|  |
| --- |
| **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 модулюПМ 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, должностьДата «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. Подпись ответственного лица организации (базы практики)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ ФИО, должность |