

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

СОГЛАСОВАНО
Директор
ООО «ПАРАМИГА»
 М.И. Урсова

«23» мая 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ
Декан СПФ
 Т.В. Поштарева
«23» мая 2022 г.


ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(по профилю специальности)
по профессиональному модулю
«Предоставление туроператорских услуг»


Специальность: 43.02.10 Туризм


Квалификация выпускника – специалист по туризму


Форма обучения: очная, заочная

Год начала подготовки – 2022

Разработана
Канд. филос. наук, доцент, доцент
кафедры ИЯТ
 Т.В. Вергун

Согласована
Зав. выпускающей кафедры ИЯТ
 Т.В. Вергун

Рекомендована
на заседании кафедры
от «23» мая 2022 г.
протокол № 10
Зав. кафедрой  Т.В. Вергун

Одобрена
на заседании учебно-методической
комиссии СПФ
от «23» мая 2022 г.
протокол № 9
Председатель УМК
 Т.В. Поштарева

Ставрополь 2022 г.

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
 2. Место дисциплины в структуре ООП
 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине
 4. Объем дисциплины и виды учебной работы
 5. Содержание и структура дисциплины
 - 5.1. Содержание дисциплины
 - 5.2. Структура дисциплины
 - 5.3. Занятия семинарского типа
 - 5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)
 - 5.5. Самостоятельная работа
 6. Образовательные технологии
 7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 8.1. Основная литература
 - 8.2. Дополнительная литература
 - 8.3. Программное обеспечение
 - 8.4. Профессиональные базы данных
 - 8.5. Информационные справочные системы
 - 8.6. Интернет-ресурсы
 - 8.7. Методические указания по освоению дисциплины
 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины
- Приложение
Дополнения и изменения к рабочей программе

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями производственной практики (по профилю специальности) являются: комплексное освоение обучающимися вида профессиональной деятельности «Предоставление туроператорских услуг» по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности.

2. ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Задачами практики являются:

- формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности «Предоставление туроператорских услуг» по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм;
- выполнение работ, предусмотренных программой практики;
- подготовка дневника и отчета по результатам практики.

3. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП

Производственная практика (по профилю специальности) входит в состав профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг» профессионального учебного цикла программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.10 Туризм.

Для прохождения практики студенты должны:

– знать: географию стран мира, основные туристские регионы России и мира; основные понятия и термины, используемые в туристской деятельности; технологию продаж турпродуктов, технологию турагентской деятельности; инфраструктуру туризма; возможности информационных, банковских и финансовых услуг и технологий в туризме; законодательные акты и нормативные документы по правовому регулированию туристской деятельности, страхованию в туризме, по вопросам регулирования туристских формальностей; 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 турпоездов; 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 туров; 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.

– уметь: грамотно строить устную и письменную речь, работать с текстовым редактором; работать с электронными таблицами; использовать сетевые программные и технические средства в профессиональной деятельности; пользоваться средствами связи и техническими средствами, применяемыми для создания, обработки и хранения документов; осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при

создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; проводить анализ деятельности других туркомпаний; обрабатывать информацию и анализировать результаты; 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 туров; 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.

| Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики) | Последующие дисциплины (курсы, модули, практики) |
|---|--|
| Русский язык и культура речи | Управление функциональным подразделением организации |
| География туризма | |
| Организация туристской индустрии | |
| Безопасность жизнедеятельности | |
| Технология продаж и продвижения турпродукта | |
| Технология и организация турагентской деятельности | |
| Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности | |
| Предоставление услуг по сопровождению туристов | |
| Маркетинговые технологии в туризме | |
| Технология туроператорской деятельности | |

4. ФОРМЫ И СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Производственная практика (по профилю специальности) для обучающихся по очной форме обучения проводится непрерывно; обучающимися по заочной форме обучения реализуется самостоятельно с последующим представлением предусмотренных форм отчетности в период экзаменационной сессии.

Способ проведения практики – стационарная и (или) выездная.

5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Местом проведения производственной практики (по профилю специальности) является предприятие, осуществляющее туроператорскую деятельность.

Производственная практика (по профилю специальности) проводится:

– для обучающихся по очной форме обучения: на 2-м (для студентов, обучающихся на базе среднего общего образования) либо 3-м курсе (для студентов, обучающихся на базе основного общего образования) в течение 3-го или 5-го семестра соответственно.

– для обучающихся по заочной форме обучения: на 3-м (для студентов, обучающихся на базе среднего общего образования) либо 4-м курсе (для студентов, обучающихся на базе основного общего образования) в течение 5-го или 7-го семестра соответственно.

