

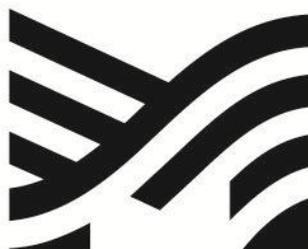
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МУРМАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГАОУ ВО «МГТУ»)
«ММРК имени И.И. Месяцева» ФГАОУ ВО «МГТУ»



УТВЕРЖДАЮ
Начальник ММРК имени И.И. Месяцева
ФГАОУ ВО «МГТУ»

И.В. Артеменко

«29» мая 2022 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

профессионального модуля: ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг
программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)
специальности: 43.02.10 Туризм
по программе базовой подготовки
Профиль социально-экономический
форма обучения: очная, заочная

Мурманск
2022г.

Рассмотрено и одобрено на заседании
Методического объединения преподавателей
дисциплин профессионального цикла
специальностей 40.02.01 Право и
организация социального обеспечения и
43.02.10 Туризм

Председатель МО Симонишвили Г.М.

Разработано
на основе ФГОС СПО по специальности
43.02.10. Туризм, утвержденного приказом
Министерства образования и науки РФ №474
от 07 мая 2014 г.; ФГОС СОО,
утвержденного приказом Минобрнауки
России от 17.05.2012 №413

Протокол № 9 от «29» мая 2022 г.

Автор (составитель): Имаева А.А., преподаватель ММРК имени И.И. Месяцева ФГАОУ ВО «МГТУ»

Эксперт (рецензент): Короткова В.Н., генеральный директор ООО «Лаппи-Тур»

Эксперт (рецензент): Коморченко И.А., преподаватель ММРК имени И.И. Месяцева ФГАОУ ВО «МГТУ»

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля

1.1 Область применения программы профессионального модуля.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг составлена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм базовой подготовки, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 07 мая 2014г. № 474.

1.2 Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

В ходе освоения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- ПО1 - проведения маркетинговых исследований и создания баз данных по туристским продуктам;
- ПО2 - планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета;
- ПО3 - предоставления сопутствующих услуг;
- ПО4 - расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение цены турпакета;
- ПО5 - взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
- ПО6 - работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- ПО7 - планирования рекламной компании, проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках;

уметь:

- У1 - осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
- У2 - проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- У3 - работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- У4 - обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- У5 - налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
- У6 - работать с запросами клиентов, в том числе иностранных;
- У7 - работать с информационными и справочными материалами;
- У8 - составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- У9 - составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- У10 - оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- У11 - оформлять страховые полисы;
- У12 - вести документооборот с использованием информационных технологий;
- У13 - анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблем;
- У14 - рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- У15 - рассчитывать себестоимость турпакета и определять стоимость турпродукта;
- У16 - работать с агентскими договорами;
- У17 - использовать каталоги и ценовые приложения;
- У18 - консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- У19 - работать с заявками на бронирование туруслуг;
- У20 - предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- У21 - использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;

У22 - использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках.

знать:

- 31 - виды рекламного продукта;
- 32 - правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- 33 - способы обработки статистических данных;
- 34 - методы работы с базами данных;
- 35 - методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местами и видами размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- 36 - планирование программ турпоездок;
- 37 - основные правила и методику составления программ туров;
- 38 - правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- 39 - способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- 310 - методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- 311 - методики расчета себестоимости турпакета и определение цены турпакета;
- 312 - методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- 313 - основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- 314 - правила бронирования туров;
- 315 - методику организации рекламных туров;
- 316 - правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- 317 - основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- 318 - технику проведения рекламной кампании;
- 319 - методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- 320 - техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- 321 - специфику норм общения с иностранными клиентами и агентствами.

1.3 Результат освоения профессионального модуля.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися **видом профессиональной деятельности (ВПД):** Предоставление туроператорских услуг

Таблица 1. Компетенции, формируемые ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг в соответствии с ФГОС СПО

Код компетенции	Содержание компетенции	Требования к знаниям, умениям, практическому опыту
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321
ОК.3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321

ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321
ПК 3.2	Формировать туристский продукт.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	ПО1- ПО7, У1-У22, 31-321

2.1 Структура и содержание профессионального модуля ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг

Объем профессионального модуля и виды учебной деятельности по формам обучения

Таблица 2

Виды учебной деятельности	Объем часов по формам обучения		
	очная	очно-заочная	заочная
Максимальная учебная нагрузка	294		294

