

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СОЧИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

в г. Анапе Краснодарского края  
Среднее профессиональное образование

Согласовано:

Директор  
Туристической фирмы «Планета  
Вижн»  
Екимов С.А.



Утверждаю:

Директор филиала ФГБОУ ВО «СГУ»  
в г. Анапе Краснодарского края  
Леонова Е.В.  
«31» августа 2021 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.01 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ**

Наименование специальности  
**43.02.10 Туризм**

2021 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм 07.05.2014 № 474

Организация-разработчик:

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» филиал в городе Анапе Краснодарского края

Разработчики:

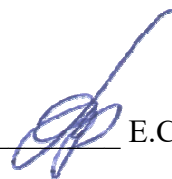
Мелконян Наринэ Рудольфовна - преподаватель программ среднего профессионального образования филиала ФГБОУ ВО «СГУ» в г. Анапе Краснодарского края

Литвиненко Мария Сергеевна – преподаватель программ среднего профессионального образования филиала ФГБОУ ВО «СГУ» в г. Анапе Краснодарского края

Рабочая программа МДК рекомендована цикловой методической комиссией дисциплин гуманитарного профиля, социально-культурного сервиса и туризма.

Утверждена «31» 08 2021г. Протокол № 01

Председатель цикловой методической комиссии \_\_\_\_\_ Е.С. Федосенко



## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1.ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....</b>	<b>4</b>
1.1 Область применения рабочей программы.....	4
1.2 Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля.....	4
1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля.....	6
<b>2.РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....</b>	<b>6</b>
<b>3.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....</b>	<b>7</b>
3.1 Тематический план профессионального модуля.....	7
3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю.....	8
3.3 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	19
<b>4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....</b>	<b>20</b>
4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.....	20
4.2 Информационное обеспечение обучения.....	20
4.3 Общие требования к организации образовательного процесса.....	21
4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса.....	22
<b>5.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) .....</b>	<b>22</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

### 1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм в части освоения основного вида деятельности - Предоставление турагентских услуг и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах.

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

ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

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

ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности.

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

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент 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, организовываемых 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.

### 1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 643 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 463 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 316 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 147 часа;

учебной практики – 180 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности - Предоставление турагентских услуг, в том числе 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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, часов	в т.ч. лекции, часов	в т.ч. практические занятия, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 1.1 – 1.7	МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта	228	156	70	86	72	-	*	-	
	МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности	235	160	54	86	75	20	*	-	
	УП.01 Учебная практика	180						180	-	
	ПМ.01.ЭК Экзамен (квалификационный)									
	<b>Всего:</b>	<b>643</b>	<b>316</b>	<b>124</b>	<b>172</b>	<b>147</b>	<b>20</b>	<b>180</b>	<b>-</b>	

### 3.2 Содержание учебного материала по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов ПМ, междисциплинарных курсов(МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа студентов	Объем часов	Уровень освоения
	<b>МДК.01.01. Технологии продаж и продвижения турпродукта</b>	<b>228</b>	
	<b>1 семестр</b>		
<b>Раздел 1. Теоретические основы технологии продаж и продвижения турпродукта</b>	<b>Содержание</b>	<b>100</b>	
<b>Тема 1.1.</b>	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
Основные термины и понятия технологии продаж турпродукта	Предмет, цели и задачи курса «Технология продаж и продвижения турпродукта»	2	1
	Роль и место технологии продаж и продвижения в сфере услуг, как объекта исследования	2	1
	Факторы, влияющие на состояние и развитие технологии продаж турпродукта в мире	2	1
	Факторы, влияющие на состояние и развитие технологии продаж турпродукта в России и регионах	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	<b>6</b>	
	Современные тенденции развития технологии продаж и продвижения турпродукта в мировой индустрии гостеприимства	1	2
	Функции туризма	1	2
	Исследование основных терминов и понятий технологии продаж и продвижения в сфере туризма	2	2
	Терминология туристского бизнеса	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		
	1.Составление схемы «Система индустрии туризма и гостеприимства».		
	2.Составление схемы «Факторы, влияющие на состояние и развитие технологии продаж турпродукта в мире».	<b>8</b>	<b>3</b>
	3.Составление схемы «Факторы, влияющие на состояние и развитие технологии продаж турпродукта в России и регионах».		
	4.Составление терминологического словаря.		
<b>Тема 1.2.</b>	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
Клиенто-ориентированный менеджмент продаж	Сущность современного менеджмента продаж турпродукта	2	1
	Социально-экономическое значение менеджмента продаж с ориентацией на клиента	2	1
	Сущность и содержание технологии продаж в индустрии гостеприимства	2	1
	Классификация групп клиентов туристской фирмы	2	1