Продолжительность практики – 144 академических часа (4 недели).

6. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

| Формируемые компетенции | Планируемые результаты обучения на данном этапе формирования компетенции |
|--|---|
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | <p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. |
| 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. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. | |
| ПК 3.2. Формировать туристский продукт. | |
| ПК 3.3. Рассчитывать стоимость | |

| | |
|---|--|
| Формируемые компетенции | Планируемые результаты обучения на данном этапе формирования компетенции |
| туристского продукта. | |
| ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта. | |

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Общий объем практики составляет 144 академических часа.

| № п/п | Разделы (этапы) практики | Виды учебной деятельности на практике, включая самостоятельную работу и объем (в часах) | Формы текущего контроля |
|-------|--------------------------|---|--|
| 1 | Подготовительный этап | Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка базы практики – 2 часа | |
| | | Изучение деятельности организации: форма собственности, организационно-правовая форма, цель и виды деятельности, местоположение; перечень услуг, оказываемых в организации; режим работы предприятия – 4 часа | |
| 2 | Производственный этап | Проведения маркетингового исследования и создание базы данных по туристским продуктам – 36 часов | проверка выполненных заданий и заполнения дневника практики |
| | | Планирование программы турпоездки, составление программы тура, расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта – 57 часов | |
| | | Взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта – 12 часов | |
| | | Планирование рекламной кампании организации – 14 часов | |
| | | Проведение презентации турпродукта – 5 часов | |
| | | Участие в работе на специализированной выставке – 6 часов | |
| 3 | Заключительный этап | Систематизация собранной информации, выполненных работ, подготовка и защита отчета по практике – 8 часов | проверка корректности заполнения дневника практики и содержания отчета по практике |

8. ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРАКТИКЕ

При проведении практики используется технология практического обучения.

При прохождении практики в организации, осуществляющей туроператорскую деятельность, в том числе используется метод наблюдения за работой сотрудников организации.

В качестве информационных технологий используются следующие:

– сбор, обработка, анализ и систематизация информации;

- подготовка презентаций;
- получение и передача информации посредством сети Интернет;
- подготовка документов с использованием компьютерной техники.

9. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

В течение 2-х дней с начала обучения по окончании практики (для очной формы обучения) и в течение 2-х дней с начала экзаменационной сессии по окончании практики (для заочной формы обучения) студент должен сдать руководителю практики от института заполненный дневник практики (приложение 1) с отметками руководителя практики от организации и отчет по практике (приложение 2), подписанный руководителем практики от организации и утвержденный руководителем организации – базы практики. В качестве приложения к дневнику практики студент оформляет документальные материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике (база данных туристских продуктов, заполненный агентский договор, составленная программа тура, расчет стоимости тура, презентация турпродукта).

Дневник практики должен включать описание проделанной студентом работы.

Отчет по практике должен содержать следующие элементы:

Титульный лист

Основная часть

Заключение

Титульный лист оформляется по форме, указанной в приложении 2.

Основная часть должна содержать описание следующих элементов:

– общая характеристика организации (форма собственности, организационно-правовая форма организации, цель и виды деятельности, местоположение и режим работы предприятия, наличие и адрес сайта предприятия в сети Интернет, номер туроператора в Федеральном реестре туроператоров с указанием видов туризма, страховой суммы, наименования страховой организации, с которой заключен договор страхования гражданской ответственности);

– виды предоставляемых организацией услуг (помимо перечня услуг, оказываемых организацией, следует привести перечень формируемых оператором турпродуктов по географическим направлениям, целям турпоездки);

– организация и технология проведения маркетинговых исследований и создание базы данных по туристским продуктам (приводится описание процесса организации и проведения маркетинговых исследований на предприятии – базе практики: кто проводит исследования, какие источники информации используют, какие методы исследования применяют, какие исследования проводились в последние 3 года, по каким направлениям проводятся исследования; составляется база данных по туристским продуктам, предлагаемым предприятием);

– организация и технология планирования программ турпоездки, составления программ тура и турпакета, предоставления сопутствующих услуг (приводится описание процесса организации и технологии планирования, составления программ турпоездки, турпакетов, описание сопутствующих услуг, которые предоставляет организация. Следует указать, кто организует и участвует в процессе составления туров, какие этапы включает этот процесс, какие документы оформляют при формировании туров);

– методы расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта (приводится описание тех методов, которые используются при расчете себестоимости турпродукта, пример расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура; указываются способы установления цен на формируемые турпродукты);

– схемы взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта (приводится описание процесса работы организации с турагентами по реализации турпродукта: документальное оформление взаимодействия, проводимые мероприятия, способы стимулирования турагентов);

– технология планирования рекламной кампании предприятия (приводится описание тех рекламных кампаний, которые проводит организация, этапы планирования рекламы, целевая аудитория, используемые средства рекламирования).

