

| | |
|---|--|
|  | <p>Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ</p> <p align="center">Учебно-методическая документация</p> |
|---|--|

УТВЕРЖДАЮ
 Директор ГЭК МПК НовГУ

 « 11 » 2015 года



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
 (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

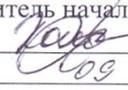
Специальность:

43.02.10 ТУРИЗМ

Квалификация выпускника: специалист по туризму (углубленная подготовка)

СОГЛАСОВАНО:

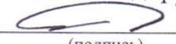
Заместитель начальника УМУ НовГУ по СПО


 « 21 » 2015 года С.Е.Кондрушенко

Директор Муниципального бюджетного
 Учреждения «Центр развития туризма
 «Красная Изба»


 « 18 » 2015г М.А.Лебедева
 МП

Заместитель директора по УПР ГЭК МПК НовГУ


 « 18 » 2015 года Г.М.Хохленкова
 (подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|--|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ | 4 |
| 1.1. Область применения программы..... | 4 |
| 1.2. Место учебной практики в структуре основной образовательной программы | 4 |
| 1.3. Цели и задачи учебной практики – требования к результатам практики..... | 4 |
| 1.4. Вид профессиональной деятельности, перечень формируемых компетенций..... | Ошибка! Закладка не определена. |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ | 6 |
| 2.1. Объем учебной практики | Ошибка! Закладка не определена. |
| 2.2. Тематический план и содержание учебной практики | Ошибка! Закладка не определена. |
| 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ | 9 |
| 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению | 9 |
| 3.2. Информационное обеспечение практики | 9 |
| 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ | 9 |
| Приложение А Вопросы к дифференцированному зачету | |
| Приложение Б Форма дневника | |
| Приложение В Форма отчета по учебной практике | |

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения рабочей программы практики

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

1.2. Место практики в структуре основной образовательной программы

Практика проводится в специально выделенный период (концентрированно) после изучения ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг в 4 семестре.

1.3. Цели и задачи учебной практики – требования к результатам практики:

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен **уметь**:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта для переговоров с турагентствами;
- проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;
- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- оформлять страховые полисы;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с турагентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туруслуг;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранных языках;

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен **знать**:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам транспорту;
- планирование программ турпоездов;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;

- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;

- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания турагентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен **иметь практический**

опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;

1.4. Вид профессиональной деятельности, перечень формируемых компетенций:

Практика направлена на приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности Предоставление туроператорских услуг и формирование у студентов общих и профессиональных компетенций:

| Код | Наименование результата обучения |
|------------|--|
| ПК 3.1 | Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта |
| ПК 3.2 | Формировать туристский продукт |
| ПК 3.3 | Рассчитывать стоимость туристского продукта |
| ПК 3.4. | Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта |
| ПК 3.5 | Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг |
| 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; |

| Код | Наименование результата обучения |
|------------|--|
| 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. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Объем учебной практики

| Место прохождения практики | Обязательная учебная нагрузка | |
|---|--------------------------------------|--------------------|
| | Количество недель | Объем часов |
| Гуманитарно-экономический колледж МПК НовГУ | 2 | 72 |
| Всего | 2 | 72 |
| Аттестация по итогам учебной практики в форме зачета в 4 семестре | | |

2.3. Тематический план и содержание учебной практики

| Коды ПК | Наименование разделов и тем * | Содержание практики по профилю специальности ** | Объем в часах | Уровень освоения*** |
|--------------------------|---|--|---------------|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| | Введение | Постановка целей, задач, времени и места прохождения учебной практики; знакомство с руководителями практики; инструктаж по ведению дневника практики, оформлению и защите отчета по практике; организационные вопросы прохождения практики; проведение инструктажа по технике безопасности и охране труда. | 2 | 1 |
| | Раздел ПМ 1 Организация и регулирование туроператорской деятельности | | | |
| ПК 3.2 | Тема 1.3 Документация туроператорской фирмы | Учредительные документы туристической фирмы | | 2,3 |
| ПК 3.2 ПК 3.3 | Тема 1.5 Оптимальный турпродукт | Анализ туристской дестинации. Разработка туристского продукта. Калькуляция тура Технологическая карта тура. Отчёт о прохождении маршрута. | | |
| ПК 3.1 | Тема 1.7 Технология взаимодействия с турагентами | . Правовые основы взаимодействия туроператоров и турагентов. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности». Основные положения договора между туроператором и турагентом. Единый федеральный реестр туроператоров. Финансовые гарантии. Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта | | 2,3 |
| | Раздел 2 Коммерческие направления в туризме | | | 2,3 |

| | | | | |
|--------|--|---|---------------|-----------|
| | МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме | | | 2,3 |
| ПК 3.1 | Тема 2.3 Организация маркетинговых исследований в туризме | Маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта | | 2,3 |
| ПК.3.5 | Тема 2.9 Коммуникативная политика туристской фирмы | Организация продвижения туристского продукта на рынке туристских услуг | | |
| | | | Всего: | 72 |

*** Для характеристики уровня освоения содержания практики по профилю специальности 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной практики проходит в учебном кабинете.

