

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»

Институт экономики

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ
от 24.12.2025 г., протокол № 15

**Рабочая программа производственной практики по
профессиональному модулю ПМ.02 Предоставление
туроператорских и турагентских услуг**

Специальность среднего профессионального образования

43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

Квалификация выпускника

Специалист по туризму и гостеприимству

Форма обучения

очная

2026

Программа разработана с учетом требований ФГОС по специальности (специальностям) среднего профессионального образования (далее - СПО) 43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

Авторы

д.э.н., профессор, зав.кафедрой сервиса и туризма
преподаватель СПО

М.В. Ефремова
М.А. Сереброва

Рабочая программа производственной практики утверждена протоколом методической комиссии № 5 от 14.11.2025 г.

Председатель методической комиссии к.э.н., доцент Макарова С.Д.

СОДЕРЖАНИЕ:

	СТР.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	7
4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	8
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ	13

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Место производственной практики по профессиональному модулю ПМ.02 «Предоставление туроператорских и турагентских услуг» в структуре программы подготовки специалистов среднего звена (далее ПССЗ)

Производственная практика по профессиональному модулю ПМ.02 «Предоставление туроператорских и турагентских услуг» проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Сроки проведения – 5 семестр.

1.2 Цели и задачи производственной (преддипломной) практики:

Цель: закрепление и совершенствование приобретенных в процессе обучения профессиональных умений обучающихся по изучаемой профессии.

Задачи:

- собрать информацию и проанализировать работу в области формирования туристского продукта конкретной туристской организации;
- собрать информацию и проанализировать работу в области организации и проведения маркетинговых исследований конкретной туристской организации;
- собрать информацию и проанализировать работу в области расчёта стоимости и продвижения туристского продукта конкретной туристской организации.

Виды профессиональной деятельности: Предоставление туроператорских и турагентских услуг.

В ходе прохождения практики обучающийся должен

иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ туристских поездок, 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;
- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках.
- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
- проводить анализ деятельности других туристских компаний;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- 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;
- 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.

знать:

- виды рекламного продукта;
 - 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 туристских поездок;
 - основные правила и методику составления программ туров;
 - способы устранения проблем, возникающих во время тура;
 - методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
 - методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
 - основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
 - основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
 - технику проведения рекламной кампании;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет.

1.3.Трудоемкость освоения программы производственной практики: в рамках освоения «Производственная практика» ПМ.02 «Предоставление туроператорских и турагентских услуг» 1 неделя/ 36 часов.

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом **производственной практики ПМ.02** является освоение общих компетенций (ОК)

	Наименование результата практики
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 09	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

профессиональных компетенций (ПК):

Код	Наименование результата практики
ПК 2.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.
ПК 2.2	Формировать туристский продукт. Рассчитывать стоимость туристского продукта. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

3.1 Структура практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Период проведения практики
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 2.2.; ПК 2.1.	Предоставление туроператорских и турагентских услуг	1 неделя /36 часов	5 семестр

3.2 Содержание практики

Форма организации практики - практическая подготовка, предусматривающая выполнение обучающимися видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Виды деятельности	Виды работ	Содержание освоенного учебного материала, необходимого для выполнения видов	Наименование дисциплин, междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов
Предоставление туроператорских и турагентских услуг	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Цели, функции, принципы и виды маркетинга. Эволюция концепций маркетинга; Управление маркетингом, его цели и задачи. Содержание и функции практического маркетинга; Конъюнктура рынка. Маркетинговая среда; Целевой, дифференцированный и недифференцированный маркетинг; Сегментация рынка, выбор целевых сегментов рынка и позиционирование туристских продуктов на рынке; Стратегическое планирование и маркетинговая программа; Маркетинговая информационная система предприятия и методы сбора информации; Организация и содержание маркетинговых исследований;	МДК.02.04 Технология продаж и продвижения туристского продукта Темы: 1. Туристский маркетинг: сущность и основы использования 2. Туристский рынок как условие и экономическая основа маркетинга 3. Управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия	8