	Иновационные методы продажи турпродукта. Он-лайн-путевка.	2	2
	Он-лайн бронирование турпродукта. Оформление документов строгой отчетности.	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		
	1. Составление схемы: «Методы повышения эффективности продажи турпродукта».	8	3
	2. Составление схемы взаимодействия туроператора и турагента.		
	3. Составление схемы «Бронирование турпродукта».		
	4. Составление схемы «Он-лайн бронирование турпродукта».		
	<b>Другая форма контроля</b>	2	
	<b>Итого за 1 семестр</b>	100	(68/34/34/32)
	<b>2 семестр</b>		
	<b>Раздел 2. Система продвижения и реализации турпродукта</b>	128	
	<b>Содержание</b>	12	
Тема 2.1. Технологии сбыта турпродукта	Система продвижения турпродукта	2	1
	Процедуры и операции продаж и продвижения турпродукта туроператором и агентом	2	1
	Сеть независимых туристских агентств	2	1
	Сеть генеральных туристских агентств	2	1
	Сеть франчайзинговых агентств	2	1
	Представительства и филиалы туроператора	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	24	
	Изучение каналов сбыта туроператора	4	2
	Изучение процедур и операций продажи турпродукта туроператором	2	2
	Сбыт турпродукта через сеть независимых турагентов	2	2
	Сбыт турпродукта через сеть уполномоченных турагентов	2	2
	Сбыт турпродукта через сеть франчайзинговых турагентов	2	2
	Сбыт турпродукта через сеть франчайзинговых агентств туроператора	2	2
	Сбыт турпродукта через филиалы туроператора	2	2
Рекламные туры как элемент продвижения туристского продукта	4	2	
Участие туристского агентства в выставочно-ярмарочных мероприятиях	4	2	
<b>Самостоятельная работа</b>			
Составление схемы «Каналы сбыта турпродукта».	6	3	
<b>Содержание</b>	6		
Тема 2.2. Система лояльности	Понятие, сущность и виды систем лояльности в туристском агентстве	2	1

туристского агентства	Целевые контактные аудитории турагентств	2	1
	Классификация клиентов турагентств	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	<b>4</b>	
	Разработка программы повышения лояльности клиентов турагентств	2	2
	Бонусные программы турагентства	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		
	Выполнение исследовательского задания «Эффективность системы лояльности клиентов турагентства».	<b>4</b>	3
	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
	Классификация клиентов туроператора	2	1
	Целевые контактные аудитории туроператора	2	1
Тема 2.3. Лояльность клиентов туроператоров и программы ее повышения	Методы анализа основных тенденций развития технологии продаж и лояльности клиентов туроператора	2	1
	Разработка программы повышения лояльности клиентов туроператора	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	<b>6</b>	
	Разработка программы повышения лояльности клиентов туристской фирмы	4	2
	Бонусные программы туроператоров для турагентств	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		
	1. Составление плана участия в ознакомительном туре.		
	2. Разработка таблицы-формы для анализа средств размещения.		
	3. Способы повышения эффективности участия в ознакомительных турах.	<b>12</b>	3
	4. Анализ бонусных программ туроператоров.		
5. Анализ программ лояльности различных турагентских фирм.			
6. Подходы к различному целевым аудиториям.			
Тема 2.4. Технологии обеспечения роста продаж	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	Ассортиментная политика туристских фирм	2	1
	Развитие рыночного сегмента медицинского туризма в гостиничном бизнесе России	2	1
	Инновационные технологии роста продаж гостиничных продуктов и услуги на смежных рынках	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	<b>8</b>	
	Анализ ассортиментной политики туристской фирмы	4	2
	Разработка процедур и операции обеспечения роста продаж	4	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		
	1. Проанализировать наиболее популярные туристские направления сезона.	<b>12</b>	3
	2. Интернет-маркетинг в туризме.		

	3.«Check-Up»-программы. 4.Веллесс-программы. 5.Спа-программы. 6.Luxuryleisure-продукт.			
Тема 2.5. Современные тенденции модернизации технологии продаж турпродукта	<b>Содержание</b>		<b>4</b>	
	Порядок проведения работ по формированию стратегий модернизации технологии продаж и продвижения турпродукта		2	1
	Этапы проведения модернизации технологии продаж турпродукта		2	1
	<b>Практическое занятие</b>		<b>10</b>	
	Анализ технологий продаж турпродукта в туристской фирме		4	2
	Разработка процедур и операции модернизации технологии продаж и продвижения турпродукта		4	2
	Изучение технологии участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях		2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>			
	1.Оценка соответствия технологии продаж турпродукта мировым тенденциям. 2.Партизанский маркетинг в туризме. 3.Проанализировать влияние интернет-технологий на сбыт турпродукта.		<b>6</b>	<b>3</b>
		<b>Итого за 2 семестр</b>	<b>128</b> <b>(88/36/52/40)</b>	
	<b>Итого по МДК.01.01</b>	<b>228</b> <b>(156/70/86/72)</b>		
	<b>Экзамен</b>			

