

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет
имени В.М. Шукшина»
(АГГПУ им. В.М. Шукшина)



ПАСПОРТ КОМПЕТЕНЦИИ
**ОПК-4 «Способен осуществлять исследование туристского рынка,
организовывать продажи и продвижение туристского продукта»**

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Профили	Туристический бизнес
Квалификация выпускника	бакалавр
Форма обучения	заочная

2019 г.

1. Код и наименование компетенции: ОПК-4 «Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта»

2. Составляющие компетенции

Знать:

- теоретические основы маркетинга в туристской индустрии (3.1)
- основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии технологии обеспечения (3.2)

Уметь:

- оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии (У.1)
- применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности (У.2)

Владеть:

- навыками и опытом: маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, в том числе с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов (В.1)
- формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной среде Интернет (В.2)

3. Перечень дисциплин, модулей, практик, в рамках которых формируется данная компетенция:

Наименование дисциплины, модуля, практики	Курс	Знания, умения, владения и иные составляющие компетенции, формируемые данной дисциплиной (модулем, практикой)
Технологии продаж	4	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2
Индустрия мирового туризма	4	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2
Модуль дисциплин подготовки к научно-исследовательской деятельности	2,3	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2
Исследование и мониторинг рынка туристских услуг	2,3	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2
Маркетинг в туристской индустрии	3	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2
Исследовательская практика	4	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2
Сервисная практика	5	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2
Ознакомительная практика	2	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2
Организационно-управленческая практика	3	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2
Преддипломная практика	5	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2
Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	5	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2

4. Показатели сформированности компетенции (дескрипторы):

-знать:

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
3 1	теоретические основы маркетинга в туристской индустрии	Знает теоретические основы маркетинга в туристской индустрии

3 2	основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии технологии обеспечения	Знает основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии технологии обеспечения
-----	--	--

-уметь:

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
У1	оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии	Оценивает рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии
У2	применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности	Применяет на практике инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности

-владеть навыками

Код	Результаты обучения	Показатели оценки результатов
В1	навыками и опытом: маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов, в том числе с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Умеет применять на практике маркетинговые исследования рынка, потребителей, конкурентов
В 2	формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной среде Интернет	Умеет выстраивать каналы продвижения и сбыта туристских продуктов и услуг

5. Уровни сформированности компетенции:

Составляющие компетенции (знания, умения, владения (навыки))	Показатели сформированности (дескрипторы)	УРОВНИ СФОРМИРОВАННОСТИ		
		НИЗКИЙ «3» (описание выраженности дескрипторов)	СРЕДНИЙ «4» (описание выраженности дескрипторов)	ВЫСОКИЙ «5» (описание выраженности дескрипторов)
3.1	Знает теоретические основы маркетинга в туристской индустрии	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;

3.2	Знает основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии обеспечения	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
У-1	Оценивает рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
У-2	Применяет на практике инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
В-1	Умеет применять на практике маркетинговые исследования рынка, потребителей, конкурентов	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;
В-2	Умеет выстраивать каналы продвижения и сбыта туристских	обучающийся поверхностно раскрывает основные теоретические положения; в усвоении	отвечающий демонстрирует знание базовых положений без использования	отвечающий исчерпывающе, логически и аргументировано

	продуктов и услуг	программного материала имеются существенные пробелы, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки	дополнительного материала; проявляет логичность и доказательность изложения материала, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;	излагает материал, тесно связывает теорию с практикой посредством иллюстрирующих примеров; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы исследования, свободно отвечает на поставленные вопросы, делает обоснованные выводы;
--	-------------------	---	---	---

6. Оценочные средства, применимые для оценки сформированности компетенции и (или) её составляющих:

Наименование дисциплины, модуля, практики	Знания, умения, владения и иные составляющие компетенции, формируемые данной дисциплиной (модулем, практикой)	Методы текущего контроля успеваемости	Промежуточная аттестация
Технологии продаж	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2	Собеседование, тестирование, выполнение заданий для текущего контроля успеваемости	Вопросы и задания к зачету и экзамену, для оценки сформированности компетенции.
Индустрия мирового туризма	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2	Собеседование, тестирование, выполнение заданий для текущего контроля успеваемости	Вопросы и задания к зачету и экзамену для оценки сформированности компетенции.
Модуль дисциплин подготовки к научно-исследовательской деятельности	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2	Собеседование, тестирование, выполнение заданий для текущего контроля успеваемости	Вопросы и задания к зачету и экзамену для оценки сформированности компетенции.
Исследование и мониторинг рынка туристских услуг	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2	Собеседование, тестирование, выполнение заданий для текущего контроля успеваемости	Вопросы и задания к зачету для оценки сформированности компетенции.
Маркетинг в туристской индустрии	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2	Собеседование, тестирование, выполнение заданий для текущего контроля успеваемости	Вопросы и задания к экзамену для оценки сформированности компетенции.
Исследовательская практика	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2	Собеседование, тестирование, выполнение заданий для текущего контроля успеваемости	Подготовка и защита отчета по практике для оценки сформированности компетенций
Сервисная практика	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2	Собеседование, тестирование, выполнение заданий для текущего	Подготовка и защита отчета по практике для оценки сформированности компетенций

		контроля успеваемости	
Ознакомительная практика	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2	Собеседование, тестирование, выполнение заданий для текущего контроля успеваемости	Подготовка и защита отчета по практике для оценки сформированности компетенций
Организационно-управленческая практика	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2	Собеседование, тестирование, выполнение заданий для текущего контроля успеваемости	Подготовка и защита отчета по практике для оценки сформированности компетенций
Преддипломная практика	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2	Собеседование для текущего контроля успеваемости	Подготовка и защита отчета по практике для оценки сформированности компетенций
Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	3.1. 3.2, У.1, У.2, В.1, В.2	Предзащиты выпускных квалификационных работ	Защиты выпускных квалификационных работ для оценки сформированности компетенций

и.о. заведующего кафедрой естественнонаучных дисциплин, безопасности жизнедеятельности и туризма

Е.Н. Бавыкина