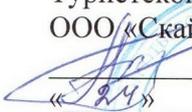


**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА»**

ФАКУЛЬТЕТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Согласовано:

Генеральный директор
Туристского агентства
ООО «Скай Про»


Бубнова А. А.
«24» 06 2021 г.



Утверждаю:


Первый проректор РМАТ
В.Ю. Питюков
«24» 06 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Профессионального модуля

ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

Специальность 43.02.10 ТУРИЗМ

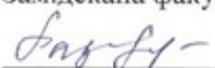
Рабочая программа профессионального модуля ПМ. 03 «Предоставление туроператорских услуг» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования к минимуму содержания и уровню подготовки специалистов среднего звена по специальности **43.02.10 Туризм** срок обучения 2 года 10 месяцев.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ. 03 «Предоставление туроператорских услуг» предназначена для обучения студентов факультета среднего профессионального образования Российской международной академии туризма, изучающих ПМ. 03 «Предоставление туроператорских услуг» в качестве профессионального модуля профессионального цикла.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ. 03 «Предоставление туроператорских услуг» рассмотрена и одобрена на заседании Совета факультета СПО.

Протокол № 4 от 24.06.21 г.

СОГЛАСОВАНО:

Зам.декана факультета СПО

Е.В.Разумовская
« 24 » 06 20 21 г.

Проректор, декан факультета СПО

В.А. Жидких
« 24 » 06 20 21 г.

Составители (авторы):

Зорин А.И. - д.п.н., профессор
Корнева И.И. - преподаватель факультета СПО РМАТ
Горунчик Т.А. - преподаватель факультета СПО РМАТ
Королёва Л.В. - к.п.н. доцент

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	29

**1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ»
включающий междисциплинарные курсы
«МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности»
и «МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме»**

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью программы подготовки специалиста среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО 43.02.10 Туризм срок обучения 1 год 10 месяцев + заочное, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Предоставление туроператорских услуг» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

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

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля

Очная форма обучения, 1 год 10 месяцев

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 312 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 204 часа;
 самостоятельной работы обучающегося – 108 часов;
 учебной и производственной практики – 144 часа.

Всего часов с учетом практик: 456 часов.

Заочная форма обучения, 2 года 10 месяцев

Всего – 456 часов, в том числе:
 максимальной учебной нагрузки обучающегося – 312 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 40 часа;
 самостоятельной работы обучающегося – 272 часов;
 учебной и производственной практики – 144 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Предоставление турагентских услуг», 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 ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Объем профессионального модуля и виды учебной работы Очная форма обучения, 1 год 10 месяцев

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего), в т.ч	312
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	204
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	108
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего), в т.ч.	204
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	132
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	72
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в т.ч.	108
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	72
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	36
Лекции, в т. ч.	92
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	52
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	40
Практические занятия /лабораторные занятия, в т.ч.	78/4
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	46/4
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	32
Форма контроля:	
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности – контрольная работа 5 семестр, курсовая работа – 3 семестр	
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме – зачет 3 семестр	
УП ПМ.03- дифференцированный зачет 3 семестр	36
ПП ПМ.03 - дифференцированный зачет 3 семестр	108
Курсовое проектирование МДК 03.01	30
Максимальная учебная нагрузка (всего с учетом практик)	456
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего с учетом	348

практик)	
Форма контроля по ПМ.03 - квалификационный экзамен – 3 семестр	

Заочная форма обучения, 2 года 10 месяцев

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего), в т.ч	312
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	204
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	108
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего), в т.ч.	40
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	24
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	16
Самостоятельная работа обучающегося (всего), в т.ч.	272
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	180
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	92
Лекции, в т. ч.	22
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	10
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	12
Практические занятия /лабораторные занятия, в т.ч.	14
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности	10
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме	4
Форма контроля:	
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности – контрольная работа 5 семестр, курсовая работа – 5 семестр	
МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме – зачет 5 семестр	
УП ПМ.03- дифференцированный зачет 5 семестр	36
ПП ПМ.03 - дифференцированный зачет 5 семестр	108
Курсовое проектирование МДК 03.01	4
Максимальная учебная нагрузка (всего с учетом практик)	456
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего с учетом практик)	184
Форма контроля по ПМ.03 - квалификационный экзамен – 5 семестр	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) Очная форма обучения, 1 год 10 месяцев