В заключении приводится анализ проделанной во время практики работы: что было сделано, какие задания вызвали затруднения и почему, какие знания и умения понадобились для выполнения заданий, какие источники информации использовались для выполнения заданий, какие новые знания и умения получены в результате прохождения практики.

Оформление отчета должно соответствовать требованиям, указанным в Положении о курсовых работах (СМК П 38-05).

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Перечень компетенций, описание показателей и критериев оценивания компетенций

| Компетенции | Результаты обучения | Показатель оценивания | Критерии оценивания |
|--|---------------------|---|---|
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | | Демонстрация интереса к будущей профессии | проявление инициативы в выполнении заданий при прохождении практики, желая получить практический опыт и новые знания |
| 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 туризма. Умение планировать свою деятельность. Оценка эффективности и качества выполнения профессиональных задач | выполнение заданий в поставленный срок и в полном объеме. |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | | Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области туризма. | степень самостоятельности в принятии решения в стандартной и нестандартной ситуации |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | | Эффективный поиск необходимой информации. Использование различных источников, включая электронные. | соответствие найденной информации решаемой задаче. Количество источников информации, использованных для решения задач |
| ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | | Выполнение заданий с использованием компьютерной техники, использование сети Интернет | перечень заданий, выполненных с использованием компьютерной техники и сети Интернет |
| ОК 6. Работать в коллективе и команде, | | Взаимодействие с обучающимися и | соблюдение норм этики и этикета при общении с |

| Компетенции | Результаты обучения | Показатель оценивания | Критерии оценивания |
|---|--|---|--|
| эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | | преподавателями в ходе обучения. | коллегами, преподавателем, клиентом, соблюдение норм литературной речи |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | | Самоанализ и коррекция результатов собственной работы. | уровень самооценки своей работы |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | | Организация самостоятельных занятий при прохождении практики | своевременность и полнота самостоятельного выполнения заданий |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | | Использование современных технологий профессиональной деятельности в области туризма | соответствие используемых технологий при выполнении профессиональных задач современным тенденциям в области туризма |
| ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. | иметь практический опыт: проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам | Отчет по результатам маркетингового исследования, база данных по туристским продуктам | Соответствие результатов целям исследования; адекватность использованных методов исследования, содержательность выводов, полнота базы данных, возможность ее использования в работе туроператора |
| ПК 3.2. Формировать туристский продукт | иметь практический опыт: планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета; предоставления сопутствующих услуг | Составленная программа тура | Полнота программы тура, полнота и корректность оформленных документов |
| ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта | иметь практический опыт: расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта | Расчет себестоимости и использованные методы определения цены тура | Правильность расчета себестоимости, обоснованность использованных методов определения цены тура |
| ПК 3.4. Взаимодействовать с | иметь практический | процесс взаимодействия с турагентами, | соблюдение этапов процесса взаимодействия с турагентами |

| Компетенции | Результаты обучения | Показатель оценивания | Критерии оценивания |
|--|---|--|--|
| турагентами по реализации и продвижению туристского продукта | опыт: 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. | клиентами; план рекламной кампании; подготовленная презентация, отчет о работе на выставке | клиентами, соблюдение норм этики в процессе взаимодействия, соответствие плана рекламной кампании ее целям, адекватность выбранных средств рекламы; соответствие подготовленной презентации предъявляемым требованиям и рекомендациям; соблюдение правил участия в специализированной выставке |

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

1. Вопросы для устного опроса:

- Какие основные функции выполняют туроператоры?
- Какие обязательные требования предъявляет законодательство к деятельности туроператора?
- Для каких целей проводят маркетинговые исследования туроператоры?
- Каковы этапы проведения маркетингового исследования?
- Какие источники информации используются при проведении маркетинговых исследований?
- Каковы этапы планирования и составления программ турпоездов?
- Кто выступает поставщиками туруслуг в программах туров, каковы схемы работы туроператора с поставщиками туруслуг?
- Как осуществляется расчет себестоимости услуг, включенных в состав турпродукта?
- Как определяется цена на сформированный турпродукт?
- Как осуществляется взаимодействие туроператора с турагентами по продвижению турпродуктов?