(всего):			
Обязательная учебная нагрузка (всего)	196		82
в том числе:			
теоретические занятия (лекции, уроки)	114		30
лабораторные занятия			
практические занятия (семинары)	52		22
курсовая работа (проект)	30		30
Самостоятельная работа (всего)	98		212
в том числе:			
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)			
Практика, (час.)	144		144
в том числе:			
учебная практика			
производственная практика (по профилю специальности)	144		144
Всего с учетом практик	438		438
Промежуточная аттестация	Экзамен (квалификационный) по ПМ. 03		

2.2. Тематический план профессионального модуля ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг по очной форме обучения

Таблица 3

Коды профессиональных компетенций /компетентностей	Наименование разделов (тем) профессионального модуля	Максимальная учебная нагрузка, ч	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов), ч							Практика, ч	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося					Самостоятельная работа обучающегося	Консультации	Учебная (если предусмотрена распределенная практика)	Производственная (по профилю специальности), (если предусмотрена распределенная практика)
			Всего	в том числе							
				лекции, уроки	практические занятия	лабораторные занятия	курсовая работа (проект)				
ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ОК 1-9	МДК.03.01 Технология и организация тур операторской деятельности. Раздел 1. Осуществление туроператорской деятельности.	150	100	50	20		30	50			72
	Тема 1.1. Перспективы развития мирового туризма.	18	10	8	2			8			
	Тема 1.2. Понятие туроператорской деятельности.	26	18	14	4			8			
	Тема 1.3. Технология предреализационных процессов в сфере туризма.	18	8	4	4			10			
	Тема 1.4. Организация и проведение туристского маршрута.	20	14	10	4			6			
	Тема 1.5. Обеспечение	22	12	10	2			10			

	безопасности туризма									
	Тема 1.6. Расчет стоимости туристского продукта.	16	8	4	4			8		
ПК 3.1, ПК 3.4, ОК 1-9	МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме.	144	96	64	32			48		72
	Раздел 2. Изучение маркетинговых технологий в туризме.	78	48	32	16			30		
	Тема 2.1 Маркетинг как концепция управления туристского бизнеса.	16	10	2	8			6		
	Тема 2.2. Разработка комплекса маркетинга в индустрии туризма.	4	4	4						
	Тема 2.3. Маркетинг рынка потребителей туристских услуг.	8	2	2				6		
	Тема 2.4. Основы сегментации рынка туристских услуг.	4	4	2	2					
	Тема 2.5. Маркетинговые исследования рынка туристских услуг.	12	8	4	4			4		
	Тема 2.6. Маркетинговая продуктово-рыночная стратегия туристского предприятия	14	8	6	2			6		
	Тема 2.7. Ценовая стратегия и тактика туристского предприятия	14	6	6				8		
	Тема 2.8. Маркетинговая сбытовая стратегия	6	6	6						

Тематический план профессионального модуля ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг по заочной форме обучения

Таблица 4

Коды профессиональных компетенций /компетенностей	Наименование разделов (тем) профессионального модуля	Максимальная учебная нагрузка, ч	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов), ч						Практика, ч		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося					Самостоятельная работа обучающегося	Консультации	Учебная (если предусмотрена распределочная практика)	Производственная (по профилю специальности), (если предусмотрена распределочная практика)
			Всего	в том числе							
				лекции, уроки	практические занятия	лабораторные занятия	курсовая работа (проект)				
ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ОК 1-9	МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности. Раздел 1. Осуществление туроператорской деятельности.	156	20	10	10		30	106			72
	Тема 1.1. Перспективы развития мирового туризма.	24	4	2	2			20			
	Тема 1.2. Понятие туроператорской деятельности.	18	4	2	2			14			
	Тема 1.3. Технология предреализационных процессов в сфере туризма.	26	4	2	2			22			
	Тема 1.4. Организация и проведение туристского маршрута.	20	4	2	2			16			
	Тема 1.5. Обеспечение	20	4	2	2			16			

	безопасности туризма									
	Тема 1.6. Расчет стоимости туристского продукта.	18						18		
ПК 3.1, ПК 3.4, ОК 1-9	МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме.	138	32	20	12			106		72
	Раздел 2. Изучение маркетинговых технологий в туризме.	52	16	10	6			36		
	Тема 2.1 Маркетинг как концепция управления туристского бизнеса.	6	2	2				4		
	Тема 2.2. Разработка комплекса маркетинга в индустрии туризма.	8	2		2			6		
	Тема 2.3. Маркетинг рынка потребителей туристских услуг.	6	2	2				4		
	Тема 2.4. Основы сегментации рынка туристских услуг.	6	2	2				4		
	Тема 2.5. Маркетинговые исследования рынка туристских услуг.	6	2		2			4		
	Тема 2.6. Маркетинговая продуктово-рыночная стратегия туристского предприятия	8	2	2				6		
	Тема 2.7. Ценовая стратегия и тактика туристского предприятия	6	2		2			4		
	Тема 2.8. Маркетинговая сбытовая стратегия	6	2	2				4		