		<p>Организационная структура маркетинговых служб предприятия и основные требования к ее построению;</p> <p>Контроль маркетинговой деятельности и оценка ее эффективности.</p>		
	<p>Формировать туристский продукт</p>	<p>Изучение запросов потребителей;</p> <p>Технология обслуживания. Классы обслуживания. Пакет услуг;</p> <p>Потребительские свойства турпродукта;</p> <p>Технологическая документация проектирования тура. Требования к процессу разработки турпродукта;</p> <p>Разработка программы обслуживания туристов. Разработка программы обслуживания туристов. Тематическая программа обслуживания;</p> <p>Организационные аспекты работы с поставщиками услуг. Планирование тура;</p> <p>Переговоры с поставщиками услуг. Заключение договоров с поставщиками.</p>	<p>МДК.02.01 Предоставление туроператорских услуг</p> <p>МДК 02.05 Организация туристской индустрии</p> <p>Темы:</p> <p>1.Условия создания привлекательного туристского продукта</p> <p>2.Проектирование тура и программа обслуживания</p> <p>3. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг</p>	<p>10</p>
	<p>Рассчитывать стоимость туристского продукта</p>	<p>Финансовая схема работы туроператора. Система комиссионных вознаграждений турагентств. Ценообразование;</p> <p>Учетная политика туроператора. Налогообложение. Оплата счетов поставщиков услуг.</p>	<p>МДК.02.01 Предоставление туроператорских услуг</p> <p>Темы:</p> <p>1.Расчет стоимости турпродукта и ценообразование</p> <p>2.Учетная политика и налогообложение</p>	<p>8</p>
	<p>Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта</p>	<p>Формирование сбытовой сети туроператора. Агентские соглашения. Агентские сети и франчайзинг;</p> <p>Реклама туристского продукта. Нерекламные методы продвижения туристского продукта. Каталог туроператора. Участие в выставках;</p> <p>Программные продукты бронирования. Интернет-технологии бронирования турпутевок. Программные продукты автоматизации деятельности туроператоров.</p>	<p>МДК.02.01 Предоставление туроператорских услуг</p> <p>МДК 02.02 Предоставление турагентских услуг</p> <p>МДК 02.03 Координация качества выполнения турагентских услуг</p> <p>Темы:</p> <p>1.Формирование сбытовой сети</p> <p>2.Реклама и нерекламные виды продвижения туристского продукта</p> <p>3.Информационные технологии продвижения туристского продукта</p>	<p>10</p>

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- программа производственной практики;
- договор об организации практики;
- предписание на практику;
- индивидуальное задание;
- дневник практики;
- аттестационный лист;
- характеристика работы обучающегося;
- отчет по практике.

4.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики

Отчет о производственной практике составляется индивидуально каждым студентом и должен отражать его деятельность в период практики.

Изложение отчета должно носить не повествовательный характер, а основываться на аналитических материалах с обязательной оценкой изученного практического опыта, выводами и предложениями по совершенствованию деятельности туристской организации. Общими требованиями к отчету являются: целевая направленность, логичность изложения материала, полнота освещения вопросов, предусмотренных программой практики, доказательность выводов, грамотность оформления.

Каждое задание предполагает приложение необходимых документов или извлечений из них. Количество приложений не ограничивается, но должно по возможности полно отражать аспекты деятельности исследуемой организации-базы практики.

Структура работы отражает основные положения, раскрываемые в отчете, и должна быть согласована с целью и задачами излагаемого труда. Работа должна быть написана научным стилем, логически последовательна.

Структура отчета включает:

1. Титульный лист, оформленный в соответствии с установленными требованиями (Приложение Б);
2. Индивидуальное задание на практику (подписанное студентом и руководителем практики, принимающим отчет);
3. Предписание на практику (заполненное руководителем практики в организации, с печатями и подписями);
4. Характеристику-отзыв руководителя организации;
5. Календарно-тематический план в соответствии с программой;
6. Дневник по практике;
7. Отчет по практике, включающий текстовые, табличные и графические материалы, отражающие решение предусмотренных программой практики задач, содержащий:
 - лист «содержание»;
 - введение;
 - разделы (содержание разделов и заданий в таблице «Задания для производственной практики по профессиональному модулю (ПМ.02);
 - заключение;
 - список используемой литературы;
8. Приложения в последовательности, обозначенной в тексте отчёта.

