федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Р. Филиппова»

Агротехнический колледж

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор АТК
_____
_____
«__»_____20__г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА
ПМ.03. Предоставление туроператорских услуг
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме

Специальность
43.02.10 Туризм

Квалификация выпускника
Специалист по туризму
Форма обучения
очная

Разработчик (и)	_____ подпись	_____ И.О.Фамилия
Внутренние эксперты:		
Председатель методической комиссии	_____ подпись	_____ И.О.Фамилия
Заведующий методическим кабинетом УМУ	_____ подпись	_____ И.О.Фамилия
Директор библиотеки	_____ подпись	_____ И.О.Фамилия

Улан-Удэ, 20__

Программа междисциплинарного курса разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее - ФГОС СПО) по специальности 43.02.10 Туризм

Программа междисциплинарного курса рассмотрена и одобрена на заседании Методической комиссии колледжа

от «___»_____201__г., протокол №____.

Председатель методической комиссии _____ _____
подпись И.О.Фамилия

Внешний эксперт (представитель работодателя)_____
_____

_____ _____
подпись И.О.Фамилия

№ п/п	На учебный год	Одобрено на заседании МК		«УТВЕРЖДАЮ» Директор АТК _____ (ФИО)	
		Протокол	Дата	Подпись	Дата
1	20__/20__г.г.	№____	«__»__20__г		«__»__20__г
2	20__/20__г.г.	№____	«__»__20__г		«__»__20__г
3	20__/20__г.г.	№____	«__»__20__г		«__»__20__г
4	20__/20__г.г.	№____	«__»__20__г		«__»__20__г
5	20__/20__г.г.	№____	«__»__20__г		«__»__20__г

ОГЛАВЛЕНИЕ

		СТР.
1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА	5
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА	10
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА	11
5.	РЕЗУЛЬТАТ ОСВОЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА	12
6.	ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	13

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме

1.1. Область применения программы

Программа междисциплинарного курса является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм.

1.2. Место междисциплинарного курса в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: междисциплинарный курс МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме относится к профессиональному модулю ПМ.03. Предоставление туроператорских услуг.

1.3 Цели и задачи междисциплинарного курса – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

Целью освоения междисциплинарного курса является получение обучающимися знаний и умений, обеспечивающих профессиональную деятельность работников предприятий в сфере туризма.

Задачами междисциплинарного курса являются: сформировать комплекс основных понятий составляющих основу туроператорской деятельности и базовых практических навыков, необходимых для практики турбизнеса

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен уметь**:**

определять и анализировать потребности заказчика; выбирать оптимальный туристский продукт; осуществлять маркетинговую деятельность по приоритетным товарам; составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров; разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах; представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям; разрабатывать ценовую политику применительно к конкретным сегментам рынка; формировать каналы товародвижения от продуцента к потребителю, используя как прямые, так и косвенные методы торговли; разрабатывать рыночную стратегию и программы маркетинга по соответствующим товарам (услугам).

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен знать**:**

содержание и структуру маркетинговых программ; принципы сегментации и выбора целевых рыночных сегментов, окон или ниш; технологии использования базы данных; особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов; основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме; виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий; характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости

1.4. Перечень компетенций в результате освоения междисциплинарного курса:

В результате освоения междисциплинарного курса обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

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.

ПК 3.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

ПК 3.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.

ПК 3.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 3.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы междисциплинарного курса:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 126 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 84 часов;

самостоятельной работы обучающегося 42 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

2.1. Объем междисциплинарного курса и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	126
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	84
в том числе:	
практические занятия	60
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	42
в том числе:	
Внеаудиторная самостоятельная работа	42
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета	

2.2. Тематический план и содержание междисциплинарного курса МДК.03.02. МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	**2**	**3**	**4**
Раздел 1.	**Маркетинг в туризме**		
Тема 1.1. Социально-экономическая сущность маркетинга. Концепции маркетинга	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Определение понятия маркетинг 2 Основные понятия маркетинга 3 Направления изучения рынка 4 Основные концепции развития рыночных отношений 5 Разновидности маркетинга и их применение		*1*
	Практические занятия Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*4*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради Доклад «История возникновения и основные этапы развития маркетинга»	*4*	
Тема 1.2. Структура маркетинговой деятельности в туризме	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Классический комплекс маркетинга. 2 Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности.		*1*
	Практические занятия Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*4*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради.	*2*	
Тема 1.3. Туристский рынок и его характеристики. Сегментация рынка туристских услуг	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Понятие о туристском рынке 2 Функции туристского рынка. 3 Сегментация туристского рынка 4 Цели сегментирования рынка 5 Основные критерии и принципы сегментирования 6 Выбор целевого рынка и стратегии охвата целевых сегментов		*2*
	Практические занятия Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*6*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради.	*4*	
Тема 1.4. Объекты и субъекты	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Основные объекты маркетинга 2 Классификация (матрица) потребностей		*2-3*