	туристского предприятия										
ПК 3.1, ПК 3.4, ОК 1-9	Раздел 3. Предоставление туроператорских услуг.	48	10	6	4			38			
	Тема 3.1. Туристский бренд.	16	4	2	2			12			
	Тема 3.2. Процесс управления брендами в организациях индустрии туризм.	16	2	2				14			
	Тема 3.3. Процесс формирования собственного туристского бренда	16	4	2	2			12			
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.4, ОК 1-9	Раздел 4. Особенности развития регионального туризма	38	4	4	2			34			
	Тема 4.1. Теоретические аспекты функционирования туризма в современной экономике	20	2	2				18			
	Тема 4.2. Оценка эффективности развития регионального туризма. Возможности развития видов туризма в регионе.	18	2	2	2			16			
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ОК 1-9	(ПП) Производственная практика (по профилю специальности), часов (если предусмотрена концентрированная практика)	144									
Всего:		438									

2.3 Содержание программы профессионального модуля ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг

Таблица 5

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	Объем часов			Уровень освоения
		Очная	Очно-заочная	заочная	
1	2	3			4
МДК 03.01. Технология и организация сопровождения туристов					
Раздел 1. Реализация программы технологии и организации туризма.		150		156	
Тема 1.1. Перспективы развития мирового туризма.	Содержание учебного материала	18		24	
	Современное состояние международного туризма. Прогнозы развития международного туризма.	2		2	1
	Внешних факторов на развитие мирового рынка туризма.	2			1
	Материальное благосостояние и отдых. Факторы и мотивировки: их роль в развитии туризма.	2			1
	Новые концепции инвестирования в туризме.	2			1
	Практические занятия:	2		2	
	Динамика международных туристских прибытий по странам и регионам.	2		2	2
	Самостоятельная работа обучающегося:	8		20	
	Франкфуртская таблица по снижению цен за поездки.	2		10	1
	Декларация по туризму	4		6	1
	Виды и методы ценообразования турпродукта.	2		4	
Тема 1.2. Понятие туроператорской деятельности.	Содержание учебного материала	26		18	
	Нормативно-правовая база, регламентирующая деятельность туроператора на рынке туруслуг.	2		2	1
	Организационно-правовые формы создания туроператора. Организационные основы создания туроператора.	2			1
	Условия создания привлекательного туристского продукта: изучение запросов потребителей; потребительские свойства	2			1

	турпродукта; технология обслуживания; классы обслуживания; пакет услуг.				
	Проектирование тура и программа обслуживания: технологическая документация; требования к процессу разработки турпродукта; разработка программы обслуживания туристов; тематическая программа обслуживания.	2			1
	Технологии и методы работы с поставщиками туруслуг: организационные аспекты работы; планирование тура: договорной план; переговоры и заключение договора с поставщиками туруслуг.	2			1
	Туристская документация: технологическая документация; туристская путевка; договоры; справочная документация.	2			1
	Бронирование услуг. Подтверждение заказанного туристского пакета.	2			1
	Практические занятия:	4		2	
	Договоры между туроператорами и поставщиками туруслуг. Основные требования и их регулирование.	2		2	2
	Технологическая карта тура и информационный листок к туристской путевке.	2			2
	Самостоятельная работа обучающегося:	8		14	
	Вклад туризма в сохранение мира.	2		6	1
	Информационные технологии в туризме	2		4	1
	Факторы развития туроперейтинга	4		4	1
Тема 1.3. Технология предреализационных процессов в сфере туризма.	Содержание учебного материала	18		26	
	Формирование сбытовой сети.	2		2	1
	Продвижение турпродукта.	2			1
	Практические занятия:	4			
	Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора.	2		2	2
	Программные продукты автоматизации деятельности туроператора и бронирование турпродукта.	2			2
	Самостоятельная работа обучающегося:	10		22	
SWOT – анализ туристских аттракционов региона	2		8	1	

