

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»
(ФГАОУ ВО «СПбПУ»)
Институт среднего профессионального образования

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ УП.02.01
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02
«Предоставление туроператорских услуг»**

по специальности
43.02.16 Туризм и гостеприимство
Год начала подготовки по УП 2023
На базе основного общего образования

Санкт-Петербург
2025 год

РАССМОТРЕНА:
предметной (цикловой)
комиссией «Туризм и
гостеприимство»
Протокол № 09 от 26.04.2025 г.
Председатель ПЦК

Ю.А. Матвеева_____

УТВЕРЖДАЮ:
Директор ИСПО

_____ Р.А. Байбиков

«__» _____ 2025 г.

Рабочая программа учебной практики УП.02.01 профессионального модуля ПМ.02 «Предоставление туроператорских услуг» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности СПО 43.02.16 Туризм и гостеприимство и в соответствии с учебным планом Института среднего профессионального образования ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого».

Организация-разработчик: Институт среднего профессионального образования
ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого».

Разработчики: Марценкевич Надежда Николаевна, преподаватель;
Соколова Олеся Алексеевна, мастер производственного обучения

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1. Основная характеристика программы

Учебная практика УП.02.01 входит в состав профессионального модуля ПМ.02 «Предоставление туроператорских услуг» и относится к федеральному компоненту учебного плана ИСПО, и ее содержание реализуется на 3 курсе для обучающихся по специальности **43.02.16 Туризм и гостеприимство**, и входит в блок практик по профилю специальности.

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями Федерального Государственного образовательного стандарта для среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденным приказом Министерства Просвещения России №1100 от 12.12.2022 года, и действующими учебными планами ИСПО.

Программа учебной практики представляет собой элемент подготовки студентов в области предоставления туроператорских услуг.

1.2. Цели и задачи учебной практики:

Цель учебной практики:

1. приобретение практических навыков и компетенций в сфере пр
2. развитие личностных качеств, необходимых в профессиональной деятельности.
3. формирование у обучающихся общего представления об организации сферы туризма, управленческих и иных связях, характере взаимодействия с потребителем услуг, о месте и роли его как будущего специалиста в структуре объекта практики;
4. развитие умений применять на практике знания, полученные при изучении дисциплин профессионального цикла;

С целью овладения видами профессиональной деятельности по профессии обучающийся в ходе освоения учебной практики должен

иметь практический опыт в:

- выявлении и анализе потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- проведении исследований в создании базы данных по туристским продуктам, сравнительный анализ предложений туроператоров;
- планирования рекламной кампании и разработка рекламных материалов и презентации по турпродуктам;
- взаимодействию с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
- оформлении и расчете стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя.

Задачи учебной практики:

1. Научиться профессионально проводить сравнительный анализ предложений туроператоров
2. Уметь применять навыки делового общения и этикета при консультировании покупателей
3. Ознакомить обучающихся с кадровой политикой туроператоров
4. Сформировать у обучающихся установки на творческий подход к решению проблем в профессиональной сфере деятельности, на развитие своих творческих способностей;
5. Сформировать у обучающихся первичные умения обработки информации, работы с нормативными и законодательными актами, справочной литературой и другими информационными источниками;
6. Проводить анализ деятельности других туркомпаний
7. Сформировать общее представление об управленческих и других связях, характере взаимодействия с потребителем услуг.

уметь:

- определять и анализировать потребности заказчика;
- выбирать оптимальный туристский продукт;
- осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на

русском и на иностранном языке из разных источников (печатных, электронных);

- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров; - взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;

- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;

- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;

- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;

- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах; представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;

- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;

- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;

- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;

- принимать денежные средства в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности;

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение учебной практики: 72 часа

1.4. Требования к результатам учебной практики.

В результате прохождения учебной практики по ВПД обучающийся

должен освоить:

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 1	Предоставление турагентских услуг
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
ВД 2	Предоставление услуг по сопровождению туристов
ПК 2.1.	Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут
ПК 2.2.	Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте
ПК 2.3.	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте
ПК 2.4.	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте
ПК 2.5.	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной
ПК 2.6.	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке
ВД 3	Предоставление туроператорских услуг
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта
ВД 4	Управление функциональным подразделением организации

ПК 4.1.	Планировать деятельность подразделения
ПК 4.2.	Организовывать и контролировать деятельность подчиненных
ПК 4.3.	Оформлять отчетно-планирующую документацию

1. 5. Формы контроля:

Учебная практика – дифференцированный зачет.