Оборудование учебного кабинета:

- учебно-наглядные материалы: «Взаимосвязь категорий маркетинга», «Понятие и виды деятельности туроператора», «Туристский продукт»; «Комплекс маркетинга услуг»; «Виды рекламы»; каталоги, бланки договоров, туристические путёвки.

- технические средства обучения: мультимедийное оборудование, ПК с подключением к сети Internet.

3.2. Информационное обеспечение практики

Основные источники:

1. Гребенюк Д. Г. Технология продаж и продвижения турпродукта: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования/ Д. Г. Гребенюк. – М.: Академия, 2016. – 288 с.

2. Жуков А. А. Технология и организация операторских и агентских услуг: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования/ А. А. Жуков, С. О. Дерябина. – 2-е изд., стер. – М.: Академия, 2014. – 208 с.

3. Любавина Н. Л. Технология и организация туроператорской деятельности: учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования / Н. Л. Любавина, Л. А. Кроленко, Т. А. Нечаева. – 2-е изд., стер. – М.: Академия, 2014. – 288 с.

4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / Под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. – 9-е изд.- М.: Дашков и К, 2016. -448 с.

Дополнительные источники:

1. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т. Л. Дашкова. – М.: Дашков и К, 2011. – 72 с.
2. Дурович А.П. Маркетинг в туризме [Текст]: учебное пособие / А. П. Дурович. - М. : ИНФРА-М, 2010.
3. Иванова Н. В. Спортивно-оздоровительный туризм: учебное пособие для бакалавров / Н. В. Иванова. – М.: Дашков и К, 2016. – 256 с.
4. Исмаева Л.К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации: Теория и практика деятельности туристских фирм: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Донат Каримуллоевич Исмаев. – 20-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2004.
5. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма: учеб.пособие / Е.Н. Кнышова – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2010.
6. Карпова С.В., Фирсова И.А. Основы маркетинга. - Ростов-н/Д, Феникс, 2011. – 286 с.
7. Прошкина Т.П. Маркетинг. – Ростов-н/Д: Феникс, 2010. – 314 с.
8. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности/ Под ред. Ю.В.Морозова, В.Т.Гришиной. – М.: Дашков и К, 2010. – 448 с.
9. Чревичко Т. В. Экономика туризма: учебное пособие / Т. В. Черевичко. – 2-е изд.- М.: Дашков и К, 2016. – 262
10. Прошкина Т.П. Маркетинг. – Ростов-н/Д: Феникс, 2010. – 314 с.
11. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т. Л. Дашкова. – М.: Дашков и К, 2011. – 72 с.
12. Карпова С.В., Фирсова И.А. Основы маркетинга. - Ростов-н/Д, Феникс, 2011. – 286 с.

13. Бутко И.И. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / И.И. Бутко, В.А. Ситников, Е.А. Ситников; под ред. к.т.н. доцента И.И. Бутко. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°; Наука-Спектр, 2010.

Интернет-ресурсы:

1. www.turprofi.ru Портал для турагента
2. www.tourdom.ru Профессиональный туристический портал
3. www.tonkosti.ru Электронная туристическая энциклопедия
4. www.russiatourism.ru Официальный сайт Федерального агентства по туризму

Минспорттуризма России

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Текущий контроль и оценка результатов прохождения учебной практики осуществляется руководителем практики при освоении общих и профессиональных компетенций в процессе выполнения обучающимися видов работ, предусмотренных рабочей программой учебной практики.

Аттестация по итогам практики осуществляется с учетом (на основании) результатов, подтверждаемых дневниками, отчетами, а также документами организаций (характеристики).

Форма промежуточной аттестации – зачет в 4 семестре.

| Результаты прохождения учебной практики (освоенные умения, усвоенные знания, практический опыт) | Формы и методы контроля и оценки результатов прохождения учебной практики |
|---|--|
| <p><i>В результате прохождения учебной практики обучающийся должен уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта для переговоров с турагентствами; - проводить анализ деятельности других туркомпаний; - работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; - обрабатывать информацию и анализировать результаты; - налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; - работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; - работать с информационными и справочными материалами; - составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; - составлять турпакеты с использованием иностранного языка; - оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; - оформлять страховые полисы; - вести документооборот с использованием информационных технологий; - анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, | <p>Наблюдение и экспертная оценка выполнения видов работ, предусмотренных рабочей программой практики</p> <p>Защита отчета по практике</p> <p>Дифференцированный зачёт</p> |

принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;

- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с турагентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туров;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранных языках;

*В результате прохождения учебной практики обучающийся должен **знать**:*

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам транспорту;
- планирование программ турпоездов;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания турагентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туров;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

*В результате прохождения учебной практики обучающийся должен **иметь практический опыт**:*

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездов, составления программ тура и

| | |
|---|--|
| <p>турпакета;</p> <ul style="list-style-type: none"> - предоставления сопутствующих услуг; - расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура и определение цены турпродукта; - взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта; - работами с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг; - планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках. | |
|---|--|

Критерии оценки:

В период прохождения практики студентами ведётся дневник практики. По результатам практики студентом составляется отчёт. В качестве приложения к отчёту практики студент оформляет документы, которые он изучал и оформлял. Практика завершается дифференцированным зачётом при условии положительного аттестационного листа, свидетельствующего об уровне освоения профессиональных компетенций и подписанного руководителем практики, а также своевременного представления студентом отчёта о практике и дневника практики, при этом учитывается полнота и качество оформления документов.

«Отлично» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объем работы, требуемый программой практики, своевременно представил дневник и отчет по практике, ответил на все вопросы в ходе дифференцированного зачета.

«Хорошо» ставится студенту, который выполнил в срок и на хорошем уровне весь намеченный объем работы, требуемый программой практики, своевременно представил дневник и отчет по учебной практике, ответил на все вопросы в ходе дифференцированного зачета, вместе с тем ответы на вопросы были не полными.

«Удовлетворительно» ставится студенту, который выполнил в срок и на удовлетворительном уровне весь намеченный объем работы, требуемый программой практики, своевременно представил дневник и отчет по практике, не ответил на один вопрос в ходе дифференцированного зачета либо ответы на вопросы были не полными и не полностью обоснованными.

«Неудовлетворительно» ставится студенту, который не выполнил программу практики, не подготовил отчета.

Вопросы к дифференцированному зачету

1. Сущность, цели и задачи маркетинговых технологий.
2. Значимость маркетинговых технологий в деятельности туристской фирмы.
3. Характеристика и состав турпродукта.
4. Маркетинг услуг, характеристика услуги как экономической категории.
5. Особенности маркетинга в сфере туризма.
6. Потребитель, как ключевая фигура в маркетинговой деятельности.
7. Маркетинговые исследования в туризме - содержание и сущность, виды маркетинговых исследований.
8. Этапы маркетингового исследования и их характеристика.
9. Методы сбора первичных данных и их характеристика.
10. Методы получения и обработки маркетинговой вторичной информации.
11. Сегментирование туристского рынка, понятие, виды и критерии сегментации.
12. «Позиционирование» товара (услуги) на рынке. Основные принципы позиционирования услуги.
13. Качество туристских услуг и факторы его определяющие.
14. Основные этапы процесса разработки нового товара/услуги, их характеристика.
15. Понятие цены и ее значение в рыночной экономике.
16. Методы установления цены на туристские услуги.
17. Виды ценовых стратегий в туризме.
18. Характеристика и особенности прямых продаж в сфере туризма.
19. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций в системе маркетинга.
20. Планирование маркетинговой деятельности, формирование плана маркетинга.
21. Особенности внешнеэкономического маркетинга в сфере услуг.

| | |
|---|--|
|  | <p>Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ Гуманитарно-экономический колледж Учебно-методическая документация</p> |
|---|--|

ДНЕВНИК

по учебной практике

ПМ.03. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

Студента _____ курса, группы _____ специальность **43.02.10 Туризм**

ФИО _____

ФИО _____

(руководитель практики)

| Дата | Содержание работы | Оценка и подпись руководителя от организации (колледжа) |
|------|-------------------|---|
| | | |
| | | |

Дата

Подпись руководителя практики от колледжа: _____

Форма отчета

| | |
|---|--|
|  | <p>Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ Гуманитарно-экономический колледж Учебно-методическая документация</p> |
|---|--|

ОТЧЁТ
 по учебной практике

ПМ.03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

Студента _____ курса, группы _____ специальность **43.02.10 Туризм**

ФИО _____

ФИО _____

(руководитель практики)

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

| Номер изме- нения | Номер листа | | | | Всего листов в документе | ФИО и подпись ответственного за внесение изменения | Дата внесения изменения | Дата введения изменения |
|-------------------------|-------------|-------------|--------|----------|--------------------------------|--|-------------------------------|----------------------------|
| | измененного | замененного | нового | изъятого | | | | |
| 1 | 4, 6, 10 | | | | 16 | Данилова Е.А. | 28.08.2017 | 01.01.2018 |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |