

# Паспорт и программа формирования компетенции

Направление 43.03.02 «Туризм»  
Профиль «Организация туристской деятельности»

## 1. Паспорт компетенции

### 1.1. Формулировка компетенции

Выпускник, освоивший основную профессиональную образовательную программу, должен обладать компетенцией:

<b>ПКО-2</b>	способен к продвижению и реализации туристского продукта с использованием современных технологий
--------------	--

### 1.2. Место компетенции в совокупном ожидаемом результате обучения

Компетенция относится к блоку {!404\_DOCXTemplate\_cmp\_unit} компетенций и является обязательной для всех выпускников в соответствии с требованиями ОПОП.

### 1.3. Структура компетенции

Структура компетенции в терминах «знать», «уметь», «владеть»

#### *знать*

- теоретические основы организации мероприятий;
- технологии организации и проведения мероприятий;
- этикет деловых отношений;
- задачи и основные функции рекламы в индустрии туризма;
- историю возникновения и развития рекламы;
- социально-психологические, эстетические основы рекламы;
- виды рекламы и методы, используемые в рекламной деятельности;
- процесс организации и планирования рекламной кампании на предприятиях индустрии туризма;
- какие рекламные агентства существуют и их функции;
- особенности организации выставочной деятельности предприятий индустрии туризма;
- навыками работы с основными документами, регламентирующими рекламную деятельность;
- составные элементы фирменного стиля предприятий индустрии туризма;
- основы технологии производства рекламного обращения;
- особенности продажи туристского продукта;
- этапы продажи туристского продукта;
- стратегии продаж в туризме;
- виды и технику задавания вопросов в работе с клиентом;
- виды и структуру презентаций;
- техники коммуникаций;
- особенности продажи дополнительных услуг;
- требования, предъявляемые к менеджеру по продаже туристского продукта;
- требования техники безопасности на предприятии;
- правила выполнения экономических расчетов;
- правовые основы деятельности туристского предприятия;
- технологии обслуживания, производства туристского продукта и выстраивания партнерских отношений;

- должностные инструкции персонала предприятия;
- правила работы персонала предприятия в «контактной зоне»;

### ***уметь***

- выбирать соответствующие событиям деловой и светской жизни виды и формы мероприятий;
- соблюдать такт и последовательность в деловом общении;
- определять целевую аудиторию рекламы конкретного предприятия индустрии туризма;
- выбирать объект рекламы для конкретного предприятия;
- выбирать нужное рекламное средство в зависимости от целей рекламной компании;
- правовое обеспечение рекламной деятельности;
- определять фирменный стиль и товарные знаки предприятий туризма;
- составлять модель рекламного обращения;
- выбирать и применять эффективные технологии продаж;
- работать с возражениями клиентов;
- создавать эффективную презентацию;
- донести информацию до клиента;
- разрешать спорные вопросы;
- управлять процессом продажи;
- применять различные методы, модели и инструменты проведения исследований в повседневной профессиональной деятельности;
- формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы;
- выполнять разработку проекта услуг (определенного вида деятельности) в соответствии с индивидуальным заданием;
- оценивать содержание и качество предоставляемых услуг предприятием;
- применять нормативно-технологическую документацию, регламентирующую туристскую деятельность;
- вносить предложения по решению конкретных задач предприятия;
- работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности;
- оптимизировать процесс оказания туристских услуг с помощью интернет-технологий;

### ***владеть***

- навыками разработки мероприятий;
- культурой межличностного общения;
- культурой межнационального общения;
- навыками планирования рекламной работы на предприятии и принятия решений об организации рекламной компании самостоятельно или с привлечением рекламного агентства;
- применять на практике законодательство о рекламе;
- методами персональных продаж;
- техникой эффективной презентации;
- навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта;
- навыками работы менеджера по продажам;
- профессиональной терминологией;
- навыками организации обслуживания клиентов, производства туристского продукта и выстраивания партнерских отношений;
- методами поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике;
- навыками использования полученных исследовательских результатов для повышения эффективности деятельности предприятия;
- опытом разработки проектов в туристской индустрии;
- стандартами общения и взаимодействия внутри отделов туристской компании;
- приемами обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности.