маркетинговой деятельности	3 Виды спроса и типы маркетинга в зависимости от состояния спроса 4 Основные группы субъектов маркетинга 5 Потребители как субъект маркетинговой деятельности		
	Практические занятия Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*6*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради. Доклад «Модель покупательского поведения»	*4*	
Раздел 2	**Маркетинговые технологии в сфере туризме**		
Тема 2.1. Маркетинговая среда предприятия	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Понятие маркетинговой среды предприятия 2 Микросреда предприятия 3 Макросреда предприятия		*2-3*
	Практические занятия Дискуссия. Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*4*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради.	*2*	
Тема 2.2. Продуктовая политика в маркетинге туризма	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Продуктовая, инновационная, ассортиментная политика 2 Жизненный цикл турпродукта 3 Упаковка товара 4 Маркировка товара 5 Товарные знаки		*2-3*
	Практические занятия Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*6*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради.	*4*	
Тема 2.3. Товарная политика	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Понятие товарной политики 2 Классификация товаров 3 Разработка товаров-новинок		*2-3*
	Практические занятия Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*4*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради.	*2*	
Тема 2.4. Ценовая политика	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Цена как элемент рыночного механизма. Функции цены 2 Система цен и их классификация		*2-3*

предприятия	3 Методы ценообразования		
	Практические занятия Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*4*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради. Доклад «Стратегии ценообразования»	*4*	
Тема 2.5. Сбытовая политика предприятия	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Сущность сбытовой политики предприятия 2 Каналы распределения товаров 3 Виды торговых посредников 4 Система и стратегия продвижения товара		*2-3*
	Практические занятия Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*6*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради.	*2*	
Тема 2.6. Маркетинговые коммуникации в туризме	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Сущность, значение и специфика маркетинговых коммуникаций в туризме 2 Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций 3 Брендинг на рынке туристских услуг 4 Интегрированные маркетинговые коммуникации в туризме		*2-3*
	Практические занятия Круглый стол. Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*4*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради.	*4*	
Тема 2.7. Управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Маркетинговая информационная система предприятия и методы сбора информации 2 Организация и содержание маркетинговых исследований 3 Организационная структура маркетинговых служб предприятия и основные требования к ее построению 4 Контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности		*2-3*
	Практические занятия Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*6*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради. Доклад «Стратегическое планирование и маркетинговая программа»	*4*	
Тема 2.8. Анализ маркетинговой	Содержание учебного материала	*2*	
	1 Анализ конкурентной среды 2 Анализ конкурентоспособности турпродукта		*2-3*

деятельности туристского предприятия	3 Изучение поведения потребителей		
	Практические занятия Решение задач. Обсуждение вопросов по теме	*6*	
	Самостоятельная работа обучающихся Проработка конспектов занятий; подготовка ответов на контрольные вопросы в тетради.	*6*	
	Всего:	*126*	

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)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализация междисциплинарного курса используются: учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Кабинет менеджмента) (Кабинет документационного обеспечения управления) (Кабинет правового обеспечения профессиональной деятельности) (533): 23 посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, доска аудиторная, доска аудиторная комбинированная, компьютер (Снежный барс Alh64), компьютер (Селерон-2000, монитор TFT 19 ACER) с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС – 9 шт., мультимедиа-проектор Aser, проекционный экран, 1 стенд Список ПО на компьютерах: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level , Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE; помещение для самостоятельной работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (Кабинет информационно-экскурсионной деятельности) (Лаборатория делопроизводства и оргтехники) (408): 20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью, учебная доска, компьютеры (Снежный барс Athlon IIX2) с подключения к сети Интернет и доступом в ЭИОС – 7 шт. 2 стенда Список ПО на компьютерах: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса, Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level , Microsoft OfficeProPlus 2016 RUS OLP NL Acdmc. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OLP NL AE

