**Приложение № 2.9**

к ООП по специальности

43.02.10 «Туризм»

Министерство образования Московской области

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

Московской области «Воскресенский колледж»

|  |
| --- |
| Утверждена приказом директора  ГБПОУ МО «Воскресенский колледж» |
| № 182-о от 30.08.2022г. |

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА по практической подготовке

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ практики Пп.03.01

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Воскресенск, 2023 г.

Программа ПП.03.01 Производственная практика по ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 «Туризм», утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07 мая 2014 года № 474.

Организация-разработчик: ГБПОУ МО «Воскресенский колледж»

Разработчик: преподаватель ГБПОУ МО «Воскресенский колледж»

Курнышова Анна Михайловна

***СОДЕРЖАНИЕ***

|  |  |
| --- | --- |
| **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ** |  |
| **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**  **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ** |  |
| **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ** |  |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**«ПП 03.01 Производственная практика по ПМ 03. Предоставление туроператорских** **услуг»**

**1.1.** **Область применения рабочей программы**

Рабочая программа ПП 03.01 Производственная практика по ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 43.02.10 «Туризм», утвержденным приказом № 474 Министерства образования и науки Российской Федерации от 07.05.2014.

**1.2. Цель и планируемые результаты освоения программы производственной практики**

В результате освоения программы производственной практики у студентов должен сформироваться практический опыт по основному виду деятельности ВД 3 Предоставление туроператорских услуг и соответствующим ему общим компетенциям и профессиональным компетенциям:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код  ОК, ПК | Умения | Знания | Практический опыт |
| ОК 01.  ОК 02.  ОК 03.  ОК 04.  ОК 05.  ОК 06.  ОК 07.  ОК 08.  ОК 09.  ПК 3.1  ПК 3.2  ПК 3.3  ПК 3.4 | 1.осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;  2.проводить анализ деятельности других туркомпаний;  3.работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;  4.обрабатывать информацию и анализировать результаты;  5.налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;  6.работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;  7.работать с информационными и справочными материалами;  8.составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;  9.составлять турпакеты с использованием иностранного языка;  10.оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;  11.оформлять страховые полисы;  12.вести документооборот с использованием информационных технологий;  13.анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;  14.рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;  15.рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;  16.работать с агентскими договорами;  17.использовать каталоги и ценовые приложения;  18.консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;  19.работать с заявками на бронирование туруслуг;  20.предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;  21.использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;  22.использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках. | 1.виды рекламного продукта;  2.правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;  3.способы обработки статистических данных;  4.методы работы с базами данных;  5.методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;  6.планирование программ турпоездок;  7.основные правила и методику составления программ туров;  8.правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями  9.способы устранения проблем, возникающих во время тура;  10.методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;  11.методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;  12.методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;  13.основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;  14.правила бронирования туруслуг;  15.методику организации рекламных туров;  16.правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;  17.основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;  18.технику проведения рекламной кампании;  19.методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов техники эффективного делового общения, протокол и этикет;  20.специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами. | 1.проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;  2.планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета;  3.предоставления сопутствующих услуг;  4.расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;  5.взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;  6.работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;  7.планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках. |

