

**БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ  
«ГУБЕРНАТОРСКИЙ КОЛЛЕДЖ НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛОВ»**

**ПАСПОРТ  
КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ  
ЭКЗАМЕНА (КВАЛИФИКАЦИОННОГО)  
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

**ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг**

по специальности 43.02.10 Туризм

Вологда

2017 г.

Комплект контрольно-оценочных средств для экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности **43.02.10 Туризм**.

Организация-разработчик: БПОУ ВО «Губернаторский колледж народных промыслов».

Разработчики: Журавлев Никита Евгеньевич, преподаватель БПОУ ВО «Губернаторский колледж народных промыслов»;

Согласовано с работодателем ООО «Вологодское Бюро Международного Молодежного Туризма «Спутник»

Генеральный директор



Н.К.Некрасова

# 1. ПАСПОРТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

## 1.1. Область применения КОС:

Комплект контрольно-оценочных средств по профессиональному модулю пм.03 «Предоставление туроператорских услуг» предназначен для контроля знаний обучающихся по программе профессионального модуля ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг» в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Предоставление туроператорских услуг** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
- Формировать туристский продукт.
- Рассчитывать стоимость туристского продукта.
- Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

## 1.2. Цели и задачи промежуточной аттестации:

Промежуточная аттестация по профессиональному модулю ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг» проводится в форме квалификационного экзамена по результатам освоения программы модуля, в частности:

- МДК.03.01. «Технология и организация туроператорской деятельности»;
- МДК 03.02. «Маркетинговые технологии в туризме»;
- учебная практика УП.03.;
- производственная практика ПП.03.

В результате овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся должен:

### **иметь практический опыт:**

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;

- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;

**уметь:**

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

**знать:**

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;

- планирование программ турпоездок;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

### **1.3. Условия проведения промежуточной аттестации в форме квалификационного экзамена по профессиональному модулю ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»:**

- в составе экзаменационной комиссии обязательно присутствие представителя работодателя;
  - промежуточная аттестация по модулю проводится после завершения производственной практики;
  - допуск к квалификационному экзамену осуществляется после предъявления отчета о производственной практике, включающего дневник практики и оценочные листы;
  - процедура квалификационного экзамена включает теоретическую и практическую части;
  - оценка квалификационного экзамена включает в себя оценку дифференцированных зачетов по МДК.03.01. «Технология и организация туроператорской деятельности»;
  - МДК 03.02. «Маркетинговые технологии в туризме»;
- учебной и производственной практики по модулю.

Дневник производственной практики должен содержать выполнение следующих заданий:

- анализ и оценку сайта турфирмы;
- таблицу спроса на турпродукты на летний сезон;

- перечень экзотических видов туризма с краткой характеристикой;
- статистику продаж;
- анализ конкурентоспособности турпродукта по следующим показателям: оптимальность маршрута, соответствие программы и целевой аудитории, соотношение цены и качества, эффективность способов продвижения турпродукта;
- перечень on-line и off-line инструментов продвижения конкретного турпродукта;
- маркетинговый план продвижения турпродукта;
- базу поставщиков услуг трансфера, питания, размещения для конкретного турпродукта;
- документы для бронирования услуг;
- разработку маршрута и программы тура по Вологодчине для групп школьников-биологов 14-16 лет на 2 дня;
- разработку маршрута и программы тура выходного дня в аспекте культурно-исторического туризма;
- оформление страховки для условного клиента;
- маркетинговое исследование спроса на конкретный вид туруслуг;
- базу данных по туристским продуктам;
- материал для консультаций на межрегиональной выставке туристского сервиса;
- описание потребительские свойства конкретного турпродукта;
- разработку бриф от туроператора для рекламного агентства по продвижению турпродукта;
- маркетинговый план рекламы турпродукта;
- программу тура по запросу клиента;
- собственный авторский тур по установленным требованиям.

### **ТРЕБОВАНИЯ К РАЗРАБОТКЕ АВОРСКОГО ТУРА ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ. 03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ**

Экзамен (квалификационный) по ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг проводится в форме защиты разработки авторского тура, относящегося к внутреннему туризму.

Авторский тур должен содержать:

1. Пояснительную записку.
2. Географию маршрута.
3. Договорный этап.
4. Информационно-методическое обеспечение.
5. Расчет стоимости путевок.
6. Способы продвижения тура на рынок.
7. Способы реализации турпродукта.
8. Приложения.
9. PDF-презентацию.

Содержание каждого пункта плана должно включать:

**-Пояснительная записка.**

Описание тура. Направление, временные рамки, периодичность.

Потребители. Предпочтения, вкусы, анализ покупательной способности.

Конкуренты. Анализ фирм-конкурентов и конкурирующих туров. Меры противодействия.

Партнеры и поставщики. Транспорт, питание, страхование, экскурсионное обслуживание, размещение.

Мотивация к созданию данного турпродукта.

**- География маршрута.**

География маршрута (перспективное планирование тура): выявление ресурсно-технического обеспечения тура (основные и дополнительные объекты показа, транспорт, питание, размещение); тип маршрута (линейный, радиальный, кольцевой).

**-Договорный этап.**

Договор с предприятием питания включает: количество одновременно обслуживаемых туристов; регулярность и величина питания; примерные цены; материальная ответственность.

**- Информационно-методическое обеспечение.**

составление карточки транспортного маршрута; описание маршрута (вербальное описание, условия приема и обслуживания); график движения по маршруту (расписание); документ «Условия приема и обслуживания туристов»; путевая информация.