	Технологическая схема обслуживания туристов в гостинице.	2		6	1
	Бронирование услуг	4		4	1
	Подтверждение заказанного турпакета	2		4	1
Тема 1.4. Организация и проведение туристского маршрута.	Содержание учебного материала	20		20	
	Этапы выполнения туристских маршрутов.	2		2	1
	Организация туристских маршрутов.	2			1
	Проведение туристского маршрута.	4			1
	После маршрутное оформление документов.	2			1
	Практические занятия:	4		2	
	Порядок обслуживания клиента в офисе турфирмы	4		2	2
	Самостоятельная работа обучающегося:	6		16	2
	Межрегиональная гармонизация критериев гостиничной классификации на основе классификационных стандартов	2		8	1
	Пиктограммы в соответствии с системой стандартизации информации	2		8	1
Тема 1.5. Обеспечение безопасности туризма	Содержание учебного материала	22		20	
	Общие вопросы безопасности в туризме.	2		2	1
	Риски для путешественников.	2			1
	Безопасность туристов в месте временного пребывания, во время перевозки. Туристская полиция.	2			1
	Страхование туристов, выезжающих за рубеж.	2			1
	Страхование въездного и внутреннего туризма. Страхование различных рисков.	2			1
	Практические занятия:	2		2	
	Организация страхового обеспечения путешествий.	2		2	2
	Самостоятельная работа обучающегося:	10		16	2
	Гаагская декларация по туризму	10		16	1
Тема 1.6. Расчет стоимости туристского продукта.	Содержание учебного материала	16		18	
	Расчет стоимости турпродукта и ценообразование: финансовая схема работы туроператора; система компенсационных вознаграждений турагентств; ценообразование.	2			1
	Учетная политика туроператора. Налогообложение. Оплата	2			1

	счетов поставщиков.				
	Практические занятия:	4			
	Организация страхового обеспечения путешествий.	4			2
	Самостоятельная работа обучающегося:	8		18	2
	Декларация по туризму	2		6	1
	Виды и методы ценообразования турпродукта	2		4	1
	Анализ налоговой нагрузки на деятельность туристского предприятия.	4		8	1
производственной практики (по профилю специальности) ПП. 03. Виды работ: Условия создания привлекательного турпродукта для Мурманской области. Проектирование тура и программа обслуживания тура по Мурманской области. Организация работы с поставщиками туруслуг. Туристская документация на проведение тура по Мурманской области. Стратегии обслуживания и программный туризм. Обеспечение безопасности туристов во время тура по Мурманской области. Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроперейтинга.		72		72	
Форма текущего контроля: защита практических работ					
Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет					
МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме.					
Раздел 2. Изучение маркетинговых технологий в туризме.		78		52	
Тема 2.1 Маркетинг как концепция управления туристского бизнеса.	Содержание учебного материала	16		6	
	Сущность и содержание маркетинга в сфере туристского бизнеса. Маркетинг туристского продукта.	2		2	1
	Практические занятия:	8			
	Эволюция рыночных технологий.	2			2
	Окружающая среда и ее влияние на развитие туристского рынка.	2			2
	Перспективы развития видов туристской деятельности.	2			2
	Поставщики в туризме: тенденции и прогнозы	2			2
	Самостоятельная работа обучающегося:	6		4	
Сущность современного маркетинга и его социально-	6		4	1	

	экономическое значение				
Тема 2.2. Разработка комплекса маркетинга в индустрии туризма.	Содержание учебного материала	4		8	
	Основные подходы туристских предприятий к маркетингу. Комплекс маркетинга в туризме: 4Р, 7Р, 9Р в туристском маркетинге.	2			1
	Оценка конкурентоспособности предприятий в сфере туризма.	2			1
	Практические занятия:			2	2
	Выявить и проанализировать слабые и сильные стороны конкурентов организации (на примере турфирмы г. Мурманска). Сделать выводы о конкурентоспособности вашей организации			2	2
	Самостоятельная работа обучающегося:			6	2
	Сущность комплекса маркетинга. Основные элементы комплекса маркетинга, характеристика 7Р.			6	2
Тема 2.3. Маркетинг рынка потребителей туристских услуг.	Содержание учебного материала	8		6	
	Основные факторы, влияющие на туристский спрос. Определение целевых рынков.	2		2	1
	Самостоятельная работа обучающегося:	6		4	
	Формирование продуктово-рыночной стратегии туристского предприятия.	6		4	1
Тема 2.4. Основы сегментации рынка туристских услуг.	Содержание учебного материала	4		6	
	Сегментация туристских услуг: критерии сегментации. Целевой рынок туристских услуг, методика поиска целевых сегментов	2			1
	Практические занятия:	2		2	
	Рыночное позиционирование турпродукта.	2		2	2
	Самостоятельная работа обучающегося:			4	2
	Пропаганда в маркетинговой деятельности.			4	2
Тема 2.5. Маркетинговые исследования рынка туристских услуг.	Содержание учебного материала	12		6	
	Методические основы маркетинговых исследований.	2			1
	Формы организации и основные направления маркетинговых исследований.	2			1
	Практические занятия:	4		2	