	<b>МДК.01.02. Технология и организация турагентской деятельности</b>		<b>235</b>	
	<b>1 семестр</b>			
Раздел 1. Основы турагентской деятельности Тема 1.1. Нормативно-правовая база турагентской деятельности	<b>Содержание</b>		<b>38</b>	
	Нормативно-правовые акты в туризме		2	1
	<b>Практическое занятие</b>		<b>8</b>	
	Международные нормативно-правовые акты турагентской деятельности		2	2
	Основные положения турагентской деятельности в нормативно-правовых документах		2	2
	Основные положения Федерального закона от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"		2	2
	Правила реализации туристского продукта		2	2

	<p><b>Самостоятельная работа</b> Изучение нормативно-правовой базы регламентирующей деятельностью предприятий туристической индустрии. Составить схему «Основные положения Федерального закона от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"»</p>	2	3
<p>Тема 1.2. Государственное регулирование турагентской деятельности</p>	<p><b>Содержание</b> Государственные органы по регулированию туристской деятельности <b>Практическое занятие</b> Модели государственного регулирования в сфере туризма Цели и задачи государственной политики в сфере туризма Стратегия и программы развития туризма в Российской Федерации и в регионах Правила оказания услуг по реализации туристского продукта в Российской Федерации <b>Самостоятельная работа</b> Подготовить реферат «Туризм как объект управления»</p>	2 2 8 2 2 2 2 2 4 2	1 2 2 2 2 2 3
<p>Тема 1.3. Организационный аспект создания туристского агентства</p>	<p><b>Содержание</b> Основные этапы создания туристского агентства <b>Практическое занятие</b> Организационно-правовые формы создания турагентств Организационные основы создания туристского агентства Составление бизнес-плана открытия туристского агентства <b>Самостоятельная работа</b> Подготовить реферат «Факторы развития туризма»</p>	2 2 6 2 2 2 4	1 2 2 2 2 3
<p><b>Раздел 2. Технологии и организация работы с потребителями</b></p>		<b>60</b>	
<p>Тема 2.1. Классификация групп клиентов</p>	<p><b>Содержание</b> Типология туристов <b>Практическое занятие</b> Модель покупательского поведения Факторы, влияющие на поведение покупателей Классы обслуживания Шкала потребностей клиентов <b>Самостоятельная работа</b> Подготовить реферат «Формирование коммуникационных навыков менеджера по туризму»</p>	2 2 8 2 2 2 2 2 4	1 2 2 2 2 2 3
<p>Тема 2.2.</p>	<p><b>Содержание</b></p>	4	

Формы и стили обслуживания клиентов	Понятие, сущность и виды услуг	2	1
	Специфические особенности турпродукта	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	<b>4</b>	
	Культура обслуживания клиентов	2	2
	Пути повышения культуры обслуживания	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		
	Подготовить реферат «Формирование имиджа и бренда турагентства»	<b>4</b>	<b>3</b>
	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	Понятие, сущность и методы продаж	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	<b>4</b>	
Тема 2.3. Технологии и методы продаж	Технологии электронных продаж. Продажи по телефону.	1	2
	Организация встречи продавца и покупателя	1	2
	Формирование постоянной клиентской базы	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		
	Подготовить реферат «Система скидок и методы стимулирования продаж»	<b>4</b>	<b>3</b>
	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	Оформление договора между турагентством и потребителем	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	<b>4</b>	
	Организация расчетов с потребителем. Оформление турпакета. Лист бронирования.	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		
Тема 2.4. Документальное оформление взаимоотношений турагентства с клиентом	Изучить нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность турагента. Составить схему «Документальное оформление взаимоотношений турагентства с клиентом»	<b>4</b>	<b>3</b>
	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	Маркетинговые исследования в туризме	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	<b>8</b>	
	Система стимулирования сбыта	2	2
	Организация рекламной кампании и методы стимулирования продаж	2	2
	Организация ознакомительных туров	2	2
	Участие турфирмы в специализированных выставках-ярмарках	2	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		
	Подготовить реферат «Технология продвижения и стимулирования продаж»	<b>4</b>	<b>3</b>
	<b>Итого за 1 семестр</b>	<b>98 (68/18/50/30)</b>	

