МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
(ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»)
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) в г. Ялте
Экономико-гуманитарный колледж

УТВЕРЖДАЮ
Зам.директора Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского» в г. Ялте
_____ Т.А.Кот
«15» 06 2018

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
МДК 01.01. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА

Специальность: 43.02.10 Туризм

2018 г.

Рабочая программа МДК 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации

от 07.05.2014 г. № 474

и является составной частью профессионального модуля ПМ.01 «Предоставление турагентских услуг» основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена, по специальности

43.02.10	Туризм,
код	наименование специальности

укрупненной группы специальностей 43.00.00. Сервис и туризм.

Организация-разработчик: Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского» в г. Ялте.

Разработчик: Дубив Наталия Игоревна, преподаватель Экономико-гуманитарного колледжа Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского» в г. Ялте.

Рассмотрена и утверждена на заседании цикловой методической комиссии по подготовке специалистов СПО в сфере гостиничного сервиса и туризма

от «25» мая 2018 г. протокол № 10

Председатель ЦМК по подготовке специалистов в сфере гостиничного сервиса и туризма И.Н. Кузьмич

СОДЕРЖАНИЕ

		стр.
1.	Общая характеристика рабочей программы МДК	4
2.	Структура и содержание	8
3.	Условия реализации программы МДК	11
4.	Контроль и оценка результатов освоения МДК	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
МДК 01.01. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА

1.1. Цели и задачи и планируемые результаты освоения МДК.

Результатом освоения рабочей программы учебной дисциплины является овладение обучающимися в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.10 Туризм:

1. Общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

2. профессиональными (ПК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК.1.1.	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК.1.2.	Информировать потребителя о туристских продуктах.
ПК.1.3.	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
ПК.1.4.	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

ПК.1.5.	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).
ПК.1.6.	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.
ПК.1.7.	Оформлять документы строгой отчетности.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;
- требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;
- различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;
- методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;
- технологии использования базы данных;
- статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;
- особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;
- основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;
- виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;
- характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;
- правила оформления деловой документации;
- правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;
- перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;
- перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;
- требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию;

уметь:

- определять и анализировать потребности заказчика;
- выбирать оптимальный туристский продукт;
- осуществлять поиск актуальной информации на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);
- составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;

- взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
- осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
- принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;
- обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
- разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;
- представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;
- оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;
- оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);
- приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
- принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;
- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;

иметь практический опыт:

- выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;
- взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
- оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;
- оказания визовой поддержки потребителю;
- оформления документации строгой отчетности.

4. Количество часов, отводимое на освоение МДК
Всего часов – 108
В том числе:
аудиторных занятий – 60
самостоятельная работа – 48
промежуточная аттестация в форме экзамена.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МДК 01.01. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Формирование, продвижение и реализация туристского продукта			
МДК.01.01. Технология продаж и продвижения турпродукта			
Тема 1. 1. Характеристика и ключевые особенности турпродукта – основного объекта турдеятельности	**Лекционное занятие:**	***4***	
	1. Введение. Роль и место знаний по дисциплине. История развития туризма. Характеристика составных частей турпродукта. Основные потребительские свойства турпродукта.	*2*	*1*
	2. Особенности управления туристской деятельностью. Туроператорская и турагентская деятельность. Структура рынка туруслуг.	*2*	
	Практическое занятие:	***4***	
	1. Организационные формы и виды туризма. Состав турпакета. Классификация номеров в мировой практике (аббревиатуры и сокращения). Профессиональная терминология.	*4*	*2,3*
	Самостоятельная работа обучающихся:	***14***	
	Составление сообщений: «Мировые достопримечательности» (10 примеров). Доклад: «Структура рекреационных потребностей». «Методы изучения и анализа запросов потребителей». «Требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю». Комплектование пакета документов по туру (турпутевки, ваучеры, страховые полисы и т.д.). Работа по оказанию визовой поддержки потребителей. Перечень стран, имеющих режим визового въезда, граждан РФ. Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение.	*14*	
Тема 1. 2. Разработка и реализация турпродукта	**Лекционное занятие:**	***12***	
	1. Стадия установления контакта в турбизнесе. Особенности проведения переговоров с иностранными партнерами.	*2*	*1*
	2. Процесс разработки турпродукта. Договора с участниками туррынка. Обязанности турфирмы и принимающей стороны.	*2*	
	3. Организация процесса продаж. Завершение продажи.	*4*	
	4. Технологии продаж в туризме.	*4*	
	Практическое занятие:	***8***	
	1. Особенности продаж туристических услуг. «Круглый стол».	*2*	*1,2,3*
	2. Франкфуртская таблица снижения цен за туристские поездки. Решение задач.	*2*	
	3. Управление процессом продаж туристического продукта.	*2*	
	4. Подстройка по метапрограммам.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***12***	
	Доклад: «Кривая жизненного цикла услуги или товара (на выбор)», "Туристский продукт с подкреплением", "Экстремальный туризм Крымского региона", «Туризм как социально-экономическая система», «Продвижение туристского продукта», «Апробация нового туристского продукта».	*12*	*1,2,3*

	Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.		
Тема 1. 3 Основы маркетинга в туризме	**Лекционное занятие:**	***4***	
	1. Понятие и сущность маркетинга (Felton A., Kotler P., Webster F., Ж. Ж. Ламбен). Задачи маркетинга,	*2*	*1*
	2. Современная концепция маркетинга услуг и ее сущность. Различия маркетинга услуг и маркетинга товаров.	*2*	
	Практическое занятие:	***4***	
	1. Матрица потребностей как инструмент маркетингового исследования (упражнение).	*2*	*2,3*
	2. Диагностика и анализ запросов потребителя. Тестовое задание.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***4***	
	Доклад: «Организация продвижения турпродукта», «Комплекс продвижения в туризме», «Технология рекламной деятельности в комплексе продвижения», «Связь с общественностью в комплексе продвижения», «Стимулирование сбыта в комплексе продвижения».	*4*	
Тема 1. 4. Маркетинговые технологии в комплексе продвижения	**Лекционное занятие:**	***4***	
	1. Рекламная деятельность в организациях индустрии туризма. Характерные черты туристской рекламы. Классификация видов туристской рекламы.	*2*	*1*
	2. Характеристика средств распространения рекламы и ряд основных требований по ее организации. Постановка целей эффективной рекламной деятельности. Выбор средств распространения рекламы.	*2*	
	Практическое занятие:	***8***	
	1. Позиционирование - создание потребительской ценности турпродукта.	*2*	*2,3*
	2. Технологии персональной продажи в туристской индустрии.	*2*	
	3. Организация продаж турпродукта. Личная продажа в комплексе продвижения.	*2*	
	4. Электронная коммерция в туризме.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***10***	
	Доклад: «Методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации». Подготовить сообщения: «Перечень стран, имеющих режим безвизового въезда граждан РФ». «Информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию». «Диагностика и анализ запросов потребителя». Доклад: «Основы маркетинга в туризме». «Приемы маркетинговых исследований в туризме».	*10*	
Тема 1.5. Стимулирование сбыта туристского продукта	**Лекционное занятие:**	***6***	
	1. Алгоритм работы с возражениями в турбизнесе. Стимулирование сбыта в туризме: сущность, средства.	*2*	*1*
	2. Выставочная деятельность как способ стимулирования сбыта.	*2*	
	3. Пост продажная работа с клиентом в сфере туризма.	*2*	
	Практическое занятие:	***6***	
	1. Сбытовая сеть турпродукта.	*2*	*2,3*
	2. Оформление турпакета (турпутевки, ваучеры, страховые полисы). Структура рекреационных потребностей. Работа с различными типами клиентов (Тренинг: «Как говорить с трудным клиентом?).	*2*	
Тема 1.5. Стимулирование сбыта туристского продукта	3. Выставочная деятельность туристского предприятия.	*2*	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся:	***8***	
	Доклад: «Организация работы турагентств»; «Организационно-правовые формы турагентств»; «Технология пред реализационных процессов в сфере туризма». Примеры сегментирования рынков, анализ критериев и результатов сегментирования клиентов и туристических рынков. Разработка	*8*	

	мероприятий комплекса продвижения в конкретном туристическом агентстве и алгоритма их проведения.		
	Всего:	***108***	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1.– ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2.– репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3.–продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МДК

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы учебной дисциплины требует наличия Тренинговый кабинет службы продажи и маркетинга.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- демонстрационные материалы;
- наглядные пособия (образцы схем, практические задания, опросных листов, анкет и т.д.).

