

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
СТЕРЛИТАМАКСКИЙ КОЛЛЕДЖ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ, УПРАВЛЕНИЯ И СЕРВИСА

СОГЛАСОВАНО

Директор центра внутреннего туризма
«БАШГИД»

_____ Ю.Р.Гималова

« ____ » _____ 20__

УТВЕРЖДАЮ

Директор
ГАПОУ СКФКУиС

_____ М.Б.Мусакаев

М.П.
« ____ » _____ 20__ г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Специальность 43.02.10 Туризм

Уровень основной образовательной программы: базовый

Специальность: туризм

Форма обучения: очная/заочная

Срок освоения ППССЗ: 2 года 10 мес.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ № 474 от 7 мая 2014_г., зарегистрирован в Министерстве юстиции РФ №32806 от 19 июня 2014г., укрупненная группа специальностей 43.00.00 Сервис и туризм

Организация разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Стерлитамакский колледж физической культуры, управления и сервиса.

Разработчики:

Вахитова Диана Лермановна – преподаватель специальных дисциплин

Газизуллина Ксения Ивановна – преподаватель специальных дисциплин

РАССМОТРЕНО:
ПЦК специальности «Туризм»
Протокол № _____
от «___» _____ 20__ г.
Председатель ПЦК _____

СОГЛАСОВАНО:
ЗАМ. ДИРЕКТОРА ПО УМР
_____ Р.Р.Асфандияров
«___» _____ 201__

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	19
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ	21
6 ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ.....	24
7. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ К ПОТРЕБНОСТЯМ ОБУЧАЮЩИХСЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ)	29

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.10 Туризм (утв. приказом Министерства образования и науки РФ № 474 от 7 мая 2014г., зарегистрирован в Минюсте РФ № 32806 от 19 июня 2014г.), укрупненная группа специальностей 43.00.00 Сервис и туризм

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: относится к профессиональному циклу.

1.3. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;

уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
- проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;

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

знать:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- правила бронирования туруслуг;
- основные правила и методику составления программ 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;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездок;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- основные правила и методику составления программ туров;
- методику организации рекламных туров;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы дисциплины

Вид учебной работы	Объем часов
Учебная нагрузка (всего)	345
Максимальная учебная нагрузка обучающегося (всего)	318
в том числе:	
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося	174
самостоятельной работы обучающегося	67
учебной практики	72
производственной практики	72
<i>Итоговая аттестация в форме экзамена</i>	

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК 3.2.	Формировать туристский продукт
ПК 3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта.
ПК 3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля Предоставление туроператорских услуг для очной формы обучения

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Количество часов, отведенное на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. Лабораторные занятия и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов		
ПК 3.1,3.2, 3.3, 3.4 , ОК 1-9	МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	120	95	32	15	40		
	МДК 03.02. Маркетинговые технологии туризма	81	79	24	15	27		
	Учебная практика	72					72	
	Производственная практика (по профилю специальности)	72						72
Всего:		345	174	56	30	67	72	72

3.2 Тематический план профессионального модуля Предоставление туроператорских услуг для заочной формы обучения

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Количество часов, отведенное на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. Лабораторные занятия и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
ПК 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 , ОК 1-9	МДК 03.01. Технология и организация туроператорской деятельности	120	20	8	6	115	3		
	МДК 03.02. Маркетинговые технологии в туризме	81	12	4		94			
	Учебная практика	72					72		
	Производственная практика (по профилю специальности)	72						72	
Всего:		345	32	12	6	209	3	72	72

3.3. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг для очной формы обучения

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные занятия и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект).	Количество часов	Уровень усвоения
1	2	3	4
МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности			
Раздел 1.1. Основы туроператорской деятельности	Содержание	6	
	1. Понятие туроператорской деятельности. Понятие «туроператорская деятельность», «туроператор». Виды туроператоров: по видам туристской деятельности, по масштабу деятельности, по виду используемого транспорта, по технологическому характеру основных туристских услуг, по профилю работы туроператора (преобладающих в ассортименте определенных видов или географических направлений туров), по разнообразию предлагаемого туристского продукта.	2	2
	2. Функции туроператоров. Комплектующая функция туроператора. Сервисная функция туроператора. Гарантийная функция туроператора.	2	2
	3. Нормативно-правовая база и государственное регулирование туроператорской деятельности. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности», Единый федеральный реестр туроператоров. Финансовое обеспечение туроператора.	2	2
	Практические занятия	4	
	1. Специфика работы с Единым федеральным реестром туроператоров	2	2
	2. Подбор туроператора по разным турам и его характеристика	2	2
	Самостоятельная работа	5	
	1. Туроператоры внутреннего туризма в РФ	2	
	2. Региональные туроператоры РБ	3	
Раздел 1.2. Технология	Содержание	18	