**1.3. Распределение планируемых результатов освоения производственной практики:**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код  ОК, ПК, ЛР | Наименование | Умения | Знания |
| ОК 01. | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | 1.осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;  2.проводить анализ деятельности других туркомпаний; | 4.методы работы с базами данных;  7.основные правила и методику составления программ туров;  17.основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; |
| ОК 02. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | 3.работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;  4.обрабатывать информацию и анализировать результаты; | 4.методы работы с базами данных;  5.методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; |
| ОК 03. | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность | 13.анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; | 9.способы устранения проблем, возникающих во время тура; |
| ОК 04. | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития | 4.обрабатывать информацию и анализировать результаты; | 5.методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; |
| ОК 05. | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | 3.работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;  5.налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; | 5.методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; |
| ОК 06. | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | 18.консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;  19.работать с заявками на бронирование туруслуг;  20.предоставлять информацию турагентам по рекламным турам; | 13.основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; |
| ОК 07. | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий | 14.рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;  15.рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; | 17.основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;  18.технику проведения рекламной кампании; |
| ОК 08. | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | 20.предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;  21.использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;  22.использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках. | 13.основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;  14.правила бронирования туруслуг;  15.методику организации рекламных туров; |
| ОК 09. | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности | 14.рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;  15.рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;  16.работать с агентскими договорами;  17.использовать каталоги и ценовые приложения. | 10.методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;  11.методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;  12.методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;  13.основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;  14.правила бронирования туруслуг. |
| ПК 3.1 | Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта | 1.осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;  2.проводить анализ деятельности других туркомпаний;  3.работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;  4.обрабатывать информацию и анализировать результаты;  5.налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;  6.работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;  7.работать с информационными и справочными материалами; | 1.виды рекламного продукта;  2.правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;  3.способы обработки статистических данных;  4.методы работы с базами данных;  5.методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; |
| ПК 3.2 | Формировать туристский продукт. | 8.составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;  9.составлять турпакеты с использованием иностранного языка;  10.оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;  11.оформлять страховые полисы;  12.вести документооборот с использованием информационных технологий;  13.анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы; | 6.планирование программ турпоездок;  7.основные правила и методику составления программ туров;  8.правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями  9.способы устранения проблем, возникающих во время тура; |
| ПК 3.3 | Рассчитывать стоимость туристского продукта. | 14.рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;  15.рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; | 10.методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;  11.методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; |
| ПК 3.4 | Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта | 16.работать с агентскими договорами;  17.использовать каталоги и ценовые приложения;  18.консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;  19.работать с заявками на бронирование туруслуг;  20.предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;  21.использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;  22.использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках. | 12.методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;  13.основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;  14.правила бронирования туруслуг;  15.методику организации рекламных туров;  16.правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;  17.основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;  18.технику проведения рекламной кампании;  19.методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов техники эффективного делового общения, протокол и этикет;  20.специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами. |
| ЛР 16 | Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации | | |
| ЛР 17 | Демонстрирующий навыки анализа и интерпретации информации из различных источников с учетом нормативно-правовых норм | | |
| ЛР 18 | Демонстрирующий готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности. | | |
| ЛР 19 | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747) | | |
| ЛР 21 | Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747) | | |
| ЛР 22 | Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности. | | |
| ЛР 23 | Иметь базовую подготовленность к самостоятельной работе по своей специальности на уровне специалиста с профессиональным образованием | | |
| ЛР 24 | Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий | | |
| ЛР 25 | Активно применять полученные знания на практике. | | |

**1.4. Количество часов, отводимое на освоение производственной практики**

Трудоемкость производственной практики в рамках освоения профессионального модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг составляет 144 часов (4 недели).

Сроки проведения производственной практики определяются рабочим учебным планом по специальности СПО 43.02.10 Туризм и графиком учебного процесса. Практика проводится на 3 курсе в 6 семестре концентрированно.

**1.5.** **Место производственной практики ПП.03.01 в структуре профессионального модуля ПМ.03**

Производственная практика ПП.03.01 проводится, в соответствии с утвержденным учебным планом, после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессионального модуля «предоставление туроператорских услуг»:

МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности

МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме

**1.6.** **Место прохождения практики**

Производственная практика проводится в организациях в специально- оборудованных помещениях. Руководителями практики назначаются преподаватели дисциплин профессионального цикла и ответственные лица за практику на рабочих местах в организациях.