Задания для производственной практики по профессиональному модулю (ПМ.02)

Наименование разделов, тем	Задания	Формы контроля
1	2	3
Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности		
1. Условия создания привлекательного туристского продукта	<p>1.1. Собрать информацию о туристских предпочтениях потребителей организации.</p> <p>1.2. Охарактеризовать ассортимент предлагаемых туристской организацией туристских продуктов, составить перечень их основных потребительских свойств.</p> <p>1.3. На основании анализа ассортимента предлагаемых туристским предприятием туров составить еще несколько вариантов предложений для семейной пары туристов без детей, семейной пары туристов с одним ребенком, индивидуального туриста.</p> <p>Приложить: составленные варианты туров для клиентов туристской фирмы</p>	<p>Заполнение дневника</p> <p>Выполнение отчета</p>
2. Проектирование тура и программа обслуживания	<p>2.1. Описать основные требования к процессу разработки туристского продукта организации.</p> <p>2.2. Рассмотреть варианты тематических программ обслуживания туристов, используемые организацией, выявить их ключевые особенности.</p> <p>2.3. Составить список документов, используемых при проектировании новых туров организацией.</p> <p>Приложить: образцы заполненных вариантов технологических документов на проектирование тура</p>	<p>Заполнение дневника</p> <p>Выполнение отчета</p>
3. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг	<p>3.1. Ознакомиться с организационными аспектами работы туристской организации с поставщиками услуг.</p> <p>3.2. Ознакомиться с особенностями планирования туров туристской организации, перечислить основные этапы планирования.</p> <p>3.3. Ознакомиться с особенностями переговоров с различными поставщиками услуг туристской организации. Охарактеризовать основные разделы типового договора с поставщиками услуг.</p> <p>3.4. Перечислить обязательные и дополнительные составляющие различных пакетов туристских услуг организации, указать виды поставщиков туристских услуг.</p> <p>Приложить: образец договора с поставщиками туристских услуг; варианты готовых туристских пакетов</p>	<p>Заполнение дневника</p> <p>Выполнение отчета</p>
4. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование	<p>4.1. Описать финансовую схему работы туристской организации. Ознакомиться с системой комиссионных вознаграждений турагентств. Перечислить основные виды и размеры скидок туристского предприятия, указать условия их применения.</p> <p>4.2. Изучить прайс-листы туристского предприятия, выявить факторы, влияющие на цену туристских продуктов. Определить схему образования цен на туристские продукты организации.</p> <p>Приложить: договор между туристским предприятием и туристом, вариант прайс-листа</p>	<p>Заполнение дневника</p> <p>Выполнение отчета</p>
Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме		
1. Туристский маркетинг: сущность и основы использования	<p>1.1. Перечислить цели, функции, принципы и виды маркетинга, используемые в туристской организации.</p> <p>1.2. Описать процесс управления маркетингом,</p>	<p>Заполнение дневника</p> <p>Выполнение отчета</p>