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности		204	
Тема 1.1 Основы туроператорской деятельности	Содержание	10	1-2
	1. Понятие туроператорской деятельности.		
	2. Международное регулирование туристской деятельности.		
	3. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России.		
	4. Нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности.		
	5. Организационно – правовые формы функционирования туроператоров.		
	6. Документация туроператорской фирмы.		
	7. Ведение туристской отчетности.		
	8. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста. Ответственность ТО перед туристом.		
	Лабораторные работы	4	
1. Анализ профиля туроператоров.			
2. Изучение технологии оформления договоров.			
3. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру.			
Тема 1.2 Технология разработки туристского продукта.	Содержание	24	2
	1. Понятие разработки туристского продукта Свойства и цели турпродукта.		
	2. Методы работы с базами данных		
	3. Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению.		
	4. Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации.		
	5. Выбор схемы работы в дестинации.		
	6. Планирование программ турпоездок		
	7. Основные правила и методика составления программ туров.		

	8.	Методика работы со справочными и информационными материалами по местам и видам размещения и питания.			
	9.	Методика работы со справочными и информационными материалами по экскурсионным объектам.			
	10.	Методика работы со справочными и информационными материалами по транспорту			
	11.	Методика расчёта стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания			
	12.	Правила расчета себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.			
	13.	Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями			
	14.	Правила оформления документов при работе государственными организациями			
	15.	Правила оформления документов при работе со страховыми компаниям.			
	Практические занятия		18		
	1.	Анализ ресурсов выбранной дестинации.			
	2.	Определение базовых услуг по заданным показателям.			
	3.	Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов.			
	4.	Составление программ тура и турпакета для российских и зарубежных клиентов.			
	5.	Составление программ тура и турпакета для российских и зарубежных клиентов.			
	6.	Расчет стоимости тура.			
Тема 1.3 Оптимизация предоставления туристских услуг.	Содержание				
	1.	Создание агентской сети и содержание агентских договоров.	10	1-2	
	2.	Основные формы работы с тургентами по продвижению и реализации турпродукта			
	3.	Правила расчётов с турагентами и способы их поощрения.			
	4.	Методика организации рекламных туров			
	5.	Техники эффективного делового общения, протокол и этикет			
	6.	Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами.			
	7.	Анализ проблем и способы устранения проблем, возникающих во время тура.			
		Практические занятия		18	
		1.	Деловая игра «Практика делового общения»		
	2.	Правила проведения семинаров и вебинаров.			
	3.	Выявление в СМИ и анализ предоставления некачественных услуг в соответствии с законодательством РФ.			
Тема 1.4 Условия создания привлекательного	Содержание				
	1	Изучение запросов потребителей.	8	1-2	
	2	Потребительские свойства турпродукта			

туристского продукта	3	Технология обслуживания.		
	4	Различные классы обслуживания в туризме.		
	5	Формирование пакета услуг для реализации индивидуальных туров.		
	Практические занятия		10	
	1	Деловая игра «Выявление запросов потребителя туристского продукта»		
	2	Виды туров и их особенности.		
	3	Отличительные особенности обслуживания VIP клиентов.		
	4	Формирование индивидуальных туров по различным направлениям.		
Самостоятельная работа при изучении МДК.03.01 «Технология и организация туроператорской деятельности»			72	
1.Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров.				
2.Выявление в СМИ, электронных изданиях и анализ предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором в соответствии с законодательством РФ. Ответственность ТО перед туристом.				
3.Характеристика отельного бренда.				
4.Анализ транспортного обслуживания в пакетных и индивидуальных турах.				
5.Составление программы экскурсионного обслуживания по маршруту в России для зарубежных туристов.				
6.Составление программы экскурсионного обслуживания в России и за рубежом для российских туристов.				
7.Особенности страхования туристов.				
8.Визовое сопровождение туристов.				
9.Разработка программы туристского обслуживания				
Курсовое проектирование			30	
Тематика курсовых работ				
1. Организация и технология образовательного выездного туризма в страну				
2.Особенности планирования турпродукта для выездного туризма.				
3. Особенности планирования турпродукта для внутреннего туризма.				
4. Методика организации рекламных туров.				
5. Особенности рекламы туристского продукта				
6. Анализ деятельности ведущего международного туроператора на примере конкретной компании				
7. Анализ сотрудничества операторов с гостиничными предприятиями.				
8. Разработка программы выездного развлекательного тура .				
9. Событийный туризм как средство развития въездного и внутреннего туризма.				
10. Организация и технология событийного тура				
11. Организация и технология экологического тура				
12. Методика работы со справочными и информационными материалами по транспорту				
13.Профессиональная этика работников туристского бизнеса.				
14. Анализ договорных отношений туроператоров с поставщиками услуг.				
15. Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами.				