формирования туристского продукта	1.	Туристский продукт. Структура туристского продукта. Основные и дополнительные услуги. Тур – первичная единица турпродукта. Классификация туров и маршрутов. Потребительские свойства тура. Классы обслуживания в туроперейтинге.	2	2
	2.	Схемы работы туроператора при формировании туров. Прямая организация туров, опосредованная организация турпоездов. Особенности работы через meet-компани.	2	2
	3.	Особенности разработки маршрута при формировании туристского продукта. Маршрут, классификация маршрутов: тематические, походные, физкультурно-оздоровительные, комбинированные, круглогодичные, сезонные, радиальные, линейные, кольцевые. Виды маршрутов по продолжительности, по виду транспорта, по способу передвижения, по содержанию. Этапы разработки маршрута. Правила формирования маршрута.	2	2
	4.	Взаимоотношения туроператора с авиакомпаниями Бронирование мест и выкуп авиабилетов через агентства авиакомпаний, бронирование мест и выкуп авиабилетов через системы бронирования, договор с авиакомпанией на квоту мест на регулярных авиалиниях, агентское соглашение и работа в роли агентства по продаже авиабилетов для своих туристов, организация чартерных авиарейсов под туристские перевозки.	2	2
	5.	Схемы работы туроператора с предприятиями железнодорожного и автомобильного транспорта. Организация индивидуальных поездок туристов в графиковых поездах, организация групповых поездок в графиковых поездах, перевозка организованных групп туристов в специальных туристско-экскурсионных поездах. Чартерные туры, сопровождаемые туры, независимо сформированные группы, гибкие туры.	2	2
	6.	Формы сотрудничества туроператора с судовладельцами Европейская система, американская система. Фрахт-контракт. Договорная документация речного круиза.	2	2

	7.	Взаимодействие туроператора с предприятиями размещения и питания. Аренда отеля, комитмент-условия, блок мест, элотмент-условия, безотзывное бронирование, повышенная комиссия, приоритетное бронирование, разовые заявки на условиях стандартной комиссии. Агентские, комиссионные и корпоративные договоры.	2	2
	8.	Сотрудничество туроператора с экскурсионными организациями. Договорные отношения туроператора с экскурсионными организациями и музеями. Экскурсия как отдельная услуга, экскурсия в составе тура, организация экскурсий, культурно-зрелищных услуг, оказание услуг гидов-экскурсоводов, экскурсоводов, тур-лидеров, организаторов экскурсий, путевая экскурсионная информация.	2	2
	9.	Туристская документация. Технологическая документация. ГОСТ 20681-2010. Справочная документация.	2	2
	Практические занятия		10	
	1.	Разработка маршрута путешествия	2	3
	2.	Разработка программы обслуживания туристского путешествия, в т.ч. с использованием иностранного языка	2	3
	3.	Разработка технологической карты туристского путешествия.	2	2
	4.	Разработка информационного листка туристского путешествия.	2	2
	5.	Составление договорного плана с поставщиками услуг.	2	2
	Самостоятельная работа		14	
	1.	Программный туризм. Сущность, цели и задачи. Особенности программного туризма.	2	
	2.	Основные требования к составлению договоров.	1	
	3.	Договорные отношения между отправляющим и принимающим туроператорами	2	
	4.	Переговоры с поставщиками услуг	2	
	5.	Конфликты в практике туроперейтинга	3	
	6.	Отбор базовых и дополнительных услуг в соответствии с целью и условиями будущего тура	4	
Раздел 1.3 Реализация и продвижение туристского продукта	Содержание		18	
	1.	Каналы сбыта туроператора. Внутренние каналы сбыта. Внешние каналы сбыта. Контрагентская сеть.	2	2