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Абабков, Ю.Н. Маркетинг в туризме [Текст] : Учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2018. - 214 с. – Режим доступа: http://znanium.com/go.php?id=961458

2. Федько, В. П. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник / В. П. Федько, Л. А. Чикатуева. - МоскваМосква : ООО "Академцентр"ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 368 с. – Режим доступа: http://znanium.com/go.php?id=881385

Дополнительные источники:

1. Технология продаж и продвижения турпродукта : методические рекомендации к практическим занятиям обучающихся по специальности 43.02.10 Туризм / М-во сел. хоз-ва РФ, Бурятская ГСХА им. В.Р. Филиппова ; сост. С. В. Пономаренко. - Улан-Удэ : ФГБОУ ВО БГСХА, 2021. - 74 с. - **URL:** http://bgsha.ru/art.php?i=4625

2. Брянская, О. Л. Методические указания для практических занятий по междисциплинарному курсу "Маркетинговые технологии в туризме" [Электронный ресурс] / О. Л. Брянская, А. В. Колесняк. - : ФГБОУ ВО БГСХА, 2017. - 38 с. – Режим доступа: http://bgsha.ru/art.php?i=2945

3. Дурович, А. П. Реклама в туризме [Текст] : Учебное пособие / А. П. Дурович. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 158 с. – Режим доступаеhttp://znanium.com/go.php?id=1039322

4. Мазилкина, Е. И. Организация продаж гостиничного продукта [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Е. И. Мазилкина. - Москва : Издательский дом "Альфа-М"ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017. - 207 с. – Режим доступа: http://znanium.com/go.php?id=792666

Периодические издания

1. Сервис в России и за рубежом: Научный журнал/ Российский государственный университет туризма и сервиса.- Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/2491?category=2136

2. Туризм и гостеприимство: научно-практический журнал/ Полесский государственный университет.- Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/2759

3. Вестник Ассоциации ВУЗов туризма и сервиса: научно-теоретический журнал /Российский государственный университет туризма и сервиса.- Режим доступа: https://e.lanbook.com/journal/2543

Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет

1. Электронно-библиотечная система Издательства «Инфра-М» ZNANIUM.com [Электронный ресурс] : Электронно-библиотечная система / ООО «Научно-издательский центр Инфра-М» – Электрон. дан. − Режим доступа: http://znanium.com/catalog/ – Загл. с экрана (доступ только зарегистрированным пользователям)

2. Национальная электронная библиотека [Электронный ресурс] : Федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ.– Электрон. дан. − Режим доступа: https://rusneb.ru/– Загл. с экрана (доступ только зарегистрированным пользователям)

3. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» [Электронный ресурс] : – Электрон. дан. − Режим доступа: https://e.lanbook.com/ – Загл. с экрана (доступ только зарегистрированным пользователям)

4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочно-правовая система официальной информации / ООО «Правовые информационные технологии» – Электрон. дан. – Режим доступа: в локальной сети. – Загл. с экрана.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

Контроль и оценка результатов освоения междисциплинарного курса осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Темы дисциплины	Код компетенции	Наименование оценочного средства	Способ контроля
Раздел 1. Маркетинг в туризме			
Тема 1.1. Социально-экономическая сущность маркетинга. Концепции маркетинга	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Вопросы входного контроля Практические задания Контрольные вопросы	Письменный контроль Проверка задания Устный опрос
Тема 1.2. Структура маркетинговой деятельности в туризме	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Практические задания Контрольные вопросы	Проверка задания Устный опрос
Тема 1.3. Туристский рынок и его характеристики. Сегментация рынка туристских услуг	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Практические задания Контрольные вопросы	Проверка задания Устный опрос