	Проведение маркетинговых исследований в туризме: этапы проведения исследования, источники информации, методы сбора информации, анализ результатов исследования.	4		2	2
	Самостоятельная работа обучающегося:	4		4	
	Сегмент рынка по различным признакам	4		4	1
Тема 2.6. Маркетинговая продуктово-рыночная стратегия туристского предприятия	Содержание учебного материала	14		8	
	Туристский продукт в системе маркетинга. Концепция жизненного цикла туристского продукта.	2		2	1
	Формирование ассортиментной политики туристского предприятия.	2			1
	Инновационная политика туристского предприятия.	2			1
	Практические занятия:	2			
	Особенности внедрения на рынок новых туристских продуктов.	2			2
	Самостоятельная работа обучающегося:	6		6	
	Целевой рынок туристских услуг, методика поиска целевых сегментов	6		6	1
Тема 2.7. Ценовая стратегия и тактика туристского предприятия	Содержание учебного материала	14		6	
	Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия, особенности ценообразования в туристском бизнесе.	2			1
	Постановка целей и выбор методов ценообразования.	2			1
	Определение и реализация ценовой стратегии.	2			1
	Практические занятия:			2	
	Личная продажа, как элемент маркетинговых коммуникаций, ее назначение.			2	
	Самостоятельная работа обучающегося:	8		4	
	Службы маркетинга и продаж предприятий туристской индустрии	8		4	1
Тема 2.8. Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия	Содержание учебного материала	6		6	
	Формирование сбытовой стратегии в индустрии туризма.	2		2	1
	Каналы сбыта.	2			1
	Методы стимулирования спроса.	2			1
	Самостоятельная работа обучающегося:			4	
	Понятие и особенности жизненного цикла услуг (ЖЦУ).			4	

	Характеристика целей и стратегий маркетинга на каждой стадии ЖЦУ.				
Раздел 3. Предоставление туроператорских услуг.		36		48	
Тема 3.1. Туристский бренд.	Содержание учебного материала	8		16	
	Туристский бренд как процесс реализации философии туристской фирмы.	2		2	1
	Особенности эффективного использования брендов. Значение бренда в продвижении торговой марки.	2			1
	Практические занятия:			2	2
	Влияние когнитивных реакций на решение о покупке			2	2
	Самостоятельная работа обучающегося:	4		12	
	Технологии конструирования бренда	2		6	1
	Определение целевой аудитории. Группы потребителей туристских услуг	2		6	1
Тема 3.2. Процесс управления брендами в организациях индустрии туризм.	Содержание учебного материала	14		16	
	Этапы управления туристским брендом.	4		2	1
	Стратегии выбора названия бренда, их преимущества и недостатки. Стратегии брендинга.	2			1
	Практические занятия:	4			
	Процесс управления брендами в индустрии туризма.	4			2
	Самостоятельная работа обучающегося:	4		14	
	Интегрированные маркетинговые коммуникации.	2		6	1
	Рекламное позиционирование или концепция трехуровневого позиционирования Росситера — Перси	2		8	1
Тема 3.3. Процесс формирования собственного туристского бренда.	Содержание учебного материала	14		16	
	Формирование собственного конкурентоспособного бренда в индустрии туризма.	4		2	1
	Методически аспекты использования брендинга в продвижении турпродукта.	2			1
	Практические занятия:	4		2	
	Формирование собственного туристского бренда	4		2	
	Самостоятельная работа обучающегося:	4		12	