	<p>16. Анализ профиля туроператоров</p> <p>17. Методы стимулирования потребителей туристского продукта</p> <p>18. Методика расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания и методикой расчета себестоимости турпакета, определения цены турпродукта.</p> <p>19. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями и государственными организациями.</p> <p>20. Правила оформления документов при работе со страховыми компаниями..</p> <p>21. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.</p> <p>22. Организация и технология делового выездного туризма в страну</p> <p>23. Анализ принципов и методов государственного регулирования туристской деятельности в РФ.</p> <p>24. Правила работы на специализированных туристических выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках.</p> <p>25. Разработка программы экскурсионно-познавательного тура для для иностранных туристов.</p> <p>26. Методы работы с базами данных и методикой работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту.</p> <p>27. Этапы планирования программ экскурсионных турпоездок.</p> <p>28. Основные правила и методика составления программ туров.</p> <p>29. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.</p> <p>30. Способы устранения проблем, возникающих во время тура.</p> <p>31. Анализ ресурсов выбранной дестинации.</p> <p>32. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.</p> <p>33. Правила расчетов с турагентами и способы их поощрения</p> <p>34. Техника эффективного делового общения, протокол и этикет</p>		
<p>МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме</p>		<p>108</p>	
<p>Тема 2.1 Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга в туризме. Становление и развитие маркетинга в туризме.</p> <p>2. Принципы маркетинга туризма. Маркетинг в профессиональной деятельности специалиста по туризму.</p> <p>3. Концепции рыночной деятельности. Концепция маркетинга в туризме. Современные тенденции развития маркетинга</p> <p>4. Уровни и координация маркетинга в туризме. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Управление маркетингом туристской организации.</p>	<p>22</p>	<p>1-2</p>

	5.	Рынок туристских услуг. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Экономические закономерности туристского рынка.		
	6.	Основные элементы окружающей среды туристской фирмы. Макросреда и микросреда. STEP-анализ, SWOT-анализ.		
	7.	Информационное обеспечение маркетинга. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований.		
	8.	Процесс маркетингового исследования.		
	9.	Организационные формы проведения маркетинговых исследований.		
	10.	Методологические основы маркетинговых исследований		
	11.	Опрос и его инструментарий. Наблюдение. Эксперимент. Экспертные оценки.		
	12.	Метод фокус-групп. Другие методы маркетинговых исследований.		
	13.	Анализ конкурентов. Построение конкурентной карты рынка		
	14.	Потребители как объект маркетинговых исследований.		
	Практические занятия		18	
	1.	Разработка плана и организация маркетингового исследования для создания нового продукта.		
	2.	Анализ туристского спроса и факторов, влияющих на него.		
	3.	Графический анализ данных о спросе на туристские услуги. Пути повышения спроса		
	4.	Проведение анализа деятельности организаций-конкурентов		
Тема 2.2 Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта.	Содержание			
	1.	Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии туристской организации.	18	1-2
	2.	Виды маркетинговых стратегий.		
	3.	Программа маркетинга.		
	4.	Бюджет маркетинга.		
	5.	Сущность и роль сегментации рынка.		
	6.	Базовые признаки сегментации и основные сегменты рынка туризма.		
	7.	Методы сегментации.		
	8.	Особенности сегментации российского туристского рынка.		
	9.	Выбор целевого рынка.		
	10.	Позиционирование туристского продукта.		
	11.	Маркетинговый комплекс.		
	12.	Планирование и разработка туристского продукта.		
	13.	Жизненный цикл турпродукта.		
	14.	Внедрение на рынок нового турпродукта.		
15.	Стратегии установления цены на туристский продукт.			

	16.	Формирование сбытовой политики, управление каналами сбыта. Контакты с торговыми представительствами других регионов и стран.		
	Практические занятия		14	
	1.	Проведение сегментации рынков для различных турпродуктов		
	2.	Позиционирование турпродукта по преимуществам		
	3.	Анализ маркетинговых стратегий турфирм региона		
	4.	Разработка программы маркетинга виртуальной турфирмы.		

