



1920

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования  
“Кубанский государственный университет”  
(ФГБОУ ВПО “КубГУ”)  
Географический факультет

Кафедра международного туризма и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,  
качеству образования-  
первый проректор

Иванов А.Г.

---

(подпись, расшифровка подписи)

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2011 г

## ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

*«Производственная практика. 3 курс»*

Направление подготовки

100400.62 «Туризм»

Профиль подготовки

Технология и организация гостиничных услуг

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная, заочная

Краснодар 2011

## СОДЕРЖАНИЕ

I. Общие положения .....	3
II. Цель и задачи практики .....	6
III. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики .....	7
IV. Содержание практики .....	8
V. Требования к отчету .....	10
VI. Методические пособия для прохождения практики .....	11
Приложение 1 .....	12
Приложение 2 .....	13

## I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Производственная практика для студентов 3 курса проводится после сдачи экзаменационной летней сессии 3-го курса.
2. Продолжительность производственной практики 3 курса составляет:
  - для студентов дневной формы обучения (ОДО) – 2 недели;
  - для студентов заочной формы обучения (ОЗО) – 1 неделю.
3. В ходе практики студенты закрепляют полученные теоретические знания по следующим дисциплинам: маркетинг, менеджмент, туроперейтинг (внутренний, международный туризм), транспортное обслуживание, безопасность, стандартизация, сертификация в туристской индустрии, экономика туристской индустрии, экскурсоведение, безопасность в туризме.
4. Практика проводится на предприятиях индустрии туризма г. Краснодара и Краснодарского края. Перед выходом на практику кафедра выдает студенту направление на базу практики. Некоторые студенты могут проходить практику по индивидуальным договорам в организациях (на предприятиях) по месту жительства, в организациях, направивших их на учебу и др.

В случаях, когда студент имеет возможность и желание самостоятельно определить место прохождения производственной практики, он обязан своевременно (в сроки согласованные с руководителем практики от КубГУ) сообщить об этом и представить письменное согласие или ходатайство руководителя организации на проведение практики в данной организации с указанием названия организации, ее адреса, телефона для осуществления контроля со стороны руководителя практики от КубГУ.

5. Методологическое, организационное и учебное руководство практикой выполняется кафедрой менеджмента и международного туризма КубГУ. Кафедра назначает руководителя практикой из числа преподавателей. Руководитель систематически контролирует выполнение

студентами программы практики, консультирует студентов по вопросам выполнения программы практики, оформлению отчета и др.

6. От организации (предприятия) назначается руководитель практики из числа руководящих работников организации.

Руководитель практики от организации обеспечивает:

- организацию и проведение практики студентов в соответствии с программой практики;
- предоставление студентам мест практики;
- создание необходимых условий для эффективного прохождения практики;
- соблюдение согласованных с университетом календарных сроков прохождения практики;
- проведение обязательных инструктажей по охране труда;
- обеспечение и контроль над соблюдением студентами-практикантами внутреннего трудового распорядка;
- наложения в случае необходимости приказом руководителя организации взыскания на студентов-практикантов;
- оказывает студентам необходимую помощь при сборе материалов для выполнения НИР, индивидуальных заданий.

7. Студент при прохождении практики обязан:

- полностью выполнить задание, предусмотренное программой практики и индивидуальное задание, выдаваемое руководителем практики;
- в случае оформления на рабочее место нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками;
- вести дневник практики, в который записываются необходимые цифровые материалы, содержание бесед, эскизы, схемы и т.д.;
- подчиняться действующим в организации (учреждении, на предприятии) правилам трудового распорядка;
- изучать и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии;
- подготовить письменный отчет о выполнении всех заданий практики.

8. Защита отчета по производственной практике проводится в сроки, предусмотренные планом работы кафедры. Решение о зачете практики принимается комиссией, назначенной заведующим кафедрой и включающей преподавателей кафедры. Результаты практики оцениваются дифференцированно на основании содержания отчета, хода его защиты, а также характеристики, полученной студентом в организации и отзыва руководителя от кафедры.

Кроме отчета студент обязан предоставить на защите производственной практики следующие документы:

- характеристику, полученную студентом-практикантом в организации. Характеристика оформляется на фирменном бланке, подписывается руководителем организации (или руководителем практики от организации), заверяется печатью организации;
- дневник прохождения практики, подписанный руководителями практики от организации. Образец оформления дневника приведен в Приложении 1.

## II. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Целями производственной практики 3-го курса являются:

1. Овладение принципами и методами маркетинга в деятельности организации (предприятия).
2. Освоение технологий продаж.
3. Ознакомление с принципами и методами менеджмента в деятельности организации (предприятия).
4. Определение тенденций развития видов туризма по продажам предприятия.
5. Организация зарубежного, внутреннего тура с учетом нормативно-правовых, экономических, ресурсных основ деятельности предприятия.

Задачи учебной практики:

изучение текущей документации организации, необходимой для выполнения задания на практику;

установление коммуникаций с работающим персоналом и клиентами организации предприятия;

сбор материалов для выполнения студенческой НИР;

ведение дневника практики;

составление итогового отчета по результатам практики.

## III. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ,

## ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ:

### Общекультурные:

способен работать в коллективе и самостоятельно, руководить людьми и подчиняться (ОК-6);

готов к восприятию культуры и обычаев других стран и народов, толерантно относиться к национальным, расовым, конфессиональным различиям, способен к межкультурным коммуникациям (ОК-7);

способен понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

### Профессиональные:

#### *- проектная деятельность:*

готов к управлению реализацией проектов в туристской индустрии (ПК-4);

*- производственно-технологическая деятельность:* способен к реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-6);

#### *- организационно-управленческая деятельность:*

способен к работе в трудовых коллективах предприятий туристской индустрии (ПК-7);

способен организовывать работу исполнителей, принимать управленческие решения в организации профессиональной деятельности (ПК-8);

#### *- сервисная деятельность:*

способен к эффективному общению с потребителями туристского продукта (ПК-11); умеет организовать процесс обслуживания потребителя туристского продукта (ПК-12);

*- научно-исследовательская деятельность:* способен находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий (ПК-13).