	Личная продажа, как элемент маркетинговых коммуникаций, ее назначение	4		12	
Раздел 4. Особенности развития регионального туризма.		30		38	
Тема 4.1. Теоретические аспекты функционирования туризма в современной экономике.	Содержание учебного материала	18		20	
	Экономика регионального туризма: основные понятия; предмет и метод изучения региональной экономики; понятие об отраслевой структуре; задачи региональной политики государства	4		2	1
	Факторы развития и задачи экономики регионального туризма	4			1
	Самостоятельная работа обучающегося:	4		18	
	Основные цели и направления государственной политики развития регионального туризма	2		10	1
	Структурно-инвестиционный подход к разработке региональных программ развития туризма	2		8	1
Тема 4.2. Оценка эффективности развития регионального туризма. Возможности развития видов туризма в регионе.	Содержание учебного материала	18		18	
	Комплексные региональные программы развития туризма в России.	2		2	1
	Оценка эффективности развития туризма в Мурманской области.	2			1
	Возможности развития видов туризма в Мурманской области.	4			1
	Практические занятия:	8		2	
	Оценка эффективности развития туризма в Мурманской области.	2		2	2
	Возможности развития видов туризма в Мурманской области.	2			2
	Разработка тура (по видам) для Мурманской области.	4			2
	Самостоятельная работа обучающегося:	2		16	
	Рекреационные ресурсы России (по рекреационным районам).	2		16	1
производственная практики (по профилю специальности) ПП. 03.		72		72	

Виды работ: Проведение маркетинговых исследований по видам туризма в Мурманской области (по общей схеме проведения маркетингового исследования). Расчет параметров временного ряда (по результатам исследования). Прогноз продаж. Прогноз потребительских расходов. Прогноз сбыта. Рекламные и нерекламные виды продвижения турпродукта. Проектирование бренда (по видам туризма) в Мурманской области. Разработка тура (по видам туризма) для Мурманской области.				
Форма текущего контроля: защита практических работ				
Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет				
Всего:	438		438	

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)

2.4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по профессиональному модулю (в перечень входят методические указания к выполнению практических, лабораторных, контрольных, самостоятельных, расчетно-графических, курсовых и др. работ)

1. Методические указания к выполнению практических работ для очной формы обучения.
2. Методические указания к выполнению самостоятельной работ для очной формы обучения.

2.5. Информационное обеспечение, необходимое для освоения ПМ (МДК):

1. Веселова, Н. Ю. Технология и организация сопровождения туристов [Электронный ресурс] : учебное пособие для СПО / Н. Ю. Веселова, Н. В. Иванова, Н. А. Мальшина. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Профобразование, 2018. — 61 с. — 978-5-4488-0191-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74506.html>
2. Балюк, Н.А. Экскурсоведение [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Балюк. — Электрон. дан. — Тюмень : , 2018. — 236 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/117843>.
3. Сухов, Р.И. Организация туристской деятельности : учебник / Р.И. Сухов. - Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2016. - 267 с. : схем., табл., ил. - Библиогр.: с. 228-230 - ISBN 978-5-9275-2003-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=46203>
4. Владыкина, Ю.О. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.О. Владыкина. — Электрон. дан. — Новосибирск : НГТУ, 2016. — 124 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/118378>.
5. Валеева, Е.О. Современные технологии организации туристической деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.О. Валеева. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : , 2015. — 194 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/90661>
6. Валеева, Е. О. Технология и организация туроператорской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. О. Валеева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 145 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31941.html>
7. Хайретдинова, О.А. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие / О.А. Хайретдинова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, УГУЭ. - Уфа, 2015. - 107 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-88469-747-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445129>
8. Гостева, Л.Ф. Социальные технологии в туризме и гостеприимстве [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.Ф. Гостева. — Электрон. дан. — Вологда : ВоГУ, 2015. — 100 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93103>.
9. Исаева, А. А. Организация и технология перевозок пассажиров, туристов и багажа на транспорте [Электронный ресурс] : методические рекомендации / А. А. Исаева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московская государственная академия водного транспорта, 2014. — 29 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/46491.html>
10. Сухов Р.И. Организация работы туристического агентства. - М.: Март, 2008.
11. Менеджмент туризма: Туризм как вид деятельности. - М.: Финансы и статистика. 2003.
12. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. - М.: «Академия», 2004.
13. Менеджмент туризма: Экономика туризма. - М.: Финансы и статистика, 2008.