Самостоятельная работа при изучении МДК.03.02 «Маркетинговые технологии в туризме»

36

1. Создание презентации по заданной тематике.
2. Проведения маркетингового исследования «Популярные туристские направления»
3. Разработка маркетингового плана компании.

Учебная практика

36

Виды работ:

1. Знакомство с правилами прохождения учебной практики.
2. Инструктаж по охране труда, противопожарной безопасности.
3. Рассмотреть виды рекламного продукта.
4. Ознакомиться с правилами работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках.
5. Изучить способы обработки статистических данных.
6. Ознакомиться с методами работы с базами данных и методикой работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту.
7. Ознакомиться с планированием программ турпоездок.
8. Изучить основные правила и методику составления программ туров.
9. Рассмотреть правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.
10. Ознакомиться со способами устранения проблем, возникающих во время тура.
11. Ознакомиться с методиками расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания и методикой расчета себестоимости турпакета, определения цены турпродукта.
12. Ознакомиться с методикой создания агентской сети и содержание агентских договоров.
13. Изучить основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.

14. Изучить методику организации рекламных туров.
15. Изучить правила расчетов с турагентами и способы их поощрения.
16. Изучить основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований.
17. Изучить технику проведения рекламной кампании.
18. Изучить методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов.
19. Изучить технику эффективного делового общения, протокол и этикет.
20. Изучить специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами

Производственная практика (по профилю специальности)

108

Виды работ:

1. Знакомство с правилами трудового распорядка организации.
2. Инструктаж по охране труда, противопожарной безопасности.
3. Осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами.
4. Проводить анализ деятельности других туркомпаний.
5. Работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации.
6. Обрабатывать информацию и анализировать результаты.
7. Налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран.
8. Работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных.
9. Работать с информационными и справочными материалами.
10. Составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов.
11. Составлять турпакеты с использованием иностранного языка.
12. Оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам.
13. Оформлять страховые полисы.
14. Вести документооборот с использованием информационных технологий.
15. Анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы.
16. Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания
17. Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта
18. Работать с агентскими договорами.
19. Использовать каталоги и ценовые приложения.
20. Консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта.

21. Работать с заявками на бронирование туруслуг.
22. Предоставлять информацию турагентам по рекламным турам.
23. Использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение.
24. Использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках

Всего: 456

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).

Заочная форма обучения, 2 года 10 месяцев

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности		204	
Тема 1.1 Основы туроператорской деятельности	<p>Содержание</p> <p>Понятие туроператорской деятельности, международное регулирование туристской деятельности, нормативно-правовая база осуществления туроператорской деятельности, организационно – правовые формы функционирования туроператоров. Документация туроператорской фирмы, права и обязанности туроператора, турагента и туриста.</p>	2	1-2
	<p>Практическая работы</p>	2	
	<p>1. Изучение технологии оформления договоров.</p> <p>2. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру.</p>		
Тема 1.2 Технология разработки туристского продукта.	<p>Содержание</p> <p>1 Понятие разработки туристского продукта. Свойства и цели турпродукта. Основные правила и методика составления программ туров.</p> <p>Методика работы со справочными и информационными материалами по местам и видам размещения и питания, информационными материалами по экскурсионным объектам, расчёта стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания</p>	4	2
	<p>Практические занятия</p>	4	
	<p>1. Анализ ресурсов выбранной дестинации.</p> <p>2. Определение базовых услуг по заданным показателям.</p>		