2. Типовые задания на практику:

- 1) составить базу турпродуктов, сформированных туроператором;
- 2) провести маркетинговое исследование для разработки нового тура;
- 3) составить программу тура (конкретного вида);
- 4) провести расчет себестоимости турпродукта;
- 5) определить стоимость разработанного тура;
- 6) предложить схему взаимодействия туроператора с турагентством по продвижению разработанного тура;
- 7) составить план рекламной кампании тура;

8) подготовить и провести презентацию нового тура или в целом туроператора.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

Аттестация по итогам практики проводится на основании оформленного в установленном порядке письменного дневника практики, неотъемлемой частью которого является аттестационный лист по практике, и отчета по практике.

Аттестационный лист содержит сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристика на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих профильных организаций с использованием фондов оценочных средств, указанных в программе практики.

Практика завершается зачетом при условии положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и Института об уровне освоения профессиональных компетенций; наличия положительной характеристики профильной организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики; полноты и своевременности представления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на практику.

По итогам аттестации руководитель практики от института делает заключение о выполнении программы практики, достижении поставленных целей и оценке по результатам практики.

Описание шкал оценивания

Результаты практики оцениваются по двубальной системе – «зачтено» и «не зачтено»). Принимается во внимание:

- содержание записей в дневнике и аккуратность его ведения,
- качество отчета по практике,
- выступление на защите отчета по практике.

«Зачтено» выставляется, если более половины критериев оценивания в большей степени выполняются. Если в большей степени выполняются менее половины критериев, выставляется оценка «не зачтено».

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

а) учебная литература:

1. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 472 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13683-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466298>

2. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 120 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10550-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456729>

3. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456727>

4. Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10544-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456726>

Дополнительные источники:

1. Внутренний туризм как основа устойчивого развития регионов России [Электронный ресурс] : сборник научных статей / А.Г. Алексеев [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2015. — 255 с. — 978-5-8154-0310-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/55756.html>

2. Воскресенский В.Ю. Международный туризм [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «География», «Менеджмент организации», «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / В.Ю. Воскресенский. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 462 с. — 978-5-238-01456-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71022.html>

3. Шаруненко Ю.М. Рекреационный туризм [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Ю.М. Шаруненко. — Электрон. текстовые данные. — Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014. — 102 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33439.html>

4. Шевырин С.А. Основы организации молодежного туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.А. Шевырин. — Электрон. текстовые данные. — Пермь: Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2015. — 102 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70644.html>

Нормативно-правовые акты

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996г. № 132-ФЗ

2. О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992г. № 2300-1

3. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта (Утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации от 18 июля 2007 г. № 452)

Периодические издания

1. <http://turizmbezgranic.ru/> - журнал «Туризм без границ»

2. https://tourbus.ru/m_info/ - журнал «Туристический бизнес»

3. <http://www.voyagemagazine.ru/> -журнал «Вояж»:

4. <http://jurnali-online.ru/geo/> / -журнал он-лайн «ГЕО»

5. <https://2018.tourismexpro.ru/> - журнал [Туризм: практика, проблемы, перспективы](#)

6. <http://spst-journal.org/> журнал Современные проблемы сервиса и туризма

Б)программное обеспечение информационно-справочные системы и ресурсы сети Интернет

ПО: MSWord, Excell, , браузер для просмотра интернет-страниц

<https://www.russiatourism.ru> Федеральное агентство по туризму Министерства культуры Российской федерации

<http://www.rostourunion.ru> Российский союз туриндустрии

<http://www.tagazeta.ru> Электронная газета «Турагент»

<http://www.maprest.ru> Туристическая карта России

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ПРАКТИКИ

Для проведения на базе организации, осуществляющей туроператорскую деятельность, требуется рабочее место, оснащенное офисной мебелью, компьютером

(ноутбуком) с выходом в сеть Интернет, принтером, канцелярскими товарами, туристическими каталогами.

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Социально-психологический факультет

Кафедра иностранных языков и туризма

**ДНЕВНИК
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(по профилю специальности)
по профессиональному модулю «Предоставление туроператорских услуг»**

Студента _____
Ф.И.О.

Специальности 43.02.10 Туризм

Продолжительность практики _____

Место проведения практики _____

Договор № _____ от « _____ » _____ 20__ г.

Сроки прохождения практики с « _____ » _____ 20__ г. по « _____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики от организации _____
(должность, ФИО, подпись)

Руководитель практики от института _____
(должность, ФИО, подпись)

Ставрополь, 20__ г.

