

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.08.2022 19:37:22
Уникальный программный ключ:
71183e1134ef91ab40206d480271b5c1a9756b

Аннотация

Учебной практики по профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг, МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме программы подготовки специалистов среднего звена.

Учебная практика по профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг, МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме, программы подготовки специалистов среднего звена специальности среднего профессионального образования 43.02.10 Туризм

Программа учебной практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм.

Учебная практика входит в состав профессиональных модулей профессионального учебного цикла.

Количество часов на освоение программы (при очной форме обучения):
всего на УП МДК. 03.02 –36 часов.

Цель учебной практики: формирование и развитие у обучающихся первоначального практического опыта.

Задачи учебной практики: обобщение и систематизация знаний и умений, полученных при изучении профессионального модуля ПМ.03.

С целью овладения видами профессиональной деятельности обучающийся в ходе освоения учебной практики должен:

- приобрести первоначальный практический опыт:

ПО 1- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;

ПО 2- планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;

ПО 3- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;

ПО 4- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках.

-уметь:

У1- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;

У2- проводить анализ деятельности других туркомпаний;

У3- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;

У4- обрабатывать информацию и анализировать результаты;

У5- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;

У6- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;

У7- работать с информационными и справочными материалами;

У8- вести документооборот с использованием информационных технологий;

У9- работать с агентскими договорами;

У10- использовать каталоги и ценовые приложения;

У11- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;

У12- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;

У13- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках.

Основные разделы и темы практики:

Тема 1. Туристский маркетинг: сущность и основы использования.

Тема 2. Туристский рынок как условие и экономическая основа маркетинга.

Тема 3. Управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия.

Тема 4. Формирование сбытовой сети.

Тема 5. Реклама и не рекламные виды продвижения туристского продукта.

Тема 6. Информационные технологии продвижения туристского продукта.

**Вид промежуточной аттестации при очной форме обучения:
дифференцированный зачет в 5-ом семестре.**