14. Лисевич А.В. Маркетинговые технологии в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие для ССУЗов / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова, М.А. Джалайя. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 68 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44182.html>
15. Лысикова, О.В. Операционный менеджмент туризма. Бакалавриат, СПО (среднее профессиональное образование) [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.В. Лысикова. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 96 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/51949>.
16. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства [Электронный ресурс] : учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело» / О. В. Шпырня. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 119 с. — 978-5-93926-323-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78034.html>
17. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс] / Н. А. Восколович. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 207 с. — 978-5-238-01519-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81792.html>
18. Лунева, Е.А. Современные маркетинговые технологии : учебное пособие / Е.А. Лунева ; Минобрнауки России, ОмГТУ . - Омск : Издательство ОмГТУ, 2017. - 112 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8149-2418-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493360>
19. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова ; - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 252 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02723-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142>
20. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник / В.А. Алексунин. - 6-е изд. - М. : Дашков и К, 2016. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394022968.html>
21. Алексунин В. А. Маркетинг: Учебник / В. А. Алексунин. - 6-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2016. - 216 с. - ISBN 978-5-394-02296-8. –Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394022968.html>
22. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник (в рекламном, туристическом бизнесе...)/ ред. Ю.В. Морозов, В.Т. Гришина. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 446 с. : табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086>
23. Мумладзе Р.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс] : учебное пособие / Р.Г. Мумладзе, В.С. Парамонов, Н.И. Литвина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Русайнс, 2016. — 978-5-4365-0732-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61635.html>
24. Добренъков В. И. Социология менеджмента [Электронный ресурс] : учебник для вузов / В.И. Добренъков, А.П. Жабин, Ю.А. Афонин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Академический Проект, Альма Матер, 2016. -ЭБС «IPRbooks»
25. Восколович, Н.А. Маркетинг туристских услуг : учебник / Н.А. Восколович. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 207 с. : табл., схемы - ISBN 978-5-238-01519-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712>
26. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 1071 с. : табл., граф., ил, схемы - (Зарубежный учебник). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01263-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713>
27. Моисеева, Н.К. Маркетинг и турбизнес [Электронный ресурс] : учебник / Н.К. Моисеева. — Электрон. дан. — Москва : Финансы и статистика, 2014. — 496 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69189>.

28. Барышев, А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Ф. Барышев. — Электрон. дан. — Москва : Финансы и статистика, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69115>
29. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. - М.: «Академия», 2004.
30. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. - М.: Инфра-М, 2002.
31. Информационные технологии в маркетинге. - М.: Юнити-Дана, 2008.
32. Мурахтанова Н.М. Маркетинг. - М.: «Академия», 2007.
33. Мурахтанова Н.М. Маркетинг: Сборник практич. Задач и ситуаций. - М.: «Академия», 2007.
34. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. - М.: «Академия», 2005.

Перечень информационных ресурсов «Интернет»:

1. программный комплекс «Экзаменатор», разработанный Центром информационных технологий МГТУ для обеспечения организации и поддержки процесса тестирования знаний, обучающихся ММПК имени И.И. Месяцева ФГАОУ ВО «МГТУ» по любым дисциплинам учебных планов специальностей всех форм обучения;
2. электронный каталог научной, учебной литературы и периодических изданий;
3. виртуальная справочная служба в режиме on-line.

Перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем:

Таблица 5

Перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем		
Учебный год	Наименование ПО	Сведения о лицензии
2022/2023	Офисный пакет Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN	лицензия № 45676388 от 08.07.2009 (договор 32/224 от 14.0.2009г.)
2022/2023	Антивирус Dr.Web Desktop Security Suite (комплексная защита), Dr.Web Server Security Suite (антивирус)	договор №7236 от 03.11.2017г.

2.6. Материально-техническое обеспечение ПМ (МДК):

Таблица 6

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий и др.	Перечень оборудования и технических средств обучения
1	г. Мурманск, пер. Русанова, д. 12, каб. 223 Учебная (тренинговая) фирма по предоставлению туристских услуг (турфирма)	Кабинет оборудован основным учебным оборудованием: компьютер – 1 шт.; учебные демонстрационные плакаты: Туристско-информационные центры Мурманской области, Физическая карта Кольского полуострова, Информационный стенд «Уголок потребителя». Учебная мебель: стол книжка – 1 шт.; стулья – 2 шт.; шкаф – 2 шт.

2.7. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида

Таблица 17

Освоенные компетенции/ компетентности	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Показатели оценки уровня сформированности	Формы и методы контроля и оценки
1	2	3	4
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У17, У18, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315, , 318, 319, 320, 321	– успешное освоение программы учебной практики; – регулярное участие в различных мероприятиях, конкурсах, модулях проф.образования (если участие всех студентов группы); планирование своего карьерного роста в будущей профессии.	Наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения программы профессионального модуля при выполнении лабораторно – практических работ. Защита отчета по производственной практики Наблюдение и оценка активности студента при проведении учебно-воспитательных мероприятий профессиональной направленности («День знаний», «День туриста», профессиональные конкурсы, и т.п.)
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У8, У9, У10, У13, У14, У15, У16, У17, У18, У19, У20, У21, 31, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 315, 316, 317, 318, 319, 320	– планирования собственной деятельности по выполнению профессиональных задач; – обоснованность поставленных целей, выбора и применение методов и способов решения профессиональных задач; – обоснованная самооценка с учетом заданных требований при решении профессиональных задач; своевременность сдачи заданий, отчета.	Наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения программы профессионального модуля при выполнении практических работ. Защита отчета по производственной практики
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных	ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2,	– Обоснованный выбор действий в нестандартной производственной	Наблюдение и оценка в процессе производственной практики.