Тема 1.4. Объекты и субъекты маркетинговой деятельности	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Практические задания Контрольные вопросы	Проверка задания Устный опрос
Раздел 2. Маркетинговые технологии в сфере туризме			
Тема 2.1. Маркетинговая среда предприятия	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Практические задания Контрольные вопросы Дискуссия	Проверка задания Устный опрос Обсуждение дискуссии
Тема 2.2. Продуктовая политика в маркетинге туризма	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Практические задания Контрольные вопросы	Проверка задания Устный опрос
Тема 2.3. Товарная политика	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Практические задания Контрольные вопросы	Проверка задания Устный опрос
Тема 2.4. Ценовая политика предприятия	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Практические задания Контрольные вопросы	Проверка задания Устный опрос
Тема 2.5. Сбытовая политика предприятия	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Практические задания Контрольные вопросы	Проверка задания Устный опрос
Тема 2.6. Маркетинговые коммуникации в туризме	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Практические задания Контрольные вопросы	Проверка задания Устный опрос
Тема 2.7. Управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Практические задания Контрольные вопросы Круглый стол	Письменно Устно Обсуждение итогов игры
Тема 2.8. Анализ маркетинговой деятельности туристского предприятия	ОК 1-ОК 9, ПК 3.1-ПК 3.4	Практические задания Контрольные вопросы	Проверка задания Устный опрос

5 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:	
			знать	уметь
1	ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	содержание и структуру маркетинговых программ; принципы сегментации и выбора целевых рыночных сегментов, окон или ниш; технологии использования базы данных; особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов; основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме; виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий; характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости	определять и анализировать потребности заказчика; выбирать оптимальный туристский продукт; осуществлять маркетинговую деятельность по приоритетным товарам; составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров; разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках,
2	ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество		
3	ОК3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях		
4	ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.		
5	ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной		

		деятельности		ярмарках, форумах; представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям; разрабатывать ценовую политику применительно к конкретным сегментам рынка; формировать каналы товародвижения от продуцента к потребителю, используя как прямые, так и косвенные методы торговли; разрабатывать рыночную стратегию и программы маркетинга по соответствующим товарам (услугам
6	**ОК 6.**	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями		
7	**ОК 7**	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий		
8	**ОК 8**	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации		
9	**ОК 9**	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.		
10	**ПК 3.1.**	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта		
11	**ПК 3.2.**	Формировать туристский продукт		
12	**ПК 3.3.**	Рассчитывать стоимость туристского продукта		
13	**ПК 3.4.**	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта		
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета				

6. ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Организационно-педагогическое, психолого-педагогическое сопровождение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основании соответствующей рекомендации в заключении психолого-медико-педагогической комиссии или индивидуальной программе реабилитации инвалида. Академия, по заявлению обучающегося, создает специальные условия для получения высшего образования инвалидами и лицам с ограниченными возможностями здоровья:

- использование специализированных (адаптированных) рабочих программ дисциплин (модулей) и методов обучения и воспитания, включая наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети «Интернет» для слабовидящих;

- использование специальных учебников, учебных пособий и других учебно-методических материалов, включая альтернативные форматы печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- использование специальных технических средств обучения (мультимедийное оборудование, оргтехника и иные средства) коллективного и индивидуального пользования, включая установку мониторов с возможностью трансляции субтитров, обеспечение надлежащими звуковыми воспроизведениями информации;
- предоставление услуг ассистента (при необходимости), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь или услуги сурдопереводчиков / тифлосурдопереводчиков;
- проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий для разъяснения отдельных вопросов изучаемой дисциплины (модуля);
- проведение процедуры оценивания результатов обучения возможно с учетом особенностей нозологий (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.) при использовании доступной формы предоставления заданий оценочных средств и ответов на задания (в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме аудиозаписи, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода) с использованием дополнительного времени для подготовки ответа;
обеспечение беспрепятственного доступа обучающимся в учебные помещения, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений);
- обеспечение сочетания онлайн и офлайн технологий, а также индивидуальных и коллективных форм работы в учебном процессе, осуществляемом с использованием дистанционных образовательных технологий;
- и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение ОПОП СПО.

В целях реализации ОПОП СПО в академии оборудована безбарьерная среда, учитывающая потребности лиц с нарушением зрения, с нарушениями слуха, с нарушениями опорно-двигательного аппарата. Территория соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Вход в учебный корпус оборудован пандусами, стекла входных дверей обозначены специальными знаками для слабовидящих, используется система Брайля. Сотрудники охраны знают порядок действий при прибытии в академию лица с ограниченными возможностями. В академии создана толерантная социокультурная среда, осуществляется необходимое сопровождение образовательного процесса, при необходимости предоставляется волонтерская помощь обучающимся инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья.

Лист внесения изменений

Номер изменения	Дата внесения изменения	Кем утверждено	Примечание