|  |
| --- |
| **Частное профессиональное образовательное учреждение**  **«ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **аттестационный лист по практике**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,  *Фамилия, Имя, Отчество*  студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ группы по специальности 43.02.10 Туризм  *код и наименование специальности*  прошел(ла) производственную практику по профессиональному модулю  ПМ 03.Предоставление туроператорских услуг  *Наименование профессионального модуля*  с «\_\_\_»\_\_\_\_\_20\_\_ г. по «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г. в организации  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  *наименование организации, юридический адрес* | | |
| **Оценка выполнения работ** | | |
| Коды и наименования проверяемых компетенций | Виды работ | Оценка  (освоен/не освоен) |
| ПК 3.1.Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта | осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;  проводить анализ деятельности других туркомпаний;  работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;  работать с информационными и справочными материалами; |  |
| ПК 3.5. Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг | 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; |  |
| ПК 3.6. Использовать туристские ресурсы России для организации внутреннего туризма | использовать рекреационные возможности регионов России со знанием их особенностей; |  |
| ПК 3.7 Ориентироваться в содержании всех этапов маркетинговых исследований | выявлять проблемы и формулировать цели исследования;  отбирать источники, собирать и анализировать вторичную информацию;  планировать и организовывать сбор первичной информации.  систематизировать и анализировать собранную информацию.  Предоставлять полученные результаты исследования. |  |
| Дата «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. Подпись руководителя практики  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ ФИО, должность  Дата «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. Подпись ответственного лица организации (базы практики)  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ ФИО, должность | | |