	3.	Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов.		
	4.	Составление программ тура и турпакета для российских и зарубежных клиентов.		
	5.	Составление программ тура и турпакета для российских и зарубежных клиентов.		
	6.	Расчет стоимости тура.		
Тема 1.3 Оптимизация предоставления туристских услуг.	Содержание			
	1.	Создание агентской сети и содержание агентских договоров.	2	1-2
	2.	Основные формы работы с тургентами по продвижению и реализации турпродукта		
	3.	Правила расчётов с турагентами и способы их поощрения.		
	Практические занятия		2	
1.	Деловая игра «Практика делового общения»			
Тема 1.4 Условия создание привлекательного туристского продукта	Содержание			
	1	Изучение запросов потребителей.	2	1-2
	2	Потребительские свойства турпродукта		
	3	Технология обслуживания.		
	4	Различные классы обслуживания в туризме.		
	5	Формирование пакета услуг для реализации индивидуальных туров.		
	Практические занятия		2	
1	Деловая игра «Выявление запросов потребителя туристского продукта»			
Самостоятельная работа при изучении МДК.03.01 «Технология и организация туроператорской деятельности»			180	
1.Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров. 2.Выявление в СМИ, электронных изданиях и анализ предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором в соответствии с законодательством РФ. Ответственность ТО перед туристом. 3.Характеристика отельного бренда. 4.Анализ транспортного обслуживания в пакетных и индивидуальных турах. 5.Составление программы экскурсионного обслуживания по маршруту в России для зарубежных туристов. 6.Составление программы экскурсионного обслуживания в России и за рубежом для российских туристов. 7.Особенности страхования туристов. 8.Визовое сопровождение туристов. 9.Разработка программы туристского обслуживания 10. Анализ профиля туроператоров. 11.Методика организации рекламных туров 12.Техники эффективного делового общения, протокол и этикет 13.Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами. 14.Анализ проблем и способы устранения проблем, возникающих во время тура.				

<p>15. Правила проведения семинаров и вебинаров. 16. Выявление в СМИ и анализ предоставления некачественных услуг в соответствии с законодательством РФ. 17. Виды туров и их особенности. 18. Отличительные особенности обслуживания VIP клиентов. 19. Формирование индивидуальных туров по различным направлениям. 20. Изучение правила расчета себестоимости турпакета и определение цены турпродукта. 21. Изучение правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями 22. Изучение правила оформления документов при работе государственными организациями 23. Изучение правила оформления документов при работе со страховыми компаниям.</p>		
<p>Курсовое проектирование</p>	<p>4</p>	
<p>Тематика курсовых работ</p> <p>1. Организация и технология образовательного выездного туризма в страну 2. Особенности планирования турпродукта для выездного туризма. 3. Особенности планирования турпродукта для внутреннего туризма. 4. Методика организации рекламных туров. 5. Особенности рекламы туристского продукта 6. Анализ деятельности ведущего международного туроператора на примере конкретной компании 7. Анализ сотрудничества операторов с гостиничными предприятиями. 8. Разработка программы выездного развлекательного тура . 9. Событийный туризм как средство развития въездного и внутреннего туризма. 10. Организация и технология событийного тура 11. Организация и технология экологического тура 12. Методика работы со справочными и информационными материалами по транспорту 13. Профессиональная этика работников туристского бизнеса. 14. Анализ договорных отношений туроператоров с поставщиками услуг. 15. Специфика норм общения с иностранными клиентами и агентами. 16. Анализ профиля туроператоров 17. Методы стимулирования потребителей туристского продукта</p> <p>18. Методика расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания и методикой расчета себестоимости турпакета, определения цены турпродукта. 19. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями и государственными организациями. 20. Правила оформления документов при работе со страховыми компаниям.. 21. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта. 22. Организация и технология делового выездного туризма в страну 23. Анализ принципов и методов государственного регулирования туристской деятельности в РФ. 24. Правила работы на специализированных туристических выставках, методы анализа результатов деятельности на</p>		

<p>выставках.</p> <p>25. Разработка программы экскурсионно-познавательного тура для для иностранных туристов.</p> <p>26. Методы работы с базами данных и методикой работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту.</p> <p>27. Этапы планирования программ экскурсионных турпоездок.</p> <p>28. Основные правила и методика составления программ туров.</p> <p>29. Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.</p> <p>30. Способы устранения проблем, возникающих во время тура.</p> <p>31. Анализ ресурсов выбранной дестинации.</p> <p>32. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.</p> <p>33. Правила расчетов с турагентами и способы их поощрения</p> <p>34. Техника эффективного делового общения, протокол и этикет</p>			
<p>МДК 03.02</p> <p>Маркетинговые технологии в туризме</p>		108	
<p>Тема 2.1 Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.</p>	Содержание		
	1. Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга в туризме. Становление и развитие маркетинга в туризме.	6	1-2
	2. Принципы маркетинга туризма. Маркетинг в профессиональной деятельности специалиста по туризму.		
	3. Концепции рыночной деятельности. Концепция маркетинга в туризме. Современные тенденции развития маркетинга		
	4. Уровни и координация маркетинга в туризме. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Управление маркетингом туристской организации.		
	5. Рынок туристских услуг. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Экономические закономерности туристского рынка.		
	6. Основные элементы окружающей среды туристской фирмы. Макросреда и микросреда. STEP-анализ, SWOT-анализ.		
	7. Информационное обеспечение маркетинга. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований.		
	8. Процесс маркетингового исследования.		
	9. Организационные формы проведения маркетинговых исследований.		
	10. Методологические основы маркетинговых исследований		
	11. Опрос и его инструментарий. Наблюдение. Эксперимент. Экспертные оценки.		
	12. Метод фокус-групп. Другие методы маркетинговых исследований.		
	13. Анализ конкурентов. Построение конкурентной карты рынка		
	14. Потребители как объект маркетинговых исследований.		