	обозначить его цели и задачи.	
2. Туристский рынок как условие и экономическая основа маркетинга	2.1. Перечислить и охарактеризовать основные составляющие маркетинговой среды туристской организации. 2.2. Описать процедуры сегментации рынка, выбора целевых сегментов рынка и позиционирования туристских продуктов туристской организации.	Заполнение дневника Выполнение отчета
3. Управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия	3.1. Описать маркетинговую информационную систему туристской организации и методы сбора информации. 3.2. Представить этапы процесса проведения маркетинговых исследований туристской организации. 3.3. Охарактеризовать организацию маркетинговой деятельности туристской организации, описать структуру службы маркетинга (при наличии). Приложить: блок-схему маркетинговой информационной системы туристской организации, процесса маркетингового исследования, образец опросного листа	Заполнение дневника Выполнение отчета
4. Формирование сбытовой сети	4.1. Охарактеризовать взаимоотношения туристской организации с туристскими агентствами. 4.2. Охарактеризовать особенности агентских соглашений туристской организации. Приложить: образец соглашения между туристской организацией и туристским агентством.	Заполнение дневника Выполнение отчета
5. Реклама и нерекламные виды продвижения туристского продукта	5.1. Изучить виды туристской рекламы и нерекламные методы продвижения туристского продукта, используемые на туристском предприятии. 5.2. Изучить различные виды каталогов туристской организации и график участия в туристских выставках/ярмарках. Приложить: варианты исполнения туристских каталогов.	Заполнение дневника Выполнение отчета
6. Информационные технологии продвижения туристского продукта	6.1. Изучить информационные технологии, используемые в деятельности туристской организации. 6.2. Описать процесс онлайн-бронирования туристской путевки.	Заполнение дневника Выполнение отчета

Дневник практики выдается руководителем практики от университета. Студент должен регулярно его носить в туристскую организацию и ежедневно должен делать отметки о проделанной работе, сообщая, что нового узнал, например, сегодня.

В оформлении дневника практики основными графами являются:

- дата и время выполнения задания;
- место выполнения задания
- наименование раздела и тема;
- выполняемое задание;
- краткое содержание выполненных работ;
- количество часов/дней;
- оценка и подпись руководителя практики от организации (Приложение А).

На основании дневника производственной практики студенты составляют письменный отчет. Чем подробнее будет информация в дневнике практических занятий, тем легче будет составить отчет.

4.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Базами производственной практики являются туристские организации (подразделения). Базы производственной практики должны отвечать следующим основным требованиям:

- соответствовать направлению подготовки специалиста;
- являться юридическим лицом (кроме ИП);
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов; быть оснащенными средствами современной оргтехники.

4.4. Перечень основной и дополнительной литературы, интернет – ресурсов, необходимых для проведения практики

4.4.1 Нормативные документы:

1. Федеральный закон № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 (последняя редакция)
2. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 года N 1852 «Об утверждении «Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»»
3. Закон РФ N 2300-1 (с изменениями на 22 декабря 2020 года) «О защите прав потребителей» от 07.02.1992
4. ГОСТ Р 50681-2010. - Туристские услуги. Проектирование туристских услуг (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 30.11.2010 N 580-ст)
5. ГОСТ Р 50690-2017. - Туристские услуги. Общие требования (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 31.10.2017 N 1561-ст)
6. ГОСТ Р 53522-2009. - Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения (утв. и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 15.12.2009 N 772-ст)
7. ГОСТ Р 56643-2015. - Туристские услуги. Личная безопасность туриста. (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 14.10.2015 N 1563-ст)

4.4.2. Основные источники:

1. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 517 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18505-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588423>
2. Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 309 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16141-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588036>
3. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской индустрии : учебник для среднего профессионального образования / И. Ф. Игнатьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 401 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19833-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589870>

4.4.3. Дополнительные источники:

1. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 366 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10542-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/598937>
2. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 330 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18295-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589359>

4.4.4. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму www.russiatourism.ru
2. Официальный сайт Российского союза туриндустрии www.rustourunion.ru
3. Электронная газета профессионалов туризма www.ratanews.ru
4. Энциклопедия для туристов <http://tonkosti.ru>
5. Портал об отдыхе и путешествиях <http://www.turizm.ru>
6. Сайт для туристов и путешественников <http://www.travel.ru>
7. Профессиональный туристический портал <http://www.tourdom.ru>
8. Профессиональный туристический портал <http://www.tourprom.ru>
9. <http://www.rubicon.com> – Энциклопедии. Словари. Справочники.
10. <http://www.lib.unn.ru/http://www.lib.unn.ru/> - Фундаментальная библиотека Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского
11. <http://e-learning.unn.ru/> - Система электронного обучения Нижегородского Государственного Университета им. Н.И. Лобачевского
12. MSWindows 7
13. MicrosoftOffice 2007 Профессиональный
14. KasperskyEndpointSecurity 10 forWindows
15. Консультант Плюс
16. Гарант

4.5. Требования к руководителям практики от образовательного учреждения

Руководитель практики от структурного подразделения ННГУ должен иметь опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности.