		<b>2 семестр</b>	
<b>Раздел 3. Информационные технологии в турагентской деятельности</b>			<b>60</b>
Тема 3.1. Информационные технологии бронирования турпутевок		<b>Содержание</b>	<b>4</b>
		Информационные технологии бронирования турпутевок у туроператоров	2
		Интернет-технологии и программное обеспечение турфирмы	2
		<b>Практическое занятие</b>	<b>6</b>
		Технология онлайн бронирования турпутевок у туроператоров	6
		<b>Самостоятельная работа</b>	
		Подготовить реферат «Развитие Интернет-технологий в туризме»	<b>10</b>
		<b>Содержание</b>	<b>6</b>
		Глобальные системы бронирования и резервирования	2
		Системы бронирования гостиничных услуг	2
		Бронирование авиабилетов	2
		<b>Практическое занятие</b>	<b>4</b>
		Программные продукты резервирования туристских услуг	4
		<b>Самостоятельная работа</b>	
		Подготовить реферат «Роль информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства»	<b>10</b>
		<b>Содержание</b>	<b>4</b>
		Программные продукты автоматизации предоставления туристских услуг	2
		Программный комплекс «Мастер-Тур»	2
		<b>Практическое занятие</b>	<b>6</b>
		Характеристика основных программных продуктов и особенности работы с ними	6
		<b>Самостоятельная работа</b>	
		Подготовить реферат «Программные продукты автоматизации предоставления туристских услуг»	<b>10</b>
		<b>Раздел 4. Туристские формальности</b>	<b>38</b>
		<b>Содержание</b>	<b>6</b>
		Виды туристских формальностей. Таможенные и санитарные формальности	2
		Туристские формальности в европейских странах.	2
		Туристские формальности в странах Азии и Африки	2
		<b>Содержание</b>	<b>10</b>
		Паспортные формальности, виды загранпаспортов	2
		Визовые формальности, виды виз	2
		Страны шенгенского соглашения, шенгенская виза	2
		<b>Раздел 4. Туристские формальности</b>	<b>38</b>
		<b>Содержание</b>	<b>6</b>
		Виды туристских формальностей. Таможенные и санитарные формальности	2
		Туристские формальности в европейских странах.	2
		Туристские формальности в странах Азии и Африки	2
		<b>Содержание</b>	<b>10</b>
		Паспортные формальности, виды загранпаспортов	2
		Визовые формальности, виды виз	2
		Страны шенгенского соглашения, шенгенская виза	2

	Страны с упрощенным визовым режимом	2	1
	Визовая политика стран СНГ	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	<b>12</b>	
	Организация визовой поддержки	4	2
	Порядок получения шенгенской визы	4	2
	Визовая политика стран ЮВА	4	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		
	Составить схему «Шенгенская виза, порядок ее получения», подготовить презентацию	<b>10</b>	3
	<b>Раздел 5. Расчет стоимости услуг туристского агентства</b>	<b>19</b>	
	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	
	Система комиссионных вознаграждений	2	1
	Формирование доходов туристского агентства	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	<b>4</b>	
	Виды и размеры комиссионных вознаграждений	4	2
	<b>Самостоятельная работа</b>		
	Составить схему «Формирование доходов туристского агентства»	<b>5</b>	3
	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	Расчет стоимости услуг туристского агентства по бронированию отдельных туристских услуг.	2	1
	<b>Практическое занятие</b>	<b>4</b>	
	Расчет стоимости услуг туристского агентства. Оформление документов строгой отчетности.	4	2
	<b>Примерная тематика курсовых работ:</b>	<b>20</b>	3
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ деятельности ведущих агентских сетей на современном туристском рынке</li> <li>2. Оценка конкурентоспособности фирмы на рынке туристских услуг г. Анапа</li> <li>3. Основные этапы взаимодействия туроператора и турагента</li> <li>4. Брендинг профессиональных ассоциаций турагентов в продвижении турпродукта</li> <li>5. Анализ туристского потенциала города-курорта Анапа</li> <li>6. Анализ рынка внутреннего туризма России</li> <li>7. Анализ рынка выездного туризма России</li> <li>8. Анализ рынка въездного туризма России</li> <li>9. Особенности проведения презентации</li> <li>10. Индустрия развлечений как развивающийся сегмент туризма</li> <li>11. Бронирование как технологический процесс реализации турпродукта</li> <li>12. Анализ современных методов продвижения туристского продукта</li> </ol>		
<b>Курсовая работа</b>			
Тема 5.2	Расчет стоимости на отдельные услуги турагентств		