2.	Построение агентской сети туроператора. Классическая агентская сеть. Презентативная агентская сеть. Совмещенная агентская сеть. Двухуровневая схема работы туроператора. Стратегии создания агентских сетей. Материальные, технологические, образовательные и нематериальные способы стимулирования турагентов.	2	2
3.	Работа с партнерами по сбыту. Агентское соглашение. Правоспособность, кредитоспособность и дееспособность агентства. Правила расчетов с турагентами.	2	3
4.	Франчайзинг в туризме. Преимущества франчайзинга, недостатки франчайзинга. Требования франчайзинговой сети.	2	3
5.	Инфотуры и фам-туры. Основные цели инфотуров и фам-туров. Способы организации инфотуров и фам-туров.	2	2
6.	Реклама турпродукта туроператором. Отличительные черты рекламы в туризме. Виды рекламного продукта. Цели рекламы в туризме. Тактические решения по рекламе.	2	3
7.	Каталог туроператора как средство продвижения турпродукта. Генеральные каталоги. Служебные каталоги. Содержание каталога. Требования к каталогу.	2	2
8.	Участие в выставках. Классификация выставок. Организация выставочной деятельности. Предвыставочная рекламная компания. Планирование и оформление выставочной площади. Анализ результатов деятельности на рынках.	2	1
9.	Нерекламные методы продвижения в деятельности туроператора. Стимулирование сбыта. PR.	2	2
Практические занятия		14	
1.	Формирование сбытовой сети туроператора	2	2
2.	Разработка классификационной модели отельной базы для рекламного тура	2	2
3.	Разработка фам-тура или рекламного тура инкаминговым туроператором.	2	3
4.	Разработка макета рекламного объявления туроператора.	2	2
5.	Расчет эффекта от рекламного объявления	2	2
6.	Возможность участия организаций в выставочно-ярмарочных мероприятиях.	2	2
7.	Разработка плана мероприятий по публичным рилейшнз	2	3

	Самостоятельная работа	16	
	1. Основные рыночные каналы продвижения продукта туроператора	3	
	2. Нормативная основа рекламы туристского продукта	2	
	3. Стимулирование розничных тургентств.	2	
	4. Методика организации рекламных туров	3	
	5. Нетрадиционные формы продвижения турпродукта.	4	
	6. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором.	2	
Раздел 1.4. Расчет стоимости туристского продукта.	Содержание	6	
	1. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование. Финансовая схема работы туроператора. Система комиссионных вознаграждений турагентств. Ценообразование.	2	2
	2. Учетная политика и налогообложение. Учетная политика туроператора. Налогообложение. Оплата счетов поставщиков услуг.	2	2
	3. Результаты и эффективность деятельности туроператора. Прибыль и доход предприятия. Рентабельность ресурсов и продукции.	2	1
	Практические занятия	4	
	1. Расчёт стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.	2	
	2. Расчёт себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.	2	
	Самостоятельная работа	5	
	1. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.	2	
	2. Рентабельность и прибыльность турпродукта.	2	
	3. Точка безубыточности.	1	
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме			
Раздел 2.1. Понятие и сущность маркетинга.	Содержание	4	
	1. Основные понятия маркетинга. Цели, функции, принципы и виды маркетинга.	2	1
	2. Управление маркетингом, его цели и задачи.	2	1
	Практические занятия	2	
	1. Терминологический диктант	2	2

	Самостоятельная работа	2	
	1. Доклад на тему: «Типы рынков в туризме».	2	
Раздел 2.2. Сущность и специфика маркетинга в туризме	Содержание	6	
	1. Виды маркетинга. Целевой, дифференцированный и недифференцированный маркетинг	2	1
	2. Маркетинговая среда предприятия. Внутренняя среда, микросреда, макросреда предприятия	2	2
	3. Сегментация рынка. Принципы сегментирования. Выбор целевых сегментов рынка и позиционирование турпродуктов на рынке	2	2
	Практические занятия	6	
	1. Маркетинговая среда туристского предприятия (на примере конкретного туроператора)	2	2
	2. Сегментация турпродуктов на рынке	2	3
	3. Соотношение стратегии позиционирования с конкретным товаром	2	
	Самостоятельная работа	2	
	1. Доклад на тему: «Конъюнктура туристского рынка»	1	
2. Стратегии позиционирования турпродуктов на рынке	1		
Раздел 2.3. Товарная политика	Содержание	4	
	1. Товар и его коммерческие характеристики. Товар и его характеристики. Модели представления и классификация товара (услуги). Жизненный цикл товара	2	1
	2. Инновация как способ повышения конкурентоспособности продукции предприятия. Модификация товара. Управление ассортиментом. Марочная политика, стратегия, тактика, правовая защита. Сервисное обслуживание.	2	1
	Самостоятельная работа	3	
	1. Семинар на тему: «Брендинг на рынке туристских услуг».	3	
Раздел 2.4. Ценовая политика	Содержание	6	
	1. Ценообразование в туризме. Цены: понятие, виды, назначение, функции. Процесс ценообразования. Факторы ценообразования. Методы ценообразования.	2	1
	2. Ценовые стратегии. Ценовые стратегии предприятия. Тактические решения по ценам.	2	2
	3. Ценовые скидки и акционные программы турфирм. Виды скидок и условия их применения.	2	2
	Самостоятельная работа	7	

	1.	Товар и его коммерческие характеристики. Специфика туристского продукта	2	
	2.	Процесс разработки ценовой стратегии предприятия.	2	
	3.	Разработка акции для продвижения услуг турфирмы	3	
Раздел 2.5. Сбытовая политика	Содержание		4	
	1.	Формирование сбытовой стратегии. Каналы сбыта туристского продукта	2	1
	2.	Основные каналы распределения турпродукта. Каналы распределения: назначение, уровни, организация, критерии оценки эффективности. Выбор посредников и определение приемлемой формы работы с ними.	2	1
	Самостоятельная работа		4	
	1.	Сбытовая политика туристского предприятия(на примере)	2	
	2.	Стратегические и тактические маркетинговые решения о сбыте.	2	
Раздел 2.6. Маркетинговые коммуникации в туризме	Содержание		10	
	1.	Сущность, значение и специфика маркетинговых коммуникаций в туризме. Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме	2	1
	2.	Интернет-маркетинг. Форумный маркетинг. Работа с поисковиками (SEO). Контекстная реклама. E-mail маркетинг.	2	2
	3.	SMM-маркетинг. Основы Social Media Marketing.	2	2
	4.	Продвижение в различных социальных сетях. Оценка эффективности.	2	2
	5.	Маркетинг-микс. Концепция модели 8-Р	2	2
	Практические занятия		10	
	1.	Анализ эффективности конкретного турпродукта с использованием шаблон модели 8-Р	2	2
	2.	Создание рекламного слогана для турпродукта/ фирмы и определение темы рекламной кампании.	2	2
	3.	Разработка план-графика продвижения конкретного турпродукта на рынок	2	2
	4.	Разработка рекламного обращения с использованием существующих правил рекламы(история турпродукта/фирмы)	2	2
	5.	Размещение рекламного обращения в соц.сетях и анализ реакции потребителей	2	2
	Самостоятельная работа		5	
	1.	Специфика комплекса продвижения дестинации.	1	
	2.	Организация системы продвижения дестинаций.	1	

	3.	Специфика маркетинговой деятельности на внутреннем и внешнем рынках. Модель М. Портера	1	
	4.	Участие турфирмы в специализированных выставках	2	
Раздел 2.7. Управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия	Содержание		6	
	1.	Стратегическое планирование и маркетинговая программа. План маркетинговой программы. Пример маркетинговой программы	2	2
	2.	Маркетинговая информационная система предприятия и методы сбора информации. Организация и содержание маркетинговых исследований.	2	2
	3.	Контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности. Бюджет маркетинга	2	1
	Практические занятия		6	
	1.	SWOT-анализ туристского предприятия	2	2
	2.	Провести маркетинговое исследование, используя методы сбора информации: опрос, анкетирование, интервьюирование. Использовать их результаты при создании туристского продукта	2	2
	3.	Итоговый тест	2	3
	Самостоятельная работа		4	
	1.	Маркетинговый аудит. Сущность и методы проведения	2	
	2.	Ранжирование туристских приоритетов в зависимости от возраста	2	
Учебная практика	Содержание		72	
	1.	Подготовительный этап	2	
	2.	Провести маркетинговый анализ поставщиков туристских услуг	10	
	3.	Создание базы данных по туристским продуктам	12	
	4.	Планирование и разработка программы тура	8	
	5.	Предоставление сопутствующих услуг	4	
	6.	Расчет себестоимости турпродукта и определение его цены	8	
	7.	Взаимодействие с турагентствами по реализации турпродукта	6	
	8.	Работа с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг	8	
	9.	Планирование рекламной кампании, проведение презентации на специализированных выставках;	10	
	10.	Заключительный этап	2	
Производственная практика	Содержание		72	
	1.	Подготовительный этап	2	

	2.Проведение маркетинговых исследований	32	
	3.Формирование туристского продукта и расчет его стоимости	16	
	4.Продвижение разработанного турпродукта	18	
	5.Предоставление сопутствующих услуг	4	
	6. Заключительный этап	2	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)		30	
	1. Установочное занятие. Выдача индивидуального задания	2	
	2. Разбор индивидуальных тем курсовой работы	2	
	3. Подбор учебной литературы	2	
	4. Подбор нормативно-правовой документации	2	
	5. Разбор структуры курсовой работы	2	
	6. Составление структурного плана работы.	2	
	7. Консультации по оформлению курсовой работы, по написанию введения и заключения	2	
	8. Консультации по написанию основной части	2	
	9. Консультации по написанию практической части на основе туристских организаций	2	
	10. Разбор и выявление проблем темы курсовой работы	2	
	11. Индивидуальные консультации по темам	4	
	12. Проведение исследования и анализ результатов маркетинговой деятельности	2	
	13. Сдача и защита курсовой работы	4	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для освоения дисциплины требуется учебная аудитория, которая должна удовлетворять требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов и быть оснащена типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения, достаточными для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

4.2.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная учебная литература:

1. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник / Е.Н. Ильина; Российская международная академия туризма. Москва: Финансы и статистика, 2014.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта: учебник / Е.Н. Ильина; Российская международная академия туризма. - Москва: Финансы и статистика, 2014.
3. Хайретдинова, О.А. Технология и организация туроператорской деятельности.- Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015
4. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учеб. пособие для СПО / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018.
5. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для СПО / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018.

Дополнительная учебная литература:

1. Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018.
2. Золотовский, В. А. Правовое регулирование туристской деятельности : учебник для СПО / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — М. : Издательство Юрайт, 2018.

3. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учеб. пособие для вузов / Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018.

4. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для академического бакалавриата / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018.

5. Дурович А.П.Маркетинг в туризме.-Минск:Новое знание,2007.

4.2.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование электронной библиотечной системы
1.	Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» (коллекция книг для СПО), договор № 37-64 от 26.12.2018.
2.	Электронно-библиотечная система ЦГБ г.Стерлитаак, договор № 11 от 01.09.2018.
3.	Электронно-библиотечная система «IPRbooks», договор №3964 от 27.03.2018
4.	Электронно-библиотечная система «Ай Пи Эр Медиа», договор №3965 от 27.03.2018

4.2.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Наименование программного обеспечения
Office Standard 2007
Microsoft Windows 7 Standard

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля по специальности или наличие курсов повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается промежуточной аттестацией, которую проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающегося не позднее двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательными учреждениями создаются фонды оценочных средств.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	разрабатывает анкеты; составляет опросные листы; сбор, хранение, проверка, корректировка, систематизация и первичная обработка полученных результатов; ведет документацию на электронных и бумажных носителях.	Текущий контроль в форме защиты практических занятий
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	проектирует тур; разрабатывает идею тура; осуществляет поиск и отбор поставщиков и партнёров; формирует основной и дополнительный комплекс услуг, включаемый в туристский продукт; проводит экспериментальную проверку тура.	Текущий контроль в форме защиты практических занятий
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	рассчитывает себестоимость туристского продукта; рассчитывает цену туристского продукта и дохода от его реализации; оценивает экономическую эффективность туристского	Текущий контроль в форме защиты практических занятий