1.6 Содержательная характеристика программы

Тема 1. Проведение полевых и кабинетных маркетинговых исследований рынка по заданным направлениям и турпродуктам

1. Кабинетные исследования рынка внутреннего туризма в Санкт-Петербурге
2. Кабинетные исследования рынка международного туризма по направлениям (Европа, юго-восточная Азия, Африка, Ближний Восток и др.) в Санкт-Петербурге
3. Проведение кабинетных исследований поведения потребителей (фокус-группа, интервью)

Тема 2. Анализ информации

1. Проведение анализа собранной информации. ее полнота, объективность, качество
2. Соответствие полученных результатов целям исследования

Тема 3. Создание базы данных по исследованным турпродуктам

1. Создание базы данных по предложениям на внутреннем рынке
2. Создание базы данных по зарубежным направлениям

Тема 4. Планирование рекламной кампании, проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках

1. Заполнение документации по практике.
2. Подготовка презентации.

Тема 5. Защита презентации. Работа в travel-bis. Чек-лист, индивидуальный опрос по 2 человека). Подбор тура (письмо предложение).

Тема 6. Подбор тура (письмо-предложение).

Защита отчета по учебной практике.

Основными формами занятий по предмету являются практические работы.

Учет успеваемости обучающихся по практике проводится на основе выполненных заданий, итоговый контроль в форме дифференцированного зачета.

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ УП 02

Наименование разделов и тем	Максимальная учебная нагрузка студента (час)	Количество аудиторных часов при очной форме обучения			Самостоятельная работа студента
		Всего	Лаб. Работы	Практич. работы	
Тема 1. Проведение кабинетных исследований рынка по заданным направлениям и турпродуктам	12	12		12	
Тема 2. Анализ информации по исследованию полученных результатов	12	12		12	
Тема 3. Создание базы данных по исследованным турпродуктам	12	12		12	
Тема 4. Планирование рекламной кампании, проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках	12	12		12	
Тема 5. Защита презентации. Работа в travel-bs. Чек-лист, индивидуальный опрос по 2 человека). Подбор тура (письмо-предложение).	12	12		12	
Тема 6. Подбор тура (письмо-предложение). Защита отчета по учебной практике.	12	12		12	
Итого:	72	72		72	

3. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ УП 02.01

Тема 1. Проведение кабинетных исследований рынка по заданным направлениям и турпродуктам

Обучающийся должен:

Знать:

- методику работы со справочными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;

Уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентами;
- проводить анализ деятельности других туркомпаний;

Виды работ:

Сбор маркетинговой информации по заданному туристскому направлению в печатных источниках и сети интернет

Контроль:

Контроль преподавателем за правильностью выполнения задания

Тема 2. Анализ информации по исследованию полученных результатов

Обучающийся должен:

Знать:

- методику работы со справочными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;

Уметь:

- обрабатывать и анализировать результаты;
- работать с информационными и справочными материалами;

Виды работ:

Анализ собранной маркетинговой информации, оценка и оформление результатов

Контроль:

Контроль преподавателем за правильностью выполнения задания.

Тема 3. Создание базы данных по исследованным турпродуктам

Обучающийся должен:

Знать:

- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;

Уметь:

- проводить анализ деятельности других туркомпаний;

Виды работ:

Провести анализ сайтов крупнейших туристских фирм Санкт-Петербурга, изучить их ассортимент, цены. Создать базу данных по конкретному туристскому направлению.

Контроль:

Контроль преподавателем за правильностью выполнения задания.

Тема 4 Планирование рекламной кампании, проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках

Обучающийся должен:

Знать:

-методику проведения рекламной кампании;
порядок подготовки и проведения презентаций турфирм и турпродуктов;

Уметь:

-анализировать презентации турфирм и турпродуктов на специализированных выставках.

Виды работ:

Посетить специализированную туристскую выставку, провести анализ презентации выбранной турфирмы, оформить отчет.

Контроль:

Контроль преподавателем за правильностью выполнения задания.

Тема 5. Защита презентации. Работа в travel-bs. Чек-лист, индивидуальный опрос по 2 человека). Подбор тура (письмо предложение).

Обучающийся должен:

Знать:

- принципы работы в travel-bs.