	Практические занятия	2	
	1. Разработка плана и организация маркетингового исследования для создания нового продукта.		
Тема 2.2 Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта.	Содержание		
	1. Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии туристской организации.	6	1-2
	2. Виды маркетинговых стратегий.		
	3. Программа маркетинга.		
	4. Бюджет маркетинга.		
	5. Сущность и роль сегментации рынка.		
	6. Базовые признаки сегментации и основные сегменты рынка туризма.		
	7. Методы сегментации.		
	8. Особенности сегментации российского туристского рынка.		
	9. Выбор целевого рынка.		
	10. Позиционирование туристского продукта.		
	11. Маркетинговый комплекс.		
	12. Планирование и разработка туристского продукта.		
	13. Жизненный цикл турпродукта.		
	14. Внедрение на рынок нового турпродукта.		
	15. Стратегии установления цены на туристский продукт.		
	16. Формирование сбытовой политики, управление каналами сбыта. Контакты с торговыми представительствами других регионов и стран.		
Практические занятия	2		
1. Проведение сегментации рынков для различных турпродуктов			

Самостоятельная работа при изучении МДК.03.02 «Маркетинговые технологии в туризме»

92

1. Создание презентации по заданной тематике.
2. Проведения маркетингового исследования «Популярные туристские направления»
3. Разработка маркетингового плана компании.
4. Анализ туристского спроса и факторов, влияющих на него.
5. Графический анализ данных о спросе на туристские услуги. Пути повышения спроса
6. Проведение анализа деятельности организаций-конкурентов
7. Позиционирование турпродукта по преимуществам
8. Анализ маркетинговых стратегий турфирм региона
9. Разработка программы маркетинга виртуальной турфирмы.

Виды работ:

21. Знакомство с правилами прохождения учебной практики.
22. Инструктаж по охране труда, противопожарной безопасности.
23. Рассмотреть виды рекламного продукта.
24. Ознакомиться с правилами работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках.
25. Изучить способы обработки статистических данных.
26. Ознакомиться с методами работы с базами данных и методикой работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту.
27. Ознакомиться с планированием программ турпоездов.
28. Изучить основные правила и методику составления программ туров.
29. Рассмотреть правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями.
30. Ознакомиться со способами устранения проблем, возникающих во время тура.
31. Ознакомиться с методиками расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания и методикой расчета себестоимости турпакета, определения цены турпродукта.
32. Ознакомиться с методикой создания агентской сети и содержание агентских договоров.
33. Изучить основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта.
34. Изучить методику организации рекламных туров.
35. Изучить правила расчетов с турагентами и способы их поощрения.
36. Изучить основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований.
37. Изучить технику проведения рекламной кампании.
38. Изучить методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов.
39. Изучить технику эффективного делового общения, протокол и этикет.
40. Изучить специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами

Производственная практика (по профилю специальности)**Виды работ:**

25. Знакомство с правилами трудового распорядка организации.
26. Инструктаж по охране труда, противопожарной безопасности.
27. Осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами.

28. Проводить анализ деятельности других туркомпаний.
29. Работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации.
30. Обрабатывать информацию и анализировать результаты.
31. Налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран.
32. Работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных.
33. Работать с информационными и справочными материалами.
34. Составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов.
35. Составлять турпакеты с использованием иностранного языка.
36. Оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам.
37. Оформлять страховые полисы.
38. Вести документооборот с использованием информационных технологий.
39. Анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы.
40. Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания
41. Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта
42. Работать с агентскими договорами.
43. Использовать каталоги и ценовые приложения.
44. Консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта.
45. Работать с заявками на бронирование туруслуг.
46. Предоставлять информацию турагентам по рекламным турам.
47. Использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение.
48. Использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках

Всего: 456

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).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ4

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Туроператорской и турагентской деятельности».