	продукта.	
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	рассматривает условия агентского договора по реализации и продвижению туристского продукта; оформляет агентский договор между туроператором и турагентом.	Текущий контроль в форме защиты практических занятий

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения проверяют у студентов не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области бронирования гостиничных услуг; оценка эффективности и качества выполнения задач технологии продаж и продвижения турпродукта.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях и осознание за него ответственности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников информации для эффективного выполнения задач технологии продаж и продвижения турпродукта, профессионального и личностного развития	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 5. Использовать информационно-	использование информационно-	Интерпретация результатов наблюдений за

коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	коммуникационных технологий	деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	самоанализ и коррекция результатов собственной работы; ответственность за работу подчиненных	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	организация самостоятельных занятий по повышению личностного и квалификационного уровня.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	анализ инноваций в области технологии продаж и продвижения турпродукта	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)	демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы

6. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ

6.1. Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Активные и интерактивные формы проведения занятий

Активные и интерактивные формы проведения занятий реализуются при подготовке по программам среднего профессионального образования и предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуации в атмосфере делового сотрудничества, оптимальной для выработки навыков и качеств будущего профессионала.

Основные преимущества активных и интерактивных форм проведения занятий:

- активизация познавательной и мыслительной деятельности студентов;
- усвоение студентами учебного материала в качестве активных участников;
- развитие навыков рефлексии, анализа и критического мышления;
- усиление мотивации к изучению дисциплины и обучению в целом;
- создание благоприятной атмосферы на занятии;
- развитие коммуникативных компетенций у студентов;
- развитие навыков владения современными техническими средствами и технологиями обработки информации;
- формирование и развитие способности самостоятельно находить информацию и определять уровень ее достоверности;
- использование электронных форм, обеспечивающих четкое управление учебным процессом, повышение объективности оценки результатов обучения студентов;
- приближение учебного процесса к условиям будущей профессиональной деятельности.

Активные и интерактивные формы учебных занятий могут быть использованы при проведении лекций, практических и лабораторных занятий, выполнении курсовых проектов (работ), при прохождении практики и других видах учебных занятий.

Использование активных и интерактивных форм учебных занятий позволяет осуществлять оценку усвоенных знаний, сформированности умений и навыков, компетенций в рамках процедуры текущего контроля по дисциплине (междисциплинарному курсу, профессиональному модулю), практике.

Активные и интерактивные формы учебных занятий реализуются преподавателем согласно рабочей программе учебной дисциплины (профессионального модуля) или программе практики.

Интерактивная лекция может проводиться в различных формах.

Проблемная лекция. Преподаватель в начале и по ходу изложения учебного материала создает проблемные ситуации и вовлекает студентов в их анализ. Разрешая противоречия, заложенные в проблемных ситуациях, обучаемые самостоятельно могут прийти к тем выводам, которые преподаватель должен сообщить в качестве новых знаний.

Лекция с запланированными ошибками (лекция-провокация). После объявления темы лекции преподаватель сообщает, что в ней будет сделано определенное количество ошибок различного типа: содержательные, методические, поведенческие и т. д. Студенты в конце лекции должны назвать ошибки.

Лекция вдвоем. Представляет собой работу двух преподавателей, читающих лекцию по одной и той же теме и взаимодействующих как между собой, так и с аудиторией. В диалоге преподавателей и аудитории осуществляется постановка проблемы и анализ проблемной ситуации, выдвижение гипотез, их опровержение или доказательство, разрешение возникающих противоречий и поиск решений.

Лекция-визуализация. В данном типе лекции передача преподавателем информации студентам сопровождается показом различных рисунков, структурно-логических схем, опорных конспектов, диаграмм и т. п. с помощью ТСО и ЭВМ (слайды, видеозапись, дисплеи, интерактивная доска и т. д.).

Лекция «пресс-конференция». Преподаватель просит студентов письменно в течение 2–3 минут задать ему интересующий каждого из них вопрос по объявленной теме лекции. Далее преподаватель в течение 3–5 минут систематизирует эти вопросы по их содержанию и начинает читать лекцию, включая ответы на заданные вопросы в ее содержание.