## 1.4. Планируемые уровни сформированности компетенции

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня
1	<b>Пороговый (базовый) уровень</b> (обязательный по отношению ко всем выпускникам к моменту завершения ими обучения по ООП)	Знает отдельные методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия. Умеет осуществлять по алгоритму оценку эффективности планирования по некоторым направлениям проекта. Владеет навыками расчёта определенных качественных и количественных показателей, характеризующих эффективность проекта. Демонстрирует умение формулировать идею проекта низкой сложности, организовывать проектную деятельность по заданному алгоритму.
2	<b>Повышенный (продвинутый) уровень</b> (превосходит «пороговый (базовый) уровень» по одному или нескольким существенным признакам)	Владеет методами и технологиями проектирования деятельности туристского предприятия. Умеет оценивать эффективность планирования по различным направлениям проекта средней сложности. Умеет рассчитывать качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность проекта средней сложности. Формирует идею проекта, организует проектную деятельность.
3	<b>Высокий (превосходный) уровень</b> (превосходит пороговый уровень по всем существенным признакам, предполагает максимально возможную выраженность компетенции)	Целесообразно использует методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия. Оценивает эффективность планирования по различным направлениям проекта. Умеет рассчитывать качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность проекта высокой сложности. Самостоятельно формирует идею проекта, эффективно организует проектную деятельность.

## 2. Программа формирования компетенции

### 2.1. Содержание, формы и методы формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Содержание образования в терминах «знать», «уметь», «владеть»	Формы и методы
1	Организация деловых мероприятий	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– теоретические основы организации мероприятий</li> <li>– технологии организации и проведения мероприятий</li> <li>– этикет деловых отношений</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбирать соответствующие событиям деловой и светской жизни виды и формы мероприятий</li> <li>– соблюдать такт и последовательность в деловом общении</li> </ul>	лекции, практические занятия

		<p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками разработки мероприятий</li> <li>– культурой межличностного общения</li> <li>– культурой межнационального общения</li> </ul>	
2	Разработка рекламного продукта	???	лекции, практические занятия, экзамен
3	Реклама в туризме	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– задачи и основные функции рекламы в индустрии туризма</li> <li>– историю возникновения и развития рекламы</li> <li>– социально-психологические, эстетические основы рекламы</li> <li>– виды рекламы и методы, используемые в рекламной деятельности</li> <li>– процесс организации и планирования рекламной кампании на предприятиях индустрии туризма</li> <li>– какие рекламные агентства существуют и их функции</li> <li>– особенности организации выставочной деятельности предприятий индустрии туризма</li> <li>– навыками работы с основными документами, регламентирующими рекламную деятельность</li> <li>– составные элементы фирменного стиля предприятий индустрии туризма</li> <li>– основы технологии производства рекламного обращения</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять целевую аудиторию рекламы конкретного предприятия индустрии туризма</li> <li>– выбирать объект рекламы для конкретного предприятия</li> <li>– выбирать нужное рекламное средство в зависимости от целей рекламной компании</li> <li>– правовое обеспечение рекламной деятельности</li> <li>– определять фирменный стиль и товарные знаки предприятий туризма</li> </ul>	лекции, практические занятия

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять модель рекламного обращения</li> <li>владеть: <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками планирования рекламной работы на предприятии и принятия решений об организации рекламной компании самостоятельно или с привлечением рекламного агентства</li> </ul> </li> <li>– применять на практике законодательство о рекламе</li> </ul>	
4	Технологии продаж	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности продажи туристского продукта</li> <li>– этапы продажи туристского продукта</li> <li>– стратегии продаж в туризме</li> <li>– виды и технику задавания вопросов в работе с клиентом</li> <li>– виды и структуру презентаций</li> <li>– техники коммуникаций</li> <li>– особенности продажи дополнительных услуг</li> <li>– требования, предъявляемые к менеджеру по продаже туристского продукта</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбирать и применять эффективные технологии продаж</li> <li>– работать с возражениями клиентов</li> <li>– создавать эффективную презентацию</li> <li>– донести информацию до клиента</li> <li>– разрешать спорные вопросы</li> <li>– управлять процессом продажи</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами персональных продаж</li> <li>– техникой эффективной презентации</li> <li>– навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта</li> <li>– навыками работы менеджера по продажам</li> </ul>	лекции, практические занятия
5	Технологии производства рекламы в туризме	???	лекции, практические занятия, экзамен
6	Производственная	знать:	