ДНЕВНИК ПРАКТИКИ

1. Содержание практики

| № п/п | Разделы (этапы) практики | Виды учебной деятельности на практике, включая самостоятельную работу и объем (в часах) | Формы текущего контроля |
|-------|--------------------------|---|--|
| 1 | Подготовительный этап | Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка базы практики – 2 часа | |
| | | Изучение деятельности организации: форма собственности, организационно-правовая форма, цель и виды деятельности, местоположение; перечень услуг, оказываемых в организации; режим работы предприятия – 4 часа | |
| 2 | Производственный этап | Проведения маркетингового исследования и создание базы данных по туристским продуктам – 36 часов | проверка выполненных заданий и заполнения дневника практики |
| | | Планирование программы турпоездки, составление программы тура, расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта – 57 часов | |
| | | Взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта – 12 часов | |
| | | Планирование рекламной кампании организации – 14 часов | |
| | | Проведение презентации турпродукта – 5 часов | |
| | | Участие в работе на специализированной выставке – 6 часов | |
| 3 | Заключительный этап | Систематизация собранной информации, выполненных работ, подготовка и защита отчета по практике – 8 часов | проверка корректности заполнения дневника практики и содержания отчета по практике |

Руководитель практики от института _____ /И.О.
Фамилия/

Согласовано:
Руководитель практики от организации _____ /И.О.
Фамилия/

Рабочий график (план) проведения практики*

| № п/п | Мероприятия | Сроки проведения |
|----------|--|---------------------|
| 5. | Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка базы практики | |
| 6. | Изучение деятельности организации: форма собственности, организационно-правовая форма, цель и виды деятельности, местоположение; перечень услуг, оказываемых в организации; режим работы предприятия | |
| 7. | Проведения маркетингового исследования и создание базы данных по туристским продуктам | |
| 8. | Планирование программы турпоездки, составление программы тура, расчет себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определение цены турпродукта | |
| 9. | Взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта | |
| 10. | Планирование рекламной кампании организации | |
| 11. | Проведение презентации турпродукта | |
| 12. | Участие в работе на специализированной выставке | |
| 13. | Систематизация собранной информации, выполненных работ, подготовка отчета по практике | |
| 14. | Защита отчета | |

**при проведении практики в профильной организации руководителем практики от института и руководителем практики от профильной организации составляется совместный рабочий график (план) проведения практики*

Руководитель практики от института _____ /И.О. Фамилия/

Руководитель практики от организации _____ /И.О. Фамилия/

2. Ежедневная работа

| День практики | Дата | Содержание работы | Отметка руководителя практики о выполнении |
|--------------------------|-------------|--------------------------|---|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

| _____, ФИО обучающийся(аяся) на ____ курсе специальности СПО _____ успешно прошел(ла) _____ практику _____ в объеме _____ недель (_____ часов) с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г. в организации _____ _____ <i>наименование организации</i> | | | | | |
|--|--|--|---|---|---|
| Сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций | | | | | |
| Код и наименование профессиональных компетенций | Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики | Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика (оценивается по четырехбалльной шкале в зависимости от уровня качества выполнения работ) | | | |
| | | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. | Отчет по результатам маркетингового исследования, база данных по туристским продуктам | | | | |
| ПК 3.2. Формировать туристский продукт | Составленная программа тура | | | | |
| ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта | Расчет себестоимости и использованные методы определения цены тура | | | | |
| ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта | процесс взаимодействия с турагентами, клиентами; план рекламной кампании; подготовленная презентация, отчет о работе на выставке | | | | |
| Подпись руководителя практики от организации _____ / _____ <i>ФИО, должность</i> Подпись руководителя практики от института _____ / _____ <i>ФИО, должность</i> | | | | | |

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Социально-психологический факультет

Кафедра иностранных языков и туризма

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
(по профилю специальности)

по профессиональному модулю «Предоставление туроператорских услуг»

Выполнил(а):

Фамилия имя отчество

студент(ка) ____-го курса

специальности 43.02.10 Туризм

группы _____

Руководитель практики от организации:

подпись, фамилия и инициалы, должность

Руководитель практики от института:

фамилия и инициалы, должность

Оценка по практике:

оценка подпись
« ____ » _____ 20 ____ г.

Ставрополь, 20 ____ г.

Общая характеристика организации:

Виды предоставляемых организацией услуг:

Организация и технология проведения маркетинговых исследований и создание базы данных по туристским продуктам

Организация и технология планирования программ турпоездки, составления программ тура и турпакета, предоставления сопутствующих услуг

Методы расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта

Схемы взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта

Технология планирования рекламной кампании предприятия

Заключение