	<p>13. Современные технологии продаж туристского продукта</p> <p>14. Особенности рекламы в турагентской деятельности</p> <p>15. Использование PR-технологий в туризме.</p> <p>16. Стимулирование сбыта как элемент системы продвижения турпродукта</p> <p>17. Анализ особенностей технологии обслуживания различных групп клиентов туристской фирмы</p> <p>18. Технологии обслуживания клиентов в офисе туристской фирмы.</p> <p>19. Технологии реализации туристских формальностей в деятельности туристской фирмы</p> <p>20. Анализ технологии организации продаж турпродукта в туристском агентстве</p> <p>21. Страхование в деятельности туристской фирмы</p> <p>22. Выставочная деятельность как элемент системы маркетинга турфирмы</p> <p>23. Ценовая политика как средство маркетинговой стратегии турфирмы</p> <p>24. Организационная культура и имидж туристской фирмы</p> <p>25. Франчайзинг как форма организации турагентского бизнеса</p> <p>26. Сравнительный анализ программных комплексов туристских фирм</p> <p>27. Автоматизированные системы управления деятельностью турфирмы</p> <p>28. Технология взаимодействия туроператора и турагента</p> <p>29. Анализ предложений туроператоров по организации рекламных туров</p> <p>30. Методы и принципы сегментирования потребителей</p>	
	<b>Итого за 2 семестр</b>	<b>137</b> <b>(92/36/36/45/20)</b>
	<b>Итого по МДК.01.02</b>	<b>235</b> <b>(160/54/86/75/20)</b>
	<b>2 семестр</b>	
	<p><b>Учебная практика (УП.01)</b></p> <p>Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ознакомление с деятельностью турфирмы и работой менеджера по продажам;</li> <li>• выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю;</li> <li>• информировать потребителя о туристских продуктах;</li> <li>• выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации;</li> <li>• оформлять турпакет;</li> <li>• взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению турпродукта.</li> <li>• рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя;</li> <li>• оформлять документы строгой отчетности.</li> </ul>	<b>180</b> <b>(5 недель)</b>  <b>3</b>

	<b>ПМ.01 Экзамен (квалификационный)</b>		
--	---	--	--

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

### **3.3 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по профессиональному модулю «ПМ.01 Предоставление турагентских услуг» определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины.

При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а также с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по профессиональному модулю, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программе профессиональному модулю, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета: комплект специализированной мебели, информационные стенды, мультимедийное оборудование, комплект учебно-методического обеспечения.

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, в том числе: информационно образовательная среда на официальном сайте, Skype, Zoom, BigBlueButton, WhatsApp.

### 4.2 Информационное обеспечение обучения

#### Основная литература

1. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности: учебное пособие / Н.А. Агешкина. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 567 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1072191. - ISBN 978-5-16-015973-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1072191>

2. Валеева Е.О. Технология и организация турагентской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.О. Валеева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов, 2017. — 74 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31940.html>

3. Виноградова Т.В. Технологии продаж турпродукта: учебник - М.: Академия, 2017. — 240 с.

4. Жданова Т.С. Технологии продаж и продвижения турпродукта [Электронный ресурс] : учебное пособие для ССУЗов / Т.С. Жданова, В.О. Корионова. — Электрон.текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017. 97 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44191.html>.

5. Жуков А.А., Дерябина С.О. Технология и организация операторских и агентских услуг: учебник. - М.: Академия, 2017. — 208 с.

6. Лисевич А.В. Маркетинговые технологии в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие для ССУЗов / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова, М.А. Джалаля. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 68 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44182.html>.

7. Мазилкина, Е. И. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие / Е.И. Мазилкина. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 207 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014060-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1838392>

8. Организация туристской индустрии. Учебное пособие для ПО (книга). 2017, Веселова Н.Ю., Иванова Н.В., Руденко Л.Л., Овчаренко Н.П., Барашок И.В., Тенетко С.А., Профобразование. 978-5-98704-818-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51856.html>.

9. Технологии и организация продаж в туристском агентстве: учеб. пособие / Р.И. Сухов. — Ростов н/Д: Феникс, 2017. — 366 с.

10. Черных Н.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: Учебное пособие. — М.: Советский спорт, 2017. — 360 с.