	(Преддипломная) практика	<ul style="list-style-type: none"> <li>– требования техники безопасности на предприятии</li> <li>– правила выполнения экономических расчетов</li> <li>уметь:</li> <li>– применять различные методы, модели и инструменты проведения исследований в повседневной профессиональной деятельности</li> <li>– формулировать и обосновывать цели своей практической деятельности на различных этапах исследовательской работы</li> <li>– выполнять разработку проекта услуг (определенного вида деятельности) в соответствии с индивидуальным заданием</li> <li>владеть:</li> <li>– профессиональной терминологией</li> <li>– навыками организации обслуживания клиентов, производства туристского продукта и выстраивания партнерских отношений</li> <li>– методами поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике</li> <li>– навыками использования полученных исследовательских результатов для повышения эффективности деятельности предприятия</li> </ul>	
7	Производственная (Проектно-технологическая) практика	<ul style="list-style-type: none"> <li>знать:</li> <li>– правовые основы деятельности туристского предприятия</li> <li>– требования техники безопасности на предприятии</li> <li>– технологии обслуживания, производства туристского продукта и выстраивания партнерских отношений</li> <li>уметь:</li> <li>– оценивать содержание и качество предоставляемых услуг предприятием</li> <li>– применять нормативно-технологическую документацию, регламентирующую туристскую деятельность</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– вносить предложения по решению конкретных задач предприятия</li> <li>владеть: <ul style="list-style-type: none"> <li>– опытом разработки проектов в туристской индустрии</li> </ul> </li> </ul>	
8	Производственная (Сервисная) практика	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– должностные инструкции персонала предприятия</li> <li>– правила работы персонала предприятия в «контактной зоне»</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работать в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности</li> <li>– оптимизировать процесс оказания туристских услуг с помощью интернет-технологий</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– стандартами общения и взаимодействия внутри отделов туристской компании</li> <li>– приемами обслуживания и бесконфликтной работы в процессе сервисной деятельности</li> </ul>	

## 2.2. Календарный график формирования компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Организация деловых мероприятий						+				
2	Разработка рекламного продукта								+		
3	Реклама в туризме							+			
4	Технологии продаж								+		
5	Технологии производства рекламы в туризме								+		
6	Производственная (Преддипломная) практика								+		
7	Производственная (Проектно-технологическая) практика							+			
8	Производственная (Сервисная) практика						+				

## 2.3. Матрица оценки сформированности компетенции

№ п/п	Наименование учебных дисциплин и практик	Оценочные средства и формы оценки
-------	--	-----------------------------------

1	Организация деловых мероприятий	Посещение лекций. Выполнение заданий практических занятий. Тестирование. Учебный проект делового мероприятия. Зачет.
2	Разработка рекламного продукта	???
3	Реклама в туризме	Тестирование. Участие в практических занятиях. Реферат. Конспект лекций. Экзамен.
4	Технологии продаж	Тестирование. Реферат. Участие в практических занятиях. Конспект лекций. Зачёт.
5	Технологии производства рекламы в туризме	???
6	Производственная (Преддипломная) практика	Выполнение заданий руководителей практики. Выполнение индивидуального задания по практике. Составление отчета. Зачет.
7	Производственная (Проектно-технологическая) практика	Выполнение заданий руководителей практики. Составление отчета. Аттестация с оценкой.
8	Производственная (Сервисная) практика	Выполнение заданий руководителей практики. Составление отчета. Аттестация с оценкой.