**-Расчет стоимости путевок.**

Транспортные услуги – внутри маршрутный транспорт, трансфер (доставка туристов от места сбора группы к терминалу основного перевозчика), экскурсии; проживание (стоимость умножается на ночи); питание; зарплата (гиды, экскурсоводы, руководитель группы); отчисления во внебюджетные фонды (26% страховые взносы и сбор на страхование от несчастных случаев); экскурсионное обслуживание; билеты на культурно-развлекательные программы; накладные расходы (10 - 20%); итого затрат; начисление прибыли (10 – 40%); начисление НДС на сумму затрат и прибыли; стоимость путевки вместе с НДС.

**- Способы продвижения тура на рынок.**

Реклама (каталоги, брошюры, наружная реклама, реклама в СМИ, в пункте продажи); стимулирование продаж (различные материалы для прямой почты, проспекты по конкретному направлению – метод поддержки); связи с общественностью (оформление пресс-релизов и публикаций отдаются в информационные службы, комитеты); пресс-конференции и пресс-демонстрации; иллюстративные рассказы с описанием – имиджевая статья; презентации; ознакомительные туры; выставки, ярмарки, научно-практические конференции; различные видеофильмы.

**- Способы реализации турпродукта.**

Продвижение тура на рынок (инструменты продвижения): реклама (каталоги, брошюры, наружная реклама, реклама в СМИ, в пункте продажи); стимулирование продаж (различные материалы для прямой почты, проспекты по конкретному направлению – метод поддержки); связи с общественностью (оформление пресс-релизов и публикаций отдаются в информационные службы, комитеты); пресс-конференции и пресс-демонстрации; иллюстративные рассказы с описанием – имиджевая статья; презентации; ознакомительные туры; выставки, ярмарки, научно-практические конференции; различные видеofilмы.

- **Список литературы.**

- **Приложения.**

- **PDF-презентация.**

Презентация для защиты – 14-16 слайдов.

Речь для защиты проекта должна содержать вступление, обоснование выбора темы, рассказ об этапах работы над проектом, анализ преимуществ авторского турпродукта, маркетинговый план продвижения, обоснование калькуляции услуг, входящих в турпакет, заключение.

Разработка авторского тура предоставляется экзаменационной комиссии в печатном варианте. Текст тура должен быть набран шрифтом Times New Roman, размер 14, межстрочный интервал 1,5; отступ 1,25; поля обычные, ориентация книжная, выравнивание текста по ширине. Выравнивание заголовков по центру. Заголовки набираются полужирным шрифтом. Список литературы оформляется согласно установленный требованиям.

### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ**

1. Актуальность и обоснованность темы
2. Следование плану работы.
3. Наличие приложений.
4. Детальность и проработка тематики.
5. Финансовая целесообразность проекта.
6. Наличие технологической документации.
7. Мнение приглашенных специалистов туротрасли.
8. Демонстрация навыков и умений, полученных в ходе изучения модуля ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг».

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Выявлять и	- осуществление поиска актуальной	



анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	информации о туристских ресурсах из разных источников, - проведение маркетингового исследования, сбор, обработка информации; - разработка рекомендаций по востребованному туристскому продукту	<i>Устный экзамен</i>  <i>Экспертная оценка на практическом занятии</i>  <i>Экспертная оценка выполнения практического задания на учебной практике</i>
ПК 1.2. Информировать потребителя об туристских продуктах.	- умение проводить сравнительный анализ предложений туроператоров, - умение оперировать актуальными данными о туристских услугах,	<i>Экспертная оценка выполнения практического задания на учебной практике</i>
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению турпродукта.	- составление пакета документов туроператору, необходимых для получения виз в зарубежных странах. - изложение правил расчёта с турагентами и способы их поощрения.	<i>Экспертная оценка выполнения практического задания на производственной практике</i>
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	- применение основных методик расчёта себестоимости турпакета	<i>Квалификационный экзамен</i>
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутёвки, ваучеры, страховые полисы)	- умение использовать современные информационные технологии в системе бронирования турпакетов	
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	- предоставление полной и достоверной информации о визовых и безвизовых странах для граждан РФ, - умение заполнять необходимую документацию для визовой поддержки туристов	
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчётности	- составление бланков документов, необходимых для проведения реализации турпродукта,	

#### **4. Информационное обеспечение обучения**

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

Основные источники:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: Кнорус, 2014 г.

#### Дополнительная литература:

1. Бирюков, П.Н. Правовое регулирование туристской деятельности. Учебное пособие / Бирюков П.Н., Галушко Д.В., Каюмова Ю.А.; Под общ. ред.: Бирюков П.Н. - Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 2009. - 221 с.
2. [Бояринова С.](#) Как открыть туристическую компанию. - М.: [АСТ Москва](#), [Хранитель](#), 2008., 320с.
3. Гаврильчак И.Н. Основные принципы организации и развития международного туризма/ С.-Петербур. гос. ин-т сервиса и экономики. – СПб., 2008. – 173 с.
4. Гаврильчак И.Н. Туризм в России: концептуальные основы стратегических направлений развития: Моногр./ С.-Петер. гос. ин-т сервиса и экономики. – СПб., 2006. – 171 с.
5. Ильина Е.Н. туроперейтинг: организация деятельности. – М.
6. [Сухов Р.И.](#) Технологии и организация продаж в туристском агентстве. - М.: [МарТ](#), [Феникс](#), 2010., 240с.

#### Электронные ресурсы:

1. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник для студ. высших учебных заведений/М.А. Морозов., Н.С. Морозова. – М.: издательский центр «Академия», 2007. – 240с.
2. Н.А. Вотинцева. Договорные обязательства в сфере туристического и гостиничного бизнеса. Ростов на Дону: 2007. – 287с.