## Дополнительная литература

1. Валеева Е.О. Организация туристской индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.О. Валеева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов, 2017. — 242 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31939.html>
2. Жданова Т.С. Технологии продаж [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.С. Жданова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 184 с. 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44191.html>
3. Инновационная маркетинговая деятельность в сфере услуг: Учебное пособие / Казаков С.П. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 398 с. ISBN ISBN 978-5-00091-180-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/537690>.
4. Методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям и организации самостоятельной работы, обучающихся специальности 43.02.10 «Туризм» по дисциплине «Технология и организация турагентской деятельности» / Сост. Литвиненко М.С. Анапа, 2021. — 39 с.
5. Методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям и организации самостоятельной работы обучающихся по специальности 43.02.10 «Туризм» по дисциплине «Технологии продаж и продвижения туристского продукта» / Сост. Мелконян Н.Р. Анапа, 2021. — 27 с.
6. Остроумов О.В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность: учеб.-метод.пособие / под ред. Ю.С. Путрика. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 128 с.
7. Прончева О.К. Технологии продажи в гостиничном деле и туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.К. Прончева. — Электрон.текстовые данные. — Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2017. — 82 с. — 978-5-93252-258-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/18262.html>.
8. Сервисная деятельность. Учебное пособие (книга). 2017, Руденко Л.Л., Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа. 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44191.html>
9. Технология и организация предприятия туризма: Учебник / В.П. Орловская; Под общ.ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 176 с. ISBN 978-5-98281-068-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/430064>.

### 4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности, рабочим учебным планом, программой профессионального модуля. В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов. Занятия проводятся в учебных аудиториях, оснащенных необходимым учебным, методическим, информационным, программным обеспечением. В преподавании используются лекционно-семинарские формы проведения занятий, практикум, информационно - коммуникационные технологии.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

Оценка качества освоения профессионального модуля включает текущий контроль знаний и промежуточную аттестацию. Текущий контроль проводится в пределах учебного времени, отведенного на соответствующий раздел модуля. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Освоению данного модуля предшествует изучение дисциплин общего гуманитарного, и социально-экономического цикла учебного плана.

При реализации программы профессионального модуля предусматривается практика по профилю специальности, которая реализуется в рамках изучения модуля после освоения междисциплинарного курса. Практика проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам изучения профессионального модуля проводится с учетом результатов практики по профилю специальности, подтвержденных документами соответствующих организаций. Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах.

#### 4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу и осуществляющих руководство практикой: реализация программы подготовки специалистов среднего звена по специальности среднего специального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	– уметь выявлять потребности туристов по отдельным видам туризма – знать и уметь анализировать запросы потенциальных потребителей туристского продукта	Контрольная письменная работа Устный опрос Деловая игра, доклады, сообщения, кейс-задания Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, учебной практике
ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах.	– уметь проводить поиск необходимой информации, взаимодействовать с потребителями с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения	в форме практической подготовки. Дифференцированный зачет по учебной практике в форме практической подготовки во 2 семестре
ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	– знать законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора, технологии использования базы данных туроператора – уметь взаимодействовать туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения	Другая форма контроля по МДК. 01.01 в 1 семестре Другая форма контроля по МДК. 01.02 в 1 семестре Экзамен по МДК. 01.01 во 2 семестре Экзамен по МДК. 01.02 во 2 семестре
ПК1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой	- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт;	Экзамен (квалификационный) по профессиональному

потребителя.		модулю во 2 семестре
ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).	- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для поездки;	
ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.	– предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;	
ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности.	– приобретать, оформлять и вести учет и обеспечивать сохранность бланков строгой отчетности;	

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 компетенции) общие	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- проявление интереса к будущей профессии, активности и инициативности в получении профессионального опыта, умений и знаний; - аргументированность и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии; - наличие положительных отзывов по итогам практики; - участие в студенческих конференциях, конкурсах и т.п.	Контрольная письменная работа Устный опрос Деловая игра, доклады, сообщения, кейс-задания Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, учебной практике в форме практической подготовки. Дифференцированный зачет по учебной практике
ОК 2. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- демонстрация умений планировать свою собственную деятельность и прогнозировать ее результаты; - обоснованность выбора методов и способов действий; - проявление способности коррекции собственной деятельности; - адекватность оценки качества и эффективности собственных действий.	в форме практической подготовки во 2 семестре Другая форма контроля по МДК. 01.01 в 1 семестре Другая форма контроля по МДК. 01.02 в 1 семестре Экзамен по МДК. 01.01 во 2 семестре Экзамен по МДК. 01.02 во 2 семестре Экзамен
ОК 3. Осуществлять поиск и использование информации,	- решение стандартных и нестандартных профессиональных ситуаций по видам	(квалификационный) по профессиональному модулю во 2 семестре

необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	профессиональной деятельности.	
ОК 4. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация умения осуществлять поиск информации с использованием различных источников и информационно-коммуникационных технологий.	
ОК 5. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- демонстрация умения осуществлять поиск информации с использованием различных источников и информационно-коммуникационных технологий; - адекватность оценки полученной информации с позиции ее своевременности достаточности для эффективного выполнения задач профессионального и личностного развития.	
ОК 6. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.	- демонстрация способности эффективно общаться с преподавателями, студентами, представителями работодателя.	
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- проявление ответственности за результаты выполнения заданий каждым членом команды; - проявление способности оказать и принять взаимную помощь.	
ОК 8. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- демонстрация стремления к постоянному профессионализму и личностному росту; - проявление способности осознанно планировать и самостоятельно проводить повышение своей квалификации.	
ОК 9. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных	- демонстрация умения осваивать новые правила ведения учета имущества организации; - демонстрация умения осваивать технику заполнения первичных учетных документов, регистров	