Лекция-диалог и лекция-дискуссия. Содержание подается через серию вопросов, на которые студенты должны отвечать непосредственно в ходе лекции.

Лекция с разбором конкретных ситуаций по форме организации похожа на лекцию-дискуссию, в которой вопросы для обсуждения заменены конкретной ситуацией, предлагаемой обучающимся для анализа в устной или письменной форме. Обсуждение конкретной ситуации может служить прелюдией к дальнейшей традиционной лекции и использоваться для акцентирования внимания аудитории на изучаемом материале.

Дискуссия – это публичное обсуждение или свободный вербальный обмен знаниями, суждениями, идеями или мнениями по поводу какого-либо спорного вопроса, проблемы. Ее существенными чертами являются сочетание взаимодополняющего диалога и обсуждения-спора, столкновение различных точек зрения, позиций.

Возможности метода групповой дискуссии:

- участники дискуссии с разных сторон могут увидеть проблему, сопоставляя противоположные позиции;

- уточняются взаимные позиции, что, уменьшает сопротивление восприятию новой информации;

- в процессе открытых высказываний устраняется эмоциональная предвзятость в оценке позиции партнеров и тем самым нивелируются скрытые конфликты;

- вырабатывается групповое решение со статусом групповой нормы;

- можно использовать механизмы возложения и принятия ответственности, увеличивая включенность участников дискуссии в последующую реализацию групповых решений;

- удовлетворяется потребность участников дискуссии в признании и уважении, если они проявили свою компетентность, и тем самым повышается эффективность их отдачи и заинтересованность в решении групповой задачи.

Основные функции преподавателя при проведении дискуссии:

- формулирует проблему и тему дискуссии, дает их рабочие определения;

- создает необходимую мотивацию, показывает значимость проблемы для участников дискуссии, выделяет в ней нерешенные и противоречивые моменты, определяет ожидаемый результат;

- создает доброжелательную атмосферу;

- формулирует вместе с участниками правила ведения дискуссии;

- добивается однозначного семантического понимания терминов и понятий;

- способствует поддержанию высокого уровня активности всех участников, следит за соблюдением регламента и темы дискуссии;

- фиксирует предложенные идеи на плакате или на доске, чтобы исключить повторение и стимулировать дополнительные вопросы;

- участвует в анализе высказанных идей, мнений, позиций; подводит промежуточные итоги, чтобы избежать движения дискуссии по кругу.

- обобщает предложения, высказанные группой, и подытоживает все достигнутые выводы и заключения;

- сравнивает достигнутый результат с исходной целью.

При проведении дискуссии могут использоваться различные организационные формы занятий.

Разбор конкретных ситуаций (кейс-метод). Метод кейсов представляет собой изучение, анализ и принятие решений по ситуации, которая возникла в результате происшедших событий, реальных ситуаций или может возникнуть при определенных обстоятельствах в конкретной организации в тот или иной момент времени.

Цели использования кейс-метода:

- развитие навыков анализа и критического мышления;

- соединение теории и практики;
- представление примеров принимаемых решений и их последствий;
- демонстрация различных позиций и точек зрения;
- формирование навыков оценки альтернативных вариантов в условиях неопределенности.

Метод разбора конкретных ситуаций может быть представлен такими своими разновидностями как решение ситуационных задач, выполнение ситуационных упражнений, кейс-стадии, метод «инцидента» и проч.

При разработке содержания кейсов (конкретных ситуаций) следует соблюдать следующие требования к учебному кейсу:

- Кейс должен опираться на знания основных разделов дисциплины, а не каких-то частностей.
- Кейс должен содержать текстовый материал (описание) и другие виды подачи информации (таблицы, графики, диаграммы, иллюстрации и т. п.).
- Кейс не должен содержать прямой формулировки проблемы.
- Кейс должен быть написан профессиональным языком, но в интересной для чтения форме.
- Кейс должен быть основан на реальных материалах, но названия компаний, товаров, географических мест и т. п. сведения могут быть изменены. Об этом должно быть сказано в сноске к описанию кейса.