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект образцов документов по бронированию; комплект учебно-методической документации.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- доска,
- ученические столы 2 местные с комплектом стульев
- стол для преподавателя,
- демонстрационный стеллаж,
- шкафы для хранения дидактических материалов, пособий и пр.;

Технические средства обучения:

- мультимедийный проектор;

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории:

- столы,
- стулья,
- компьютер преподавателя,
- компьютеры для студентов,

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, в ходе которой используется материально-техническое обеспечение базы практики.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная:

Дополнительная литература:

1. Новиков В.С.: Инновации в туризме. – М.: Академия, 2017.

Электронные ресурсы:

www.rostourunion.ru - сайт Российского союза туриндустрии

www.tourdom.ru – профессиональный туристический портал

www.tourinfo.ru – официальный сайт газеты «Турифо»

тонкости туризма

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса.

Консультации для обучающихся в очной форме обучения предусматриваются образовательной организацией из расчета 4 часа на одного обучающегося на каждый учебный год, в том числе в период реализации образовательной программы среднего общего образования для

лиц, обучающихся на базе основного общего образования. Формы проведения консультаций (групповые, индивидуальные, письменные, устные) определяются образовательной организацией.

Практика является обязательным разделом ППССЗ. Она представляет собой вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. При реализации ППССЗ предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная.

Учебная практика и производственная практика (по профилю специальности) проводятся образовательной организацией при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и могут реализовываться как концентрированно в несколько периодов, так и рассредоточенно, чередуясь с теоретическими занятиями в рамках профессиональных модулей.

Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются образовательной организацией по каждому виду практики.

Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

Предшествовать освоению данного модуля должно изучение дисциплины математического и общего естественнонаучного цикла «Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности», общепрофессиональной дисциплины «Организация туристской индустрии», общепрофессиональной дисциплины «Менеджмент» а также параллельное изучение общепрофессиональной дисциплины «Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса.

Реализация ППССЗ должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг». Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего образования, соответствующего профилю модуля, и опыта практической деятельности в соответствующей

профессиональной сфере. Эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. 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 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований	<i>Для текущего контроля:</i> оценка работы на практических занятиях, оценка выполнения самостоятельных работ
	качество организации и проведения сбора данных	
	качество составления заключительного отчета маркетинговых исследований	
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.	составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий	
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.	оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта	
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	
	подготовка электронной презентации тура	
	разработка качественного рекламного продукта	
	оценка эффективности программы продвижения	
	разработка фирменного стиля туристской фирмы	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей	Демонстрация интереса к будущей профессии.	<i>Для текущего контроля:</i>

будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности	оценка работы на практических занятиях, оценка выполнения самостоятельных работ <i>Для промежуточной аттестации:</i> дифференцированный зачет
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области рекламной деятельности	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Демонстрация способности 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	Нахождение информации для выполнения профессионального и личностного развития и ее использование	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Развитие самоменеджмента обучающегося; Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения задания	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; анализ инноваций в области туристской деятельности	

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Для того, чтобы обучение было не формальным, а направленным на благо студента с ограниченной дееспособностью или инвалида, его лучшую социализацию в общество, в массовом образовательном учреждении необходимо создавать специальные образовательные условия, включающие наличие специальных знаний у профессорско- преподавательского состава учреждения.

Большинство преподавателей вузов не обладают минимумом знаний, необходимым для работы со студентами с ОВЗ. Учитывая, что высшее учебное заведение становится местом, где обучаются студенты с ОВЗ, рекомендуется обратить особое внимание на следующие факторы:

использование методик «вовлечения» участников в учебный процесс, использования средств визуализации и коммуникации в учебном процессе;

решение технических проблем обеспечения высокого качества трансляции и приема потоковых трансляций, обеспечение процесса занятий бесперебойно работающими каналами связи, предоставление слушателям возможности задавать вопросы преподавателям в ходе занятий, обеспечение слушателей удобными аудиториями и комфортными рабочими местами;

сопровождение процесса обучения квалифицированно разработанным web- сайтом;

совершенствование подачи содержания учебного материала, обеспечение разделов, не присутствующих в программах образования нормально развивающихся сверстников; использовать специальные методы, приемы и средства обучения (в том числе специализированные компьютерные технологии), обеспечивающие реализацию

«обходных путей» обучения; индивидуализировать обучение в большей степени, чем требуется для обычного студента; обеспечить особую пространственную и временную организацию образовательной среды; максимально раздвинуть образовательное пространство за пределы образовательного учреждения.