ситуациях и нести за них ответственность.	У3, У4, У5, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У17, У18, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 320, 321	ситуации; соблюдение требований (должностных инструкций, инструкций по ТБ и пр.).	Оценка выполнения практических работ, согласно должностных инструкций, инструкций по ТБ и пр.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2, У3, У4, У6, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У17, У18, У19, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 317, 318, 319, 320, 321	– грамотное использование приемов поиска информации из различных источников; – использование различных источников информации; – полнота и аргументированность оценки информации	Наблюдение и оценка выполнения и защиты практических работ. Оценка полноты и использования различных источников информации. Оценка защиты отчета по практике.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У17, У18, У19, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321	- грамотное использование прикладного программного обеспечения при решении профессиональных задач (работы связанные с программами офисного пакета; функциональной организацией компьютера; принципах работы основных устройств; правилах техники безопасности при работе на ЭВМ; санитарно-гигиенических и эргономических требованиях к рабочему месту оператора ЭВМ)	Наблюдение и оценка выполнения практических работ, практики
ОК 6. Работать в	ПО1, ПО2,	– соблюдение приемов	Наблюдение и оценка

<p>коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У14, У15, У16, У17, У18, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321</p>	<p>делового общения с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>коммуникативной деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике.</p>
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У17, У18, У19, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321</p>	<p>– полнота и обоснованность анализа работы команды (подчиненных).</p>	<p>Наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях при работе в малых группах, работ по производственной практике.</p>
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<p>ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, У14, У15, У16, У17, У18, У19, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318,</p>	<p>– выполнение творческих, индивидуальных или исследовательских заданий.</p>	<p>Наблюдение и оценка методов и приёмов личной организации: в процессе выполнения творческих, индивидуальных или исследовательских заданий; работ по производственной практике.</p>

	319		
ОК Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	9. ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У18, У19, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321	- регулярное использование различных источников профессиональной информации	Наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения программы профессионального модуля
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 320, 321	- контроль осуществления маркетинговых исследований, использование их результатов при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; - проведение анализа деятельности других туркомпаний; - осуществление обработки информации и анализ результатов; - проведение работы с информационными и справочными материалами.	- контроль осуществления маркетинговых исследований, использование их результатов при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; - проведение работы с информационными и справочными материалами.
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У8, У9, У10, У11, У13, У14, У15, У16, У17, У18, У19, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312,	- осуществление работы с запросами клиентов, в том числе иностранных; - контроль за составлением программ туров для российских и зарубежных клиентов; - контроль за составлением турпакета с использованием иностранного языка; - контроль за оформлением документов для консульств, оформлением регистрации	- проведение анализа деятельности других туркомпаний; - осуществление обработки информации и анализ результатов;

	313, 314, 315, 316, 317, 320, 321	<p>иностранным гражданам;</p> <ul style="list-style-type: none"> - контроль за оформлением страховых полисов; - осуществление документооборота с использованием информационных технологий; - контроль за работой с заявками на бронирование туруслуг. 	
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У17, У19, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 319, 320, 321	<ul style="list-style-type: none"> - осуществление расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - осуществление расчета себестоимости турпакета и определение стоимость турпродукта; - контроль использования каталоги и ценовых приложения. 	<ul style="list-style-type: none"> - контроль осуществления маркетинговых исследований, использование их результатов при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; - проведение работы с информационными и справочными материалами.
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	ПО1, ПО2, ПО3, ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, У1, У2, У3, У4, У6, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У17, У18, У20, У21, У22, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 318, 319, 320, 321	<ul style="list-style-type: none"> - оценка предоставления информации турагентам по рекламным турам; - оценка использования различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионного вознаграждения; - оценка работы на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; - контроль обработки информации и анализа результатов. 	<ul style="list-style-type: none"> - контроль осуществления маркетинговых исследований, использование их результатов при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; - проведение анализа деятельности других туркомпаний; - осуществление обработки информации и анализ результатов; - проведение работы с информационными и справочными материалами.