Технические средства обучения:

- компьютеры с лицензионным программным обеспечением;
- доступ к сети интернет;
- аудиовизуальные средства обучения.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер; ред. М. Суханова; пер. с англ. Т.В. Виноградовой, А.А. Чеха, Л.Л. Царук. – 7-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – 211 с. – Режим доступа: по подписке. Текст: электронный. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742

2. Сухов, Р.И. Организация туристской деятельности: учебник / Р.И. Сухов. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. – 267 с.: схем., табл., ил. – Библиогр.: с. 228-230.– Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462032

3. Родигин, Л.А. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве: лекции / Л.А. Родигин, Е.Л. Родигин. – Москва: Советский спорт, 2014. – 208 с. : табл., схем., ил. – (Профессиональное туристское образование). – Режим доступа: по подписке. Библиогр.: с. 182-183. – Текст: электронный. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438479

4. Восколович, Н.А. Маркетинг туристских услуг: учебник / Н.А. Восколович. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити, 2015. – 207 с.: табл., схемы – Режим доступа: по подписке. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712 – Текст: электронный.

5. Хайретдинова, О.А. Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие / О.А. Хайретдинова; Минобрнауки Российской Федерации, ФГБОУ ВО "Уфимский государственный университет экономики и сервиса" (УГУЭС). – Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса,

2015. – 107 с.: табл., схем. – Режим доступа: по подписке. Текст: электронный. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445129.

Дополнительные источники:

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск: Вышэйшая школа, 2014. – 545 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450394 Текст: электронный.
2. Дурович, А.П. Маркетинговые исследования: учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск: ТетраСистемс, 2009. – 431 с. : табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571833 – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.
3. Мошняга, Е.В. Английский язык: туризм, гостеприимство, платежные средства / Е.В. Мошняга; Российская международная академия туризма. – 5-е изд., стереотип. – Москва: Советский спорт, 2012. – 248 с. – (Профессиональное туристское образование). – Режим доступа: по подписке. – http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258228. – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.
4. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие / Косолапов А.Б.– 4-е изд., перераб. И доп. - М.: КНОРУС, 2014. – 296 с.
5. Медиа: введение / ред. А. Бриггз, П. Кобли; пер. Ю.В. Никуличев. – 2-е изд. – Москва: Юнити, 2015. – 551 с. : ил., табл. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784 – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.

Справочные источники:

1. Всемирная туристская организация - http://www.mot.gov.kh/statistic.asp
2. Интернет журнал Турбизнес - http://www.tourbus.ru/home_m.htm.
3.Все о туризме: туристическая библиотека www.tourlib.net.
4. Новости законодательства РФ - http://www.consultant.ru
5. Изучение эффективности рекламных кампаний.
http//www.advertology/ru/print16580.html.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МДК

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Формы и методы оценки результатов освоения МДК
ПК 1. 1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их	– точность в поиске необходимой информации; – правильность применения методов, способов анализа рынка	Тестовые задания, устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания,

реализации	потребительского спроса; – правильность в выборе методов и способов реализации туристского продукта;	практические задания.
ПК 1. 2. Информировать потребителя о туристских продуктах	– точность в определении методов информирования клиентов; – обоснованность выбора применяемой технологии в конкретной ситуации;	устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания
ПК 1. 3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	– точность и полнота проведенного маркетингового исследования предложений туроператоров; – точность следования инструкциям и нормам по бронированию с использованием современной офисной техники; – правильность проведение бронирования турпродукта согласно установленным требованиям; – точность и соответствие нормативам делового общения содержания устного и письменного общения с туроператором на русском и иностранном языках; – правильность демонстрации и техники презентации туристского продукта на русском и иностранных языках; – точность планирования и расчета бюджета рекламной кампании; – точность и полнота заполнения всех документов, необходимых для осуществления турпоездки, в соответствии с нормативными требованиями;	Тестовые задания, устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания, задачи
ПК 1. 4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	– правильность расчета стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя; – правильность оформления документации и расчета стоимости турпакета на основе современной нормативной базы; – правильность получения и анализ информации о стоимости и характеристиках туруслуг, входящих в турпакет; – точность соответствия результата подбора оптимального турпакета заявке потребителя;	устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания, задачи
ПК 1.5. Оформлять турпакет	– правильность оформления	устный опрос, письменный опрос,

(турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	документации на реализацию турпродукта; – правильность заполнения бланков сопутствующей документации; – точность изложения правил реализации туристского продукта с учетом требований Российского законодательства	ситуационные задания, практические задания, задачи
ПК 1. 6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	– правильность заполнения заявлений на выдачу виз; – грамотное выявление ошибок при оформлении заявлений и их исправление; – грамотное объяснение выявленных ошибок, грамотное и корректное изложение требований к организации въезда граждан РФ в зарубежные страны (безвизовый въезд, выдача виз, национальные визы и визы стран Шенгенского соглашения);	устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания, задачи
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности	– точность и верность изложения правил приобретения, учета и хранения документов строгой отчетности; – правильность заполнения документов строгой отчетности;	
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– аргументированность решения выбора специальности; – четкость определения конкретной цели своей профессиональной деятельности; – активное посещение учебных занятий и практики, консультаций; – аргументированность выбора тем и качество написания курсовой работы, доклада, выпускной квалифицированной работы; – качество и скорость выполнения заданий внеаудиторной самостоятельной работы с обязательной и дополнительной литературой по плану преподавателя; – активность внесения предложений, рекомендаций при выявлении проблем в сфере туристской деятельности; – активность принятия участия в выступлениях на семинарских занятиях по обсуждению проблем	устный опрос, ситуационные задания, практические задания

	туристской деятельности в части осуществления туроператорской и турагентской деятельности;	
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	– логичность разработки плана написания доклада, курсовой, выпускной квалификационной работ и полнота реализации установленного плана; – обоснованность постановки цели и задач, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области туроператорской и турагентской деятельности; – качество и полнота выполнения заданий; – своевременность сдачи заданий, отчетов; – объективность оценки собственных результатов выполненных заданий.	письменный опрос, ситуационные задания, практические задания, задачи
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– разумность оценки ситуаций предложенных преподавателем для выполнения заданий и ситуаций, возникающих в процессе обучения; – правильность выбора подходящей для решения проблемы методики; – четкость конкретных практических действий для решения проблем; – организованность совместной работы для успешного решения проблем в ходе работы на уроках и выполнения внеаудиторной самостоятельной работы; – настойчивость при решении поставленной задачи; – скорость принятия решения в нестандартных ситуациях; – аргументированность собственного мнения; – адекватность рассуждений и принятия решений; – креативность, инициативность в ходе теоретического обучения и практики.	Тестовые задания, устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания, задачи
ОК 4 Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач,	– обоснованность выбора метода поиска информации, включая правильность поискового образа запроса; – скорость поиска информации; – логичность систематизации	устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания

профессионального и личностного развития	информации; – соблюдение установленных колледжем требований к оформлению полученных результатов, и творческая интерпретация полученных результатов.	
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	– обоснованность выбора информационной системы в условиях конкретной ситуации осуществления расчетных операций; – правильность создания, редактирования и сохранения документов в ходе выполнения практических заданий с применением информационных технологий; – качество обмена информации в текстовом и графическом режимах с обучающимися, преподавателями; – выявление проблем качества информационных систем, полнота и доступность рекомендаций по указанию путей их решения.	письменный опрос, ситуационные задания, практические задания
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– быстрота адаптации в новом коллективе; – грамотность построения конструктивного диалога; – эффективность управления эмоциями; – активность принятия участия в различных групповых проектах.	устный опрос, ситуационные задания, практические задания
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– аргументированность постановки целей и задач; – аргументированность убеждения в правильности предлагаемого решения; – организованность учебного процесса; – оперативность координации действий при решении проблем и уровень уверенности в себе; – соблюдение норм и правил, принятых в коллективе; – качественное выполнение обязанностей, предусмотренных Уставом Колледжа для студентов.	устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания, задачи
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься	– рациональность планирования и осуществления деятельности по организации внеаудиторных самостоятельных занятий; – обоснованность постановки цели и задач самообразования;	устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания

самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– качество, своевременность и полнота выполнения заданий внеаудиторной самостоятельной работы; – адекватность оценки анализа проделанной самостоятельной работы; – обоснованность выбора высшего учебного заведения, факультета для дальнейшего обучения.	
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	– выполнение действий с применением новых технологий; – проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	ситуационные задания, практические задания, задачи