#### IV. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

##### 1. Знакомство с организацией.

Практикант знакомится со структурой организации, экономическими показателями его деятельности, положением на рынке (объемы продаж, доля на рынке, занимаемый сегмент рынка, взаимосвязи с партнерами и т.д.) и другими вопросами, необходимыми для выполнения заданий на практику.

2. Сбор данных об организации (предприятии) для проведения маркетингового исследования. Студент изучает внешнюю и внутреннюю маркетинговую среду организации (предприятия), показания своих исследований заносит в дневник и анализирует маркетинговую стратегию организации (предприятия). По результатам исследования студент формулирует свои предложения.

*а. Знать перечисленные ниже термины. Объяснять данные процессы на примере рассматриваемой организации.*

- принятие маркетинговых решений в условиях туристского рынка, управление маркетингом,
- процесс планирования маркетинга в сфере туризма;
- основы сегментации рынка туристских услуг,
- целевой рынок туристских услуг;
- управление каналами распределения товаров (услуг) и их продвижением,
- техника продаж турпродукта,
- маркетинговые коммуникации в туристской деятельности,
- службы маркетинга туристских предприятий;
- реклама и пропаганда в комплексе маркетинговых коммуникаций;
- средства распространения туристской рекламы;
- выставочная деятельность в туризме

*б. Предоставить информацию, передаваемую во внешнюю среду организации, доступную потребителям продукта, производимого ею.*

*в. Детально рассмотреть содержание сайта организации и элементы её фирменного стиля.*

*г. Сделать анализ доступности и прозрачности информационного потока организации.*

3. Исследование географии выездных и внутренних туристских потоков, динамики изменения за последние пять лет. Студент собирает и анализирует информацию о предлагаемых турах, при этом необходимо указать:

- 1) вид туризма;
- 2) основные направления туристских потоков;
- 3) целевые аудитории;
- 4) используемое транспортное обеспечение и средства размещения;
- 5) краткое описание предлагаемых туров (продолжительность, маршрут, стоимость, и т.д.)
- 6) численность отправленных туристов в динамике.

4. Комплектование и калькуляция тура по запросу с учетом региональной специфики рынка, нормативно-правовых основ деятельности, экономической эффективности.

5. Изучение вопросов соблюдения правил безопасности в туристской деятельности.

6. Выполнение заданий организации (предприятия), имеющих отношения к целям и задачам учебной практики.

7. Выполнение индивидуальных заданий, согласованных с научным руководителем студента в КубГУ, необходимых для студенческой научно-исследовательской работы.

## V. ТРЕБОВАНИЯ К ОТЧЕТУ

Накопление материалов для отчета о практике студент осуществляет в течение всей практики.

Содержание отчета:

- титульный лист (Приложение 1);
- оглавление;
- установление целей и задач практики;
- указание используемых методов и теоретических источников;
- результаты маркетингового исследования;
- оценка и результаты тенденций развития рынка, спроса и предложения;
- результаты комплектования и калькуляции тура (по индивидуальному заданию);
- анализ деятельности по вопросам соблюдения норм безопасности, стандартных правовых параметров функционирования предприятий на рынке.
- предложения по формированию маркетинговой стратегии организации (предприятия);
- оценка итогов исследования организации;
- итоги выполнения индивидуального задания по НИР;
- предложения, замечания по совершенствованию практической подготовки студентов.

Отчет о практике рассматривается и утверждается руководителем практики от организации.

## VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОСОБИЯ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1. Ансофф И. Стратегическое управление. – М., 2005.
2. Герчикова И.Н. Менеджмент. – М., 2009.
3. Деньги и финансы: тесты и задачи. / Под ред. И.Т. Балабанова. – Спб: Издательство «Питер», 2010.
4. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / Под общей ред. Горбылевой З.М. – Минск, 2010.
5. Егоркин А.И. Основы маркетинга. – М., 2011.
6. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебное пособие. – Минск: БГЭУ, 2009.
7. Карлофф Б. Деловая стратегия. – М., 2011.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М., 2011.
9. Липсиц И.В., Коссов В.В. Инвестиционный проект: Методы подготовки и анализа. Учебно-справочное пособие. – М.: Издательство БЕК, 2007.
10. Новый потребитель: факторы и тенденции развития спроса на рынке туризма // Сапрунова В. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М.: «Ось-89», 1998. – с. 53-76.
11. Ревинский И.А., Романова Л.С. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествия: Учебное пособие. – Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2011. – с. 107-117.
12. Финансы: Учебное пособие. / Под ред. Профессора А.М. Ковалевой. – М.: Финансы и статистика, 2010.
13. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт. / Под ред. В.С. Янкевича. – М.: Финансы и статистика, 2011.

Образец оформления дневника практики

Дата	День недели	Вид деятельности

Приложение 2  
Образец оформления титульного листа отчета

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВПО «Кубанский Государственный Университет»  
географический факультет  
кафедра международного туризма и менеджмента

ОТЧЕТ

о прохождении учебной практики

Выполнил: студент 3 курса  
группа \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Ф.И.О.

Руководитель практики:

\_\_\_\_\_  
должность

\_\_\_\_\_  
Ф.И.О. преподавателя

КРАСНОДАР 2011