задач, оценивать их эффективность и качество.	учета.	
---	--------	--

**Перечень вопросов к экзамену по  
МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта**

1. Понятие туристской деятельности. Виды и формы туристской деятельности.
2. Особенности функционирования туристского рынка. Участники процесса туристского обслуживания.
3. Исторические аспекты развития технологий туроператорской и турагентской деятельности.
4. Современная индустрия туризма и ее структура.
5. Сущность туроператорской деятельности и причины появления туроператоров.
6. Туроператор и турагент как участники туристского рынка.
7. Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.
8. Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» №132-ФЗ от 24.11.1996 г.
9. Международные и российские туристские организации.
10. Сертификация услуг туристских предприятий.
11. Требования к туристским услугам по ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования».
12. Проектирование туристского обслуживания. ГОСТ Р 50681-2009 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг».
13. Туристский продукт: сущность понятия, особенности турпродукта как товара.
14. Структура туристского продукта.
15. Классификация туров. Заказные и инклюзив-туры.
16. Услуги проживания в составе туров: классификация объектов размещения и номеров, стандарты на услуги размещения.
17. Услуги питания в составе туров: классификация, договоры туроператоров с предприятиями питания.
18. Транспортное обслуживание туристов в составе тура, организация трансферов.
19. Договоры между туроператорами и объектами размещения. Генеральное отраслевое соглашение между туроператорами и объектами размещения.
20. Договоры между туроператорами и перевозчиками. Организация чартеров.
21. Разработка туристского маршрута, программы обслуживания, расчет себестоимости тура.
22. Установление цен на турпродукт, публикация цен туроператором.
23. Виды ценовых стратегий и методов ценообразования.
24. Договор наземного обслуживания.
25. Туроператорский каталог как носитель информации о туристском продукте.
26. Сбор информации для туроператорского каталога, подготовка каталога к изданию.
27. Туристская документация. Обязательная и дополнительная информация.
28. Паспортно-визовые формальности в туризме.
29. Таможенные формальности. Формы таможенного контроля.
30. Таможенная декларация. Понятие «зеленого» и «красного» коридоров.
31. Санитарно-эпидемиологический контроль. Страны, требующие обязательной вакцинации туристов.
32. Ваучеры и их применение в туристской деятельности.
33. Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы.
34. Организация сбыта туристского продукта.

35. Контрагентская сеть: понятие и характеристика деятельности.
36. Туристское агентство, виды. Основные факторы подбора турагентов.
37. Договор турфирмы с клиентом: права и обязанности сторон, основания изменения и расторжения договора, аннуляция тура.
38. Виды не рекламных методов продвижения турпродукта.
39. Стимулирование потребителей (туристов).
40. Стимулирование турагентств.
41. Содержание процесса обслуживания и продажи туристического продукта.
42. Классификация групп клиентов туристских фирм и особенности их обслуживания
43. Сегментация туристов города-курорта Анапа и анализ туристских предпочтений.
44. Правила выезда несовершеннолетних в групповые и индивидуальные туры (зарубежные).
45. Понятие и виды страхования в туризме.
46. Основные этапы обслуживания.
47. Контроль качества обслуживания туристов.
48. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса России.
49. Основные функции менеджера на маршруте.
50. Профессиональная техника общения с клиентом.
51. Порядок рассмотрения претензий и апелляций. Работа с устными претензиями клиентов.

**Перечень вопросов к экзамену по  
МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности**

1. Сущность турагентской деятельности (функции и услуги турагентов)
2. Государственное регулирование туристской деятельности
3. Сайт турагентства: создание, организация, ведение, продвижение
4. Технологические особенности личных продаж турпродукта
5. Агентская продажа туруслуг по телефону
6. Повышения лояльности клиентов турагентства
7. Работа с клиентской базой турагентства
8. Нестандартные приемы продвижения туруслуг
9. Средства распространения туристской рекламы
10. Сбытовая стратегия предприятия туристской индустрии (по выбору студента)
11. Туристский продукт, состав туристского пакета, виды турпродукта
12. Особенности выбора помещения для офиса турагентства
13. Определение целевой аудитории турфирмы
14. Выбор турфирмой основных направлений для продажи
15. Работа с претензиями потребителей услуг туристской индустрии
16. Анализ потребителей турагентства (по выбору студента)
17. Анализ конкурентной среды туркомпании (по выбору студента)
18. Офисные технологии турагентской компании
19. Технологическая документация сопровождения продаж услуг туристской индустрии
20. Особенности продаж VIP-туров
21. Перспективные технологии продаж услуг туристской индустрии
22. Технология обслуживания клиента в офисе турагентства
23. Определение целевой аудитории покупателей услуг туристской индустрии
24. Процедура взаимодействия туроператора и турагента при реализации туров