Уметь:

- разрабатывать чек-листы.
- подбирать туры по запросу клиента.

Виды работ:

Защита презентации. Работа в travel-bs. Чек-лист, индивидуальный опрос по 2 человека). Подбор тура (письмо предложение).

Контроль:

Контроль преподавателем за правильностью выполнения задания.

Тема 6. Подбор тура (письмо-предложение).

Обучающийся должен:

Знать:

- алгоритм подбора тура

Уметь:

- анализировать запросы клиентов, подбирать тур в соответствии с требованиями.

Виды работ:

- выявление и анализе потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта.

Защита отчета по учебной практике.

4. РЕКОМЕНДУЕМЫЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ

Технические: мультимедийный комплекс, ПК с доступом в Internet.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ
ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)
по профессиональному модулю ПМ 02

«Предоставление туроператорских и турагентских услуг»

Специальность 43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

Студента 3 курса _____ группы

(ФИО студента)

Место прохождения практики

(наименование и адрес организация)

Период прохождения практики
с « » _____ 20____ г. по « » _____ 20____ г.

Виды и качество выполнения работ

Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики	Показатели выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика	Оценка
Проведение полевых и кабинетных маркетинговых исследований рынка по заданным направлениям и турпродуктам	Сбор маркетинговой информации по конкретному направлению в печатных источниках и сети интернет	
Анализ информации по исследованию полученных результатов	Анализ собранной информации и оформление результатов в виде таблицы	
Создание базы данных по исследованным турпродуктам	Соответствующим образом оформленная база данных по конкретному туристскому направлению	
Планирование рекламной кампании, проведение презентаций, включая работу на специализированных выставках	Анализ презентации выбранной турфирмы, подготовка и оформление отчета	
Итоговая оценка		

Характеристика учебной/профессиональной деятельности обучающегося во время учебной практики (по профилю специальности):

Общие и профессиональные компетенции, предусмотренные программой практики, освоены/не освоены.

(нужное подчеркнуть)

Итоговая оценка по практике _____

Руководитель практики _____

(Ф.И.О.)

_____ (подпись)

Дата «____» _____ 20__ г

5. Информационное обеспечение обучения

Рекомендуемая литература

Основные источники:

1. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие / А.Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2016
2. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. М., Финансы и статистика, 2010.
3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2011.
4. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт/ под ред. В.С.Янкевича. – М.: «Финансы и статистика», 2011.
5. Котлер Ф., Арамстронг Г., Сондерс Д. Основы маркетинга: пер с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2012.

Дополнительные источники:

1. Грачева О.Ю. и др. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: Учебно-практическое пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2011
2. Веткин В.А., Технология создания туристского продукта / В.А. Веткин. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2010.
3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия обслуживания: учебник / Е.Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2011.

Печатные издания

1. Радыгина, Е. Г. Технологии гостиничной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Г. Радыгина. - 2-е изд., испр. и доп. - Саратов : Профобразование, 2023. - 162 с. - (Среднее профессиональное образование). - Библиогр.: с. 159-162. - ISBN 978-5-4488-1661-1 - Текст : непосредственный. 25 экз.
2. Можаяева, Н.Г. Организация туристской индустрии и география туризма: учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. – М.: ФОРУМ : ИНФРА_М, 2018. – 336 с. – (Проф. образование). – Тема 3.2. Продвижение и реализация туристского продукта
3. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособие / А.Б. Косолапов. – 6-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2016. – 294 с. – СПО.

Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Быстров, С. А. Организация гостиничного дела : учебное пособие / С.А. Быстров. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 432 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-552-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2095041> . – Режим доступа: по подписке.
2. Козлова-Зубкова, Н. А., Организация и осуществление приёма и размещения гостей (серия учебников ФУМО 43.00.00 Сервис и туризм) : учебник / Н. А. Козлова-Зубкова. — Москва : КноРус, 2025. — 202 с. — ISBN 978-5-406-13831-1. — URL: <https://book.ru/book/955607>. — Текст : электронный.
3. Феденева И. Н. Организация туристской индустрии: учебное пособие для СПО / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; отв. ред. В. П. Нехорошков. — 2-е

изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 205 с. — (Серия: Профессиональное образование). — URL: [//www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)

4. Литвинюк, А. А. Управление персоналом : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Литвинюк ; под редакцией А. А. Литвинюка. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 461 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-16151-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560904>