Руководителем практики от структурного подразделения ННГУ может быть педагогический работник, имеющий дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности.

5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

По итогам практики аттестуются студенты, выполнившие программу практики и представившие отчеты по практике. Формой итогового контроля прохождения практики или ее этапа является защита отчета.

Формы и методы контроля

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Выбор и применение способов решения профессиональных задач в области турагентской деятельности, демонстрация поведения на основе общечеловеческих ценностей	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе выполнения программы практики, отчет по практике, защита отчета
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Готовность действовать в стандартных и нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	

Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Эффективный поиск необходимой информации, использование различных источников (включая электронные)	
Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Применение средств информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	
Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие с обучающимися и преподавателями в ходе обучения	
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Демонстрация поведения на основе общечеловеческих ценностей, проявление гражданской-патриотической позиции	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Демонстрация работоспособности, выполнение заданий в срок	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Применение средств информационных технологий для решения профессиональных задач	
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Выбор и применение способов решения профессиональных задач в области турагентской деятельности, демонстрация поведения на основе общечеловеческих ценностей	
Профессиональные компетенции		
Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	<p>Качество выполненных заданий практики. Наличие необходимых приложений</p>	<p>Выполнение программы практики, отчет по практике, защита отчета</p>
Формировать туристский продукт.		
Рассчитывать стоимость туристского продукта.		
Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.		

Критерии оценивания отчета по практике:

— соответствие содержания отчета требованиям программы практики;

- логичность и последовательность изложения материала;
- актуальность исследованных источников;
- анализ и обобщение информационного материала;
- наличие и обоснованность выводов;
- инициатива и творческий подход при поиске и обработке информации;
- правильность оформления (структурная упорядоченность, ссылки, таблицы и т.д.);
- отсутствие орфографических, пунктуационных и стилистических ошибок;

Критерии оценивания защиты отчета по практике:

- владение терминологией в сфере туризма;
- соблюдение этических норм;
- демонстрировать навыки публичной защиты, аргументировать свою позицию при ответах на поставленные вопросы;
- демонстрировать навыки толерантного и доброжелательного отношения к окружающим в ходе защиты.

Шкалы для интегрированной оценки уровня сформированности компетенций:

Индикаторы компетенции	ОЦЕНКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок
Наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Задания выполнены с негрубыми ошибками	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения, выполнены все задания в полном объеме.
Владение опытом	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов
Мотивация (личностное отношение)	Учебная активность и мотивация слабо выражены, готовность решать поставленные задачи качественно отсутствуют	Учебная активность и мотивация низкие, слабо выражены, стремление решать задачи качественно	Учебная активность и мотивация проявляются на среднем уровне, демонстрируется готовность выполнять поставленные задачи на среднем уровне качества	Учебная активность и мотивация проявляются на высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять все поставленные задачи на высоком уровне качества
Характеристика сформированности компетенции	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучение	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач.	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям, но есть недочеты. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по некоторым профессиональным задачам	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач
Уровень сформированности компетенций	Низкий	Ниже среднего	Средний	Высокий

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ НИЖЕГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ

Кафедра сервиса и туризма

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю

ПМ.02 «Предоставление туроператорских и турагентских услуг»

Выполнил: студент группы _____
Специальность 43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

ФИО, подпись

Руководитель

уч. степень, должность, ФИО

Н.Новгород, 202_ г.

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

по профессиональному модулю ПМ.02 «Предоставление туроператорских и турагентских услуг»

Студент _____

Группа _____

На базе _____
(полное наименование организации)

Руководитель практики от организации _____

Руководитель практики от кафедры сервиса и туризма _____

Дата и время выполнения задания, подразделение	Наименование раздела и тема	Задание	Краткое содержание выполненных работ	Оценка	Подпись руководителя практики от предприятия	Замечания руководителя практики
1	2	3	4	5	6	7