25. Разработка рекламной программы для презентации нового турпродукта
26. Программы автоматизации документооборота туристической компании
27. Традиционное технологическое обеспечение продаж услуг туристской индустрии
28. Мероприятия по привлечению туристов в офис туристической компании
29. Особенности рекламной политики туристической компании
30. Нестандартные приемы продвижения услуг туристской индустрии
31. Претензионная работа с туристом (причины негативных ситуаций)
32. Организация работы турагентской фирмы
33. Формирование пакетов документов для туристов
34. Технологии бронирования туристских услуг
35. Договорные отношения между туроператором и турагентом
36. Должностные инструкции персонала тургаентства
37. Техника и технология продаж в турагентской форме
38. Создание и функционирование турагентских цепей
39. Мотивация персонала туристских фирм как средство стимулирования продаж
40. Франчайзинг как разновидность турагентской деятельности
41. Агенский договор как юридическая основа взаимодействия туроператора и турагента
42. Уполномоченные агентства как разновидность турагентской деятельности
43. Независимые агентства: современные технологии работы на туристическом рынке
44. Средства стимулирования турагентской деятельности и способы их применения
45. Особенности организации комиссионных взаимоотношений туроператор-турагент
46. Технологические особенности работы турагента по внутреннему туризму
47. Технологические особенности работы турагента по выездному туризму
48. Организация продажи внутреннего турпродукта национальным турагентом
49. Организация продажи выездного турпродукта национальным турагентом
50. Цели и задачи турагентской деятельности
51. Функции турагентства
52. Особенности агентского договора
53. Комиссионное вознаграждение. Бонусы
54. Туристский договор и его особенности
55. Устав, учредительный договор, регистрация турагентства
56. Независимые, уполномоченные, ритейлинговые, франчайзинговые турагентства
57. Агенты, субагенты и региональные представители в турагентской деятельности
58. Методы стимулирования турагентской деятельности
59. Агентские сети и условия работы в них
60. Маркетинг в турагентской деятельности
61. Реклама в турагентской деятельности
62. Туристская пропаганда в турагентской деятельности
63. Основные этапы взаимодействия туроператор-турагент
64. Особенности проведения презентации
65. Обработка возражений клиента
66. Переговоры о цене турпродукта
67. Основной пакет документов в турагентской деятельности
68. Технология продаж турпродукта в турагентской деятельности

## Оценивание студента на экзамене по МДК

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, чётко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приёмами выполнения практических задач.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приёмами их выполнения.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, 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 работ.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

### Темы курсовых работ по МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности

1. Анализ деятельности ведущих агентских сетей на современном туристском рынке
2. Оценка конкурентоспособности фирмы на рынке туристских услуг г. Анапа
3. Основные этапы взаимодействия туроператора и турагента
4. Брендинг профессиональных ассоциаций турагентов в продвижении турпродукта
5. Анализ туристского потенциала города-курорта Анапа
6. Анализ рынка внутреннего туризма России
7. Анализ рынка выездного туризма России
8. Анализ рынка въездного туризма России
9. Особенности проведения презентации
10. Индустрия развлечений как развивающийся сегмент туризма
11. Бронирование как технологический процесс реализации турпродукта
12. Анализ современных методов продвижения туристского продукта
13. Современные технологии продаж туристского продукта
14. Особенности рекламы в турагентской деятельности
15. Использование PR-технологий в туризме.
16. Стимулирование сбыта как элемент системы продвижения турпродукта
17. Анализ особенностей технологии обслуживания различных групп клиентов туристской фирмы
18. Технология обслуживания клиентов в офисе туристской фирмы.
19. Технологии реализации туристских формальностей в деятельности туристской фирмы
20. Анализ технологии организация продаж турпродукта в туристском агентстве
21. Страхование в деятельности туристской фирмы
22. Выставочная деятельность как элемент системы маркетинга турфирмы
23. Ценовая политика как средство маркетинговой стратегии турфирмы
24. Организационная культура и имидж туристской фирмы
25. Франчайзинг как форма организации турагентского бизнеса

26. Сравнительный анализ программных комплексов туристских фирм
27. Автоматизированные системы управления деятельностью турфирмы
28. Технология взаимодействия туроператора и турагента
29. Анализ предложений туроператоров по организации рекламных туров
30. Методы и принципы сегментирования потребителей