Общие принципы и правила работы:

1. Индивидуальный подход к каждому студенту.
2. Предотвращение наступления утомления, используя для этого разнообразные средства (чередование умственной и практической деятельности, преподнесение материала небольшими дозами, использование дидактического материала и средств наглядности).
3. Использование методов, активизирующих познавательную деятельность студентов, развивающих их и формирующих необходимые компетенции.

4. Проявление педагогического такта. Постоянное поощрение за малейшие успехи, своевременная и тактическая помощь каждому студенту, развитие в нём веры в собственные силы и возможности.

Эффективными приемами коррекционного воздействия на эмоциональную и познавательную сферу студентов с ограниченной дееспособностью являются:

- активные и интерактивные методы обучения;
- психогимнастика и релаксация, позволяющие снять мышечные спазмы и зажимы, особенно в области лица и кистей рук.

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Основные этапы практического психолого-педагогического сопровождения интегрируемого студента в учебном заведении

1. Выявление и анализ проблем у конкретного студента.
2. Определение возможности интеграции конкретного студента, условий и форм интеграции.
3. Составление плана интегрированного обучения, включая: определение вида и объема необходимой адаптации (образовательной, технологической и др.), оказание дополнительной специальной помощи.
4. Проведение предварительной организационно-коррекционной работы:
 - со студентом и его родителями;
 - студентами и НПП, с родителями, работниками учебного заведения.
5. При необходимости разработка индивидуальных учебных программ в зависимости от уровня возможностей и способностей студента.
доступности для восприятия, структурированность, насыщенность визуализированными учебными материалами, слайдами, в том числе - учебными материалами по использованию специфического компьютерного оборудования;
использование приемов и технологий оказания педагогической и психологической помощи студентам с ОВЗ;
тщательную подготовку системы организационного обеспечения учебных занятий, включая обеспеченность сопутствующими материалами, средствами коммуникации, печатными материалами и руководствами;
разработать систему договорных отношений, устанавливающую права и обязанности участников, провести обучение персонала, обеспечить наличие достаточного количества технического и обслуживающего персонала для оказания помощи студентам с ОВЗ и инвалидам.
Особые образовательные потребности различаются у студентов разных категорий, поскольку задаются спецификой нарушения дееспособности и определяют особую логику построения учебного процесса, находят свое отражение в структуре и содержании образования.

Наряду с этим можно выделить особые по своему характеру потребности, свойственные всем студентам с ОВЗ: ввести в содержание обучения специальные

Необходимым условием организации успешного обучения и развития студентов с ограниченными возможностями здоровья является создание адаптивной среды, позволяющей обеспечить их полноценную интеграцию и личностную самореализацию. В образовательном учреждении должны быть созданы надлежащие материально-технические условия, обеспечивающие возможность для беспрепятственного доступа детей с недостатками физического и психического развития в здания и помещения образовательного учреждения

Необходимо обеспечить психолого-педагогическое сопровождение студента с ограниченными возможностями здоровья на протяжении всего периода его обучения. Это сопровождение включает не только специальную коррекционно-развивающую работу в его индивидуальной и групповой форме, но обязательно и работу с администрацией образовательного учреждения, педагогическим и студенческим коллективом, родителями.

С целью обеспечения диагностико-коррекционного психологопедагогического сопровождения обучающихся с ОВЗ.

Заместитель директора по учебно-воспитательной работе, куратор оказывают систематическую организационно-методическую помощь ППС, которые работают со студентами с ОВЗ в определении направлений и планировании работы, анализирует результаты обучения.

Преподаватели, работающие со студентами с особыми образовательными потребностями, проводят систематическое углубленное изучение обучающихся с целью выявления их индивидуальных особенностей и определения направлений развивающей работы, фиксируют динамику развития, ведут учет освоения ими учебной программы.

Текущие и этапные результаты адаптации, продвижения в развитии и личностном росте обучающихся, формирования навыков образовательной деятельности, освоения учебной программы, показатели функционального состояния их здоровья фиксируются в процессе сопровождения обучающегося.