация рынка, выбор целевых сегментов рынка и позиционирование туристских продуктов на рынке; - Изучение стратегического планирования и маркетинговой программы. Изучение маркетинговой информационной системы предприятия и методов сбора информации. Изучение организации и содержания маркетинговых исследований. <p>Организационная структура маркетинговых служб предприятия и основные требования к ее построению. Контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности.</p>	36	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
	<ul style="list-style-type: none"> - Изучение запросов потребителей. Изучение технологии обслуживания, кассы обслуживания. Формирование пакета услуг. Определение потребительских свойств турпродукта. Изучение технологической документации проектирования тура. - Изучение требований к процессу разработки турпродукта. Разработка программы обслуживания туристов. Изучение тематической программы обслуживания. Изучение организационных аспектов работы с поставщиками услуг. Изучение этапов планирования тура. Изучение процесса переговоров с поставщиками услуг, заключение договоров с поставщиками. - Изучение финансовой схемы работы туристского предприятия. Изучение системы комиссионных вознаграждений турагентств, ценообразование. - Изучение учетной политики туристского предприятия. Налогообложение. Оплата счетов поставщиков услуг. - Изучение этапов взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта в условиях реальной деятельности турфирмы. Изучение формирования сбытовой сети туроператора. Структура агентских соглашений. Изучение формирования агентских сетей и франчайзинга. Организация рекламы туристского продукта. - Изучение нерекламных методов продвижения туристского продукта. Каталог туроператора. Изучение организации презентации, включая работу на специализированных выставках в условия реальной деятельности турфирмы. Правила участия в туристических выставках. - Изучение программных продуктов бронирования, Интернет-технологии бронирования турпутевок. Программные продукты автоматизации деятельности туристских предприятий. - Изучение работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг в условиях реальной деятельности турфирмы. 		
	ВСЕГО	447	
	аудиторных занятий, из них	250	
	практических занятий	119	
	самостоятельная работа	125	
	учебная и производственная практики	72	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг предполагает наличие учебных кабинетов: «Турагентская и туроператорская деятельность» «Учебный (тренинговый) офис».

Оборудование учебного кабинета:

- наличие рабочих мест по количеству учащихся;
- наличие рабочего места преподавателя;
- калькуляторы;
- комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения:

- компьютер;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- проектор;
- экран;
- интерактивная доска;
- принтер;
- сканер;
- доступ в Интернет.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику, которую может реализовываться как концентрированно в несколько периодов, так и рассредоточенно, чередуясь с теоретическими занятиями в рамках профессиональных модулей.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 120 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10550-6. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/495452>.

2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 208 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10551-3. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/495450>.

3. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 242 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-15811-3. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/509812>.

4. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 472 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13683-8. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/496647>.

Дополнительные источники:

1. Уокер, Дж. Р. Введение в гостеприимство [Электронный ресурс]: учебное пособие / Дж.Р. Уокер. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 735 с. – ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52446.html>.

2. Стеблецов, Е. А. Спортивно-оздоровительный туризм и спортивное ориентирование: учебное пособие для вузов / Е. А. Стеблецов, Ю. С. Воронов, В. В. Севастьянов ; под общей редакцией Е. А. Стеблецова. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 195 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13274-8. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/497460>.

Интернет - ресурсы:

<http://www.marketing.spb.ru/> - Электронная энциклопедия маркетинга.

<http://www.ttg-russia.ru> - Официальная туристская газета TTG.

<http://minstm.gov.ru/> - Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ

<http://www.russiatourism.ru/> - Федеральное агентство по туризму

<http://www.travel-expert.ru/> - Законодательство в сфере туризма

<http://www.tourbus.ru/> - журнал «Туристический бизнес»:

<http://www.tpnews.ru/> - журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы»:

<http://www.tourinfo.ru/> - журнал «Туринфо»:

<http://www.d-mir.ru/> - журнал «Туризм и Отдых»:

http://www.kfrmat.ru/tostudents/library/periodic_review/ - Обзор статей из журналов «Туризм: практика, проблемы, перспектива», «Турбизнес» на сайте Российской международной академии туризма.

http://www.pressa.ru/Docsfile/list/id_pub/50229 - журнал «Путешествие по России»

http://www.mgus.ru/science-journal/present_problem_of_service_and_tourism/ - журнал «Современные проблемы сервиса и туризма»

<http://www.tourprom.ru/> - Профессиональный туристический портал.

<http://www.impression.ru/> - Туристический портал, информация о странах.

<http://www.travel.ru/> - Сервер о туризме и путешествиях.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	иметь практический опыт: <ul style="list-style-type: none"> – 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; 	Текущий контроль в форме: <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; - рейтинговые контрольные работы по темам МДК. Дневники по учебной и производственной практике. Анализ и оценка качества подготовки отчетов по практике. Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	уметь: <ul style="list-style-type: none"> – 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, 	Текущий контроль в форме: <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; - рейтинговые контрольные работы по темам МДК. Дневники по учебной и производственной практике. Анализ и оценка качества подготовки отчетов по практике. Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> – работать с информационными и справочными материалами; – составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; – составлять турпакеты с использованием иностранного языка; – оформлять документы для консульств, 	Текущий контроль в форме: <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; - рейтинговые контрольные работы по темам МДК.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	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;	Дневники по учебной и производственной практике. Анализ и оценка качества подготовки отчетов по практике. Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	– 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 туруслуг; – 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.	Текущий контроль в форме: - защиты практических занятий; - рейтинговые контрольные работы по темам МДК. Дневники по учебной и производственной практике. Анализ и оценка качества подготовки отчетов по практике. Экзамены по междисциплинарным курсам и профессиональному модулю.

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый	уметь: – осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; – проводить анализ деятельности других туркомпаний; работать на специализированных	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося при выполнении практических работ, тестировании, самостоятельной

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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;; <p>знать:</p>	<p>работы, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.</p> <p>Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;</p> <p>Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении</p>

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 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 турпоездов; – 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. 	<p>практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения; Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач; Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p>