3.6.5. Рекомендуется следующая структура кейса:

1. Описание ситуации.

2. Дополнительная информация в виде форм отчетности, статистических и аналитических таблиц, графиков, диаграмм, исторических справок о компании, списка источников и любой другой информации, которая нужна для анализа ситуации.

3. Методическая записка (1–2 стр.), содержащая как рекомендации для студента, анализирующего кейс, так и для преподавателя, который организует обсуждение кейса.

4. Перечень вопросов, которые должны помочь студентам понять его основное содержание, сформулировать проблему и соотнести проблему с соответствующими разделами учебной дисциплины.

Деловые и ролевые игры

Ролевая игра – это эффективная отработка вариантов поведения в тех ситуациях, в которых могут оказаться обучающиеся (например, аттестация, защита или презентация какой-либо разработки, конфликт с однокурсниками и др.). Игра позволяет приобрести навыки принятия ответственных и безопасных решений в учебной ситуации. Признаком, отличающим ролевые игры от деловых, является отсутствие системы оценивания по ходу игры.

Существенные признаки ролевой игры:

- наличие игровой ситуации;
- набор индивидуальных ролей;
- несовпадение ролевых целей участников игры, принимающих на себя и исполняющих различные роли;
- игровое взаимодействие участников игры;
- проигрывание одной и той же роли разными участниками;
- групповая рефлексия процесса и результата.

Деловая игра – форма воссоздания предметного и социального содержания будущей профессиональной деятельности специалиста, моделирования тех систем отношений, которые характерны для этой деятельности, моделирования профессиональных проблем, реальных противоречий и затруднений, испытываемых в типичных профессиональных проблемных ситуациях.

Существенные признаки деловой игры:

- моделирование процесса труда (деятельности) руководителей и специалистов по выработке профессиональных решений;
- наличие общей цели у всей группы;
- распределение ролей между участниками игры;
- различие ролевых целей при выработке решений;
- взаимодействие участников, исполняющих те или иные роли;
- групповая выработка решений участниками игры;
- реализация цепочки решений в игровом процессе;
- многоальтернативность решений;
- наличие управляемого эмоционального напряжения.

Тренинг – форма активного обучения, целью которого является передача знаний, развитие некоторых умений и навыков; метод создания условий для самораскрытия участников и самостоятельного поиска ими способов решения проблем.

Специфические черты тренингов как групповой формы обучения:

- соблюдение определенных принципов групповой работы;
- нацеленность на психологическую помощь участникам группы в саморазвитии, которая исходит не только от ведущего, но и от самих участников;
- наличие постоянной группы (обычно от 7 до 15 человек), периодически собирающейся на встречи или работающей непрерывно в течение нескольких дней;
- определенная пространственная организация (чаще всего работа в одном и том же отдельном помещении, когда участники большую часть времени сидят в кругу);
- акцент на взаимоотношениях между участниками группы, которые развиваются и

анализируются в ситуации «здесь и теперь»;

- применение активных методов групповой работы;
- вербализованная рефлексия по поводу собственных чувств и происходящего в группе;
- атмосфера раскованности и свободы общения между участниками, климат психологической безопасности.

Обычно в тренинге используется трехуровневая модель обучения: приобретение → демонстрация → применение. Для приобретения знаний в тренинге используются информация, мини-лекция, сообщение, книги; для демонстрации - ролевые игры, кейсы и кейс-метод, живые иллюстрации и видеофильмы; для применения - ролевые и деловые игры, моделирование. Преподаватель-тренер должен владеть психолого-педагогическими знаниями и применять их в учебном процессе; владеть методами получения, накопления и преподнесения информации участникам тренинга, влияния на их поведение и отношения; уметь составлять программы учебных занятий в формате тренинга.

7. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ К ПОТРЕБНОСТЯМ ОБУЧАЮЩИХСЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ)

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основе образовательных программ среднего профессионального образования, адаптированных при необходимости для обучения данной категории обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организовано совместно с другими обучающимися.

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;- создание контента, который можно представить в различных видах без потерь данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы

лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, выступление с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля; увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет и экзамен, проводимый в письменной форме, - не более чем на 90 мин., проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин.,- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

Колледж устанавливает конкретное содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).