



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

«Учебная практика. 1 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	6
IV. Содержание практики	7
V. Требования к отчету	11
VI. Методические пособия для прохождения практики	12
Приложение 1.....	13
Приложение 2.....	14
Приложение 3.....	16

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Производственная практика для студентов 2 курса проводится после сдачи экзаменационной сессии 2-го курса.

2. Продолжительность учебной практики 2 курса составляет 3 недели.

3. В ходе практики студенты закрепляют полученные теоретические знания по следующим дисциплинам:

- экономика туристского рынка;
- статистика туризма;
- туристское ресурсоведение;
- география туризма;
- информационные системы и технологии;
- реклама в туризме;
- страхование и риски в гостиничной деятельности.

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 2-го курса являются:

- Анализ экономики предприятия.
- Оценка рекреационного ресурсного потенциала предприятия.
- Определение роли рекламы в продвижении продукта предприятия.
- Статистический анализ по показателям деятельности предприятия.
- Создание сайта предприятия.
- Выявление особенностей страхования в деятельности предприятия.
- Обозначение географии деятельности предприятия.

Задачи производственной 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. Организационно-экономическая характеристика предприятия, анализ финансово-экономической деятельности предприятия.

Задание 1. 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.), изучает экономическую среду функционирования предприятия.

Задание 2. Анализ финансового состояния предприятия (организации).

Студент изучает балансы организации (предприятия) за предыдущий год (1, 2, 3, 4 квартал, годовой), перечень основных средств, отчетность: а) о движении денежных средств (1, 2, 3, 4 квартал); б) о прибылях и убытках (1, 2, 3, 4 квартал). Также проводит анализ финансового состояния по данным баланса и отчетности по следующим пунктам:

- а) предварительный анализ
- б) финансовая устойчивость
- в) ликвидность баланса
- г) финансовые коэффициенты
- д) финансовые результаты
- е) коэффициент рентабельности и деловой активности.

2. Оценка рекреационных ресурсов предприятия.

3. Исследование продвижения продукта посредством рекламы.

Задание 1. Проведите подробный анализ политики продвижения предприятия.

Задача задания 1. Дайте краткую характеристику всех представленных на предприятии видов и средств рекламы, стимулирования сбыта, связей с общественностью, прямого маркетинга.

Задание 2. Оцените эффективность рекламы предприятия путем опроса клиентов с помощью анкеты, используя телефон, факс, электронную почту или опрос клиента в офисе. Анкета опроса клиентов туристской фирмы представлена

в приложении 2, для других предприятий туристского рынка вопросы анкеты адаптируются соответственно деятельности исследуемой компании.

Задачи задания 2. Оформите выводы по проведенному исследованию (процентное соотношение ответов людей в каждой возрастной группе).

С помощью полученной информации сделайте выводы об эффективности политики продвижения предприятия.

Предложите рекомендации по совершенствованию политики продвижения предприятия.

Задание 3. Разработайте программу мероприятий для участия предприятия в специализированной выставке.

Задачи задания 3. Проведите анализ работы предприятия в выставочной деятельности. Выясните, участвует ли предприятие в выставках. Кратко напишите о данных выставках. Узнайте о целях участия предприятия в выставках. Представьте в отчете последовательность этапов подготовки к выставке.

Предложите рекомендации по совершенствованию процесса подготовки к выставке и получения отдачи от участия в ней.

4. Статистика деятельности предприятия:

Задание 1. Собрать данные за пятилетний период, включая текущий год, как верхнюю границу исследования, и оформить в виде статистических таблиц:

а) среднегодовая численность персонала по категориям (АУП, основной и вспомогательный персонал);

б) среднемесячная заработная плата по категориям персонала;

в) выпуск продукции (работ, услуг) в натуральном, стоимостном выражении (цены, объем по видам продукции (работ, услуг));

г) прибыль предприятия (балансовая, чистая);

д) калькуляция себестоимости выпускаемой продукции, работ, услуг;

суммы налоговых платежей по видам налогов.

Задание 2. По собранным данным

1. построить графики, отображающие:

а) динамику одного из показателей;

б) структуру выпускаемой продукции (работ, услуг);

в) структуру персонала;

г) структуру себестоимости продукции (работ, услуг)

2. рассчитать:

а) показатели динамики по одному из показателей;

б) общие индексы себестоимости;

в) выпуск продукции в текущем году и прогнозное значение выпуска через пять лет;

г) показатели тесноты связи между выручкой от реализации и прибылью предприятия; между заработной платой и выручкой (доходами) от реализации.

5. Создание сайта предприятия на базе CMS Joomla.

1. *Знать перечисленные ниже термины:* системы управления контентом (Content Management System), фронт-энд, бэк-энд (Front end, back end), шаблоны, блог, раздел, категория, компоненты, модули, база данных.

2. Изучить аналогичные проекты в сети Интернет (структура, разделы, взаимное расположение элементов).

2.1. Практикант проводит статистическое исследование в поисковых системах по ключевым словам из деятельности фирмы.

3. Поставить общие задачи. Сформулировать основные задач, которые должны быть решены сайтом.

4. Подготовить контент сайта: текст сайта, таблицы и рисунки сайта, подлежащие размещению на сайте.

5. Разработать внутреннюю структуру сайта и внешнее оформление сайта (веб-дизайн):

5.1. Разработать оптимальные блок-схему и глубину сайта (количество последовательных уровней, содержащих страницы, начиная с главной страницы).

5.2. Разработать оптимальную систему навигации сайта.

- 5.3. Выбрать основную палитру цветов сайта (цветовую комбинацию, состоящую из двух и более цветов, предназначенную для цветового оформления веб-страниц).
- 5.4. Выбрать тип и размер основных шрифтов сайта.
6. Реализация внешнего оформления сайта (шаблона).
- 6.1. Разработка логотипа компании средствами Adobe Photoshop.
- 6.2. Разработка шаблона сайта в программе Artisteer. Наполнение сайта контентом.
7. Представить комплекс работ по раскрутке сайта.
8. Подготовить инструктаж персонала по работе с сайтом.
9. Поддержка сайта. Дальнейшее обновление материалов сайта и редизайн сайта.
- Задание по 5 п. выполняется на бумажном (описании со скриншотами) и электронном носителе.

6. Страхование на предприятии:

- изучить партнеров-страховщиков предприятия;
- определить виды страхования, используемые предприятием;
- исследовать системы тарифов партнеров-страховщиков, в том числе по практикуемым видам страхования;
- дать рекомендации по оптимизации форм сотрудничества со страховыми компаниями.

7. География деятельности предприятия: география производства, распределения, потребителей, контрагентов.

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

9. 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 3);
- оглавление;
- установление целей и задач практики;
- указание используемых методов и теоретических источников;
- организационно-экономическая характеристика предприятия;
- оценка рекреационных условий и ресурсов предприятия;
- результаты исследования рекламы предприятия;
- статистический анализ деятельности предприятия;
- сайт предприятия;
- результаты анализа страхования на предприятии;
- география деятельности предприятия;
- оценка итогов исследования организации;
- итоги выполнения индивидуального задания по НИР;
- предложения, замечания по совершенствованию практической

подготовки студентов.

К отчету прилагаются заполненные анкеты клиентов, электронная версия сайта.

Отчет о практике рассматривается и утверждается руководителем практики от организации.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОСОБИЯ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.
2. Горбылева З.М. Экономика туризма. – М.: БГЭУ, 2004.
3. Дурович А. П. Реклама в туризме. Учебное пособие. – М.: Новое знание, 2003.
4. Колисниченко Д.Н. Joomla 1.5. Руководство пользователя. – М.: Вильямс, 2010.
5. Кусков А.С. Туристское ресурсоведение: Учебн. пос. / А.С. Кусков. – М.: Изд. центр «Академия», 2008.
6. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегия: пер. с англ. 4-е изд. – М.: Вильямс, 2005.
7. Максимов Д.В. Методы статистического анализа в туризме: Уч. пос. – Краснодар: КубГУ, 2005.
8. Морган Н., Причард А. Реклама в туризме и отдыхе: Учеб. пособие: пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
9. Морозов М. А., Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Академия, 2003.
10. Норт Бэрри Joomla. Практическое руководство. – М.: Символ-плюс, 2008.
11. Попов Е. Joomla. Профессиональный сайт за один день: Мультимедийное руководство, 2009.
12. Рамел Дэн Самоучитель Joomla. – С.-П.: БХВ-Петербург, 2008.
13. Ромат Е. Реклама. – 6-е изд. – Спб.: Питер, 2003.
14. Сапожникова Е.Н. Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран. – М.: Изд. центр «Академия», 2004.
15. Тихомиров Е.Ф. Финансовый менеджмент. Управление финансами предприятия. – М.: Академия, 2010.
16. Уэллс У., Мориарти С., Бернетт Дж. Реклама: принципы и практика. 7-е изд. / Пер. с англ. под ред. Л. Богомоловой. – Спб.: Питер, 2008.
17. Филиппова И.Г. География туризма / И.Г. Филиппова, В.Л. Погодина, Е.А. Лукьянов. – СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2007.
18. Хлебович Д. И. Сфера услуг: маркетинг: учеб. пособ / под ред. Т.Д. Бурменко. М.: КНОРУС, 2007.
19. Экономика и организация туризма. Международный туризм. – М.: КноРус, 2010.
20. Журнал «Маркетинг услуг».

Образец оформления дневника практики

Дата	День не- дели	Вид деятельности

Образец анкеты

Уважаемый клиент туристской фирмы «Х» мы просим Вас ответить на несколько вопросов нашей анкеты. Это займет не более 5-7 минут Вашего времени. Ваши ответы помогут нам работать качественно.

1. Что для Вас является главной причиной обращения в ту или иную туристическую компанию? *(несколько вариантов ответа)*

1. <input type="checkbox"/>	Известность компании	4. <input type="checkbox"/>	Прошлый опыт обращения в эту компанию
2. <input type="checkbox"/>	Реклама компании в СМИ	5. <input type="checkbox"/>	Конкретное предложение, заинтересовавшее Вас
3. <input type="checkbox"/>	Рекомендации друзей, знакомых	6. <input type="checkbox"/>	Цена, стоимость поездки
		7. <input type="checkbox"/>	Другое _____ (что именно)

2. Какие туристические компании Вы знаете? *(респондент называет сам 1-6 компаний):*

1. <input type="checkbox"/>		4. <input type="checkbox"/>	
2. <input type="checkbox"/>		5. <input type="checkbox"/>	
3. <input type="checkbox"/>		6. <input type="checkbox"/>	

3. Из каких источников Вы чаще всего получаете рекламную информацию о туризме? *(можно выбрать несколько вариантов)*

1. <input type="checkbox"/>	Телевидение	6. <input type="checkbox"/>	Уличная (щитовая) реклама
2. <input type="checkbox"/>	Радио	7. <input type="checkbox"/>	Почтовая рассылка рекламы
3. <input type="checkbox"/>	Журналы и газеты	8. <input type="checkbox"/>	Раздача рекламных листовок на улицах, в магазинах и т.д.
4. <input type="checkbox"/>	Интернет	9. <input type="checkbox"/>	Выставки (какие?) _____
5. <input type="checkbox"/>	Реклама в транспорте	10. <input type="checkbox"/>	Другое _____

4. Если Вам требуется информация по туристическим компаниям и поездкам, кто обычно занимается ее поиском?

1. <input type="checkbox"/>	Вы сами	4. <input type="checkbox"/>	Друзья, знакомые
2. <input type="checkbox"/>	Ваш супруг(а)	5. <input type="checkbox"/>	Сотрудники, подчиненные
3. <input type="checkbox"/>	Другие родственники: _____ (кто)	6. <input type="checkbox"/>	Другое: _____

5. Какие печатные СМИ Вы используете для получения информации по туристическим компаниям и поездкам?

1. <input type="checkbox"/>	Общие и деловые газеты/журналы: _____
2. <input type="checkbox"/>	Развлекательные газеты/журналы: _____
3. <input type="checkbox"/>	Специализированные туристические издания: _____
4. <input type="checkbox"/>	Газеты рекламных объявлений: _____
5. <input type="checkbox"/>	Другие газеты/журналы: _____
6. <input type="checkbox"/>	Не использую печатные СМИ для получения информации по туристическим компаниям и поездкам

6. Используете ли Вы Интернет при поиске информации о туристических компаниях и поездках?

1. <input type="checkbox"/>	Да -> вопрос 7	2. <input type="checkbox"/>	Нет -> вопрос 8
-----------------------------	----------------	-----------------------------	-----------------

7. На каких сайтах в Интернете Вы осуществляете поиск информации о туризме?

1. <input type="checkbox"/>	Сайты по туризму: _____
2. <input type="checkbox"/>	Сайты конкретных туристических компаний: _____
3. <input type="checkbox"/>	Поисковые системы: _____
4. <input type="checkbox"/>	Другое: _____

Вопросы о респонденте

8. Пол:

1 – Мужской	2 – Женский
-------------	-------------

9. Ваш возраст:

1 – От 17 до 24 лет	3 – От 36 до 45 лет	5 – От 56 до 65 лет
2 – От 25 до 35 лет	4 – От 46 до 55 лет	6 – Старше 65 лет

10. Кем Вы работаете:

1	Руководитель предприятия (собственник)	5	Квалиф.специалист с высш. образованием	9	Студент
2	Руководитель предприятия (наемный служащий)	6	Тех. обслуживающий персонал	10	Пенсионер
3	Заместитель руководителя предприятия	7	Служащий без высшего образования	11	Рабочий, мастер
4	Рук.отдела, службы, подразделения	8	Домохозяйка, временно не-работающий	12	Другое

11. Семейное положение:

1 – Холост/Не замужем	2 – Женат/Замужем
-----------------------	-------------------

12. Есть ли у Вас дети:

1 – Нет	2 - Есть
---------	----------

13. Ваше образование:

1- Среднее/ Среднее специальное (школа, училище, техникум)	3 – Высшее
2 - Незаконченное высшее (меньше 4 курсов)	

14. Укажите, пожалуйста, приблизительный ежемесячный доход на одного члена Вашей семьи:

1 - До 5 000	4 – От 16 000 – 20 000	7 – От 31 000 – 35 000
2 - От 6 000 – 10 000	5 - От 21 000 – 25 000	8 – От 36 000 – 40 000
3 - От 11 000 – 15 000	6 – От 26 000 – 30 000	9 – Свыше 40 000

Спасибо за ответ!

Образец оформления титульного листа отчета

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОУ ВПО «Кубанский Государственный Университет»

географический факультет

кафедра международного туризма и менеджмента

ОТЧЕТ

о прохождении производственной практики

Выполнил: студент 2 курса

группа _____

Ф.И.О.

Руководитель практики:

должность

Ф.И.О. преподавателя

КРАСНОДАР 2011