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**2.1. Тематический план и содержание производственной практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем производственной практики** | **Виды работ** | **Объем**  **часов** |
| **Раздел 1. Технология и организация туроператорской деятельности** | |  |
| 1.Условия создания привлекательного туристского продукта | 1.1.Собрать информацию о туристских предпочтениях потребителей организации.  1.2.Охарактеризовать ассортимент предлагаемых туристской организацией туристских продуктов, составить перечень их основных потребительских свойств.  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.  Приложить: составленные варианты туров для клиентов туристской фирмы | 14 |
| 2. Проектирование тура и программа обслуживания | 2.1.Описать основные требования к процессу разработки туристского продукта организации.  2.2.Рассмотреть варианты тематических программ обслуживания туристов, используемые организацией, выявить их ключевые особенности.  2.3.Составить список документов, используемых при проектировании новых туров организацией.  Приложить: образцы заполненных вариантов технологических документов на проектирование тура | 16 |
| 3. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг | 3.1.Ознакомиться с организационными аспектами работы туристской организации с поставщиками услуг.  3.2.Ознакомиться с особенностями планирования туров туристской организации, перечислить основные этапы планирования.  3.3.Ознакомиться с особенностями переговоров с различными поставщиками услуг туристской организации. Охарактеризовать основные разделы типового договора с поставщиками услуг.  3.4.Перечислить обязательные и дополнительные составляющие различных пакетов туристских услуг организации, указать виды поставщиков туристских услуг.  Приложить: образец договора с поставщиками туристских услуг; варианты готовых туристских пакетов | 16 |
| 4. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование | 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.  4.2.Изучить прайс-листы туристского предприятия, выявить факторы, влияющие на цену туристских продуктов. Определить схему образования цен на туристские продукты организации.  Приложить: договор между туристским предприятием и туристом, вариант прайс-листа | 12 |
| 5.Учетная политика и налогообложение | 5.1.Ознакомиться с системой налогообложения и учетной политикой туристской организации.  5.2.Проанализировать счета, выставляемые поставщиками туристских услуг и варианты их оплаты. | 12 |
| **Раздел 2. Маркетинговые технологии в туризме** | |  |
| 1.Туристский маркетинг: сущность и основы использования | 1.1. Перечислить цели, функции, принципы и виды маркетинга, используемые в туристской организации.  1.2.Описать процесс управления маркетингом, обозначить его цели и задачи. | 12 |
| 2.Туристский рынок как условие и экономическая основа маркетинга | 2.1.Перечислить и охарактеризовать основные составляющие маркетинговой среды туристской организации.  2.2.Описать процедуры сегментация рынка, выбора целевых сегментов рынка и позиционирования туристских продуктов туристкой организации. | 12 |
| 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 | 14 |
| 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. | 12 |
| 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. | 12 |
| 6. Информационные технологии продвижения туристского продукта | 6.1.Изучить информационные технологии, используемые в деятельности туристской организации.  6.2.Описать процесс онлайн-бронирования туристской путевки. | 12 |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ   
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**3.1.** **Требования к проведению практики**

Продолжительность рабочего дня студента во время практики определяется согласно трудовому законодательству из расчета 36 часов в неделю при возрасте 16-­18 лет, и до 40 часов в неделю при возрасте старше 18 лет.

Со студентами обязательно проводится инструктаж по технике безопасности, электробезопасности и пожарной безопасности непосредственно на рабочем месте практиканта.

К прохождению практики допускаются студенты, освоившие теоретический курс обучения в рамках профессионального модуля.

**3.2.** **Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест должно соответствовать нормам и требованиям организаций – баз практики.

Студент-практикант должен иметь комплект документов по производственной практике.

# **3.3. Информационное обеспечение обучения**

**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.](http://docs.cntd.ru/document/1200083215) - Туристские услуги. Проектирование туристских услуг (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 30.11.2010 N 580-ст)
5. [ГОСТ Р 50690-2017.](http://docs.cntd.ru/document/1200157390) - Туристские услуги. Общие требования (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 31.10.2017 N 1561-ст)
6. [ГОСТ Р 53522-2009.](http://docs.cntd.ru/document/1200077638) - **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.](http://docs.cntd.ru/document/1200124944)- Туристские услуги.**Личная безопасность туриста.** (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 14.10.2015 N 1563-ст)

**Основные источники:**

1. Рассохина,Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020.

2. 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.

3. 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.

**Дополнительные источники**:

1. Туризм : словарь / под ред. д-ра экон. наук, проф. М.А. Морозова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 300 с.

2. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020.

**Электронные издания (электронные ресурсы)**

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму www.russiatourism[.](http://www.russiatourism.ru/)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.

**3.4.** **Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Руководство производственной практикой обучающихся осуществляется преподавателем спецдисциплин или мастером производственного обучения с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже одного раза в три года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ   
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

В период прохождения производственной практики обучающиеся обязаны вести документацию: дневник-отчет по практике.

Дифференцированный зачет по производственной практике выставляется на основании собеседования по отчету и данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями.