

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Кубанский Государственный Университет

географический факультет

кафедра международного туризма и менеджмента

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Учебной практики

для студентов 2 курса

специальности 061100 "Менеджмент организации"

КРАСНОДАР 2011

СОДЕРЖАНИЕ

I. Общие положения	3
II. Цель и задачи практики	6
III. Содержание практики	7
IV. Требования к отчету	10
V. Методические пособия для прохождения практики	11
Приложение 1	12
Приложение 2	13
Приложение 3	14
Приложение 4	15
Приложение 5	17

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Учебная практика для студентов 2 курса проводится после сдачи экзаменационной сессии 2-го курса в июле месяце.

2. Продолжительность учебной практики 2 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
- туристический маркетинг
- демография
- финансы и кредит
- менеджмент.

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 учебной 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 учебной 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 учебной 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 учебной практики 2-го курса являются:

1. Овладение принципами и методами маркетинга в деятельности организации (предприятия).
2. Проведение демографического исследования потребителей туруслуг и персонала организации.
3. Анализ финансового состояния организации (предприятия).
4. Ознакомление с принципами и методами менеджмента в деятельности организации (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. 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. План маркетингового исследования приведен в Приложении 3. 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.

Туристский маркетинг:

1) 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

2) Предоставить информацию, передаваемую во внешнюю среду организации, доступную потребителям продукта, производимого ею.

3) Детально рассмотреть содержание сайта организации и элементы её фирменного стиля.

4) Сделать анализ доступности и прозрачности информационного потока организации.

3. Проведение демографического исследования потребителей услуг организации (предприятия) и персонала.

Практикант проводит анкетирование клиентов и сотрудников туристической фирмы (базы практики). Образец анкет приводится в Приложениях 4 и 5. По мере проведения анкетирования потребителей студент проводит анализ демографических факторов формирования спроса на предлагаемую организацией туруслугу.

4. 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.

По результатам анализа студент формулирует предложения к формированию финансовой стратегии.

5. Изучение методов управления персоналом, форм оплаты труда, порядка заключения трудовых контрактов, планирования деятельности предприятия, организации финансовой работы.

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.

IV. 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 демографического исследования потребителей и персонала организации (предприятия);
- результаты анализа финансового состояния организации (предприятия), предложения к формированию финансовой стратегии;
- оценка эффективности управления предприятием;
- предложения по формированию маркетинговой стратегии организации (предприятия);
- оценка итогов исследования организации;
- итоги выполнения индивидуального задания по НИР;
- предложения, замечания по совершенствованию практической подготовки студентов.

К отчету прилагаются заполненные анкеты демографического исследования потребителей и персонала.

Отчет о практике рассматривается и утверждается руководителем практики от организации.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОСОБИЯ ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1. Ансофф И. Стратегическое управление. – М., 1989.
2. Герчикова И.Н. Менеджмент. – М., 1998.
3. Деньги и финансы: тесты и задачи. / Под ред. И.Т. Балабанова. – Спб: Издательство «Питер», 2000.
4. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / Под общей ред. Горбылевой З.М. – Минск, 1998.
5. Егоркин А.И. Основы маркетинга. – М., 1997.
6. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебное пособие. – Минск: БГЭУ, 1999.
7. Карлофф Б. Деловая стратегия. – М., 1991.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М., 1998.
9. Липсиц И.В., Коссов В.В. Инвестиционный проект: Методы подготовки и анализа. Учебно-справочное пособие. – М.: Издательство БЕК, 1996.
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. Потребители // Ревинский И.А., Романова Л.С. Поведение фирмы на рынке услуг. Туризм и путешествия: Учебное пособие. – Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2001. – с. 107-117.
12. Финансы: Учебное пособие. / Под ред. Профессора А.М. Ковалевой. – М.: Финансы и статистика, 1997.
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, 2002.

Приложение 1

Образец оформления дневника практики

Дата	День недели	Вид деятельности

Приложение 2

Образец оформления титульного листа отчета

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
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

Приложение 3

План маркетингового исследования организации (предприятия)

Приложение 4

Анкета демографического исследования потребителей услуг организации (предприятия)

1. Возраст:

- а) до 12 лет
- б) 12-18 лет
- в) 18-25 лет
- г) 25-30 лет
- д) 30-50 лет
- е) старше 50 лет

2. Пол: М Ж

3. Национальность (указать): _____

4. Регион проживания (указать): _____

5. Тип населенного пункта:

- а) город-миллионер
- б) крупный город (500 тыс. – 1 млн.)
- в) средний город (250 – 500 тыс.)
- г) малый город (50 – 250 тыс.)
- д) сельская местность

6. Район расположения населенного пункта постоянного проживания:

- а) степной
- б) горный
- в) приморский

7. Образование:

- а) среднее
- б) высшее
- в) другое (указать) _____

8. Профессия:

- а) управленец
- б) служащий среднего звена
- в) рабочий

другое (указать) _____

9. Религиозные убеждения (указать): _____

10. Тип семьи:

а) холост / не замужем

б) семья с детьми

в) семья без детей

11. Количество человек в семье (указать): _____

12. Количество детей в семье (указать): _____

13. Уровень дохода на 1 чел. в семье в месяц, руб.:

а) до 1000 руб.

б) 1000 – 2000 руб.

в) 2000 – 5000 руб.

г) более 5000 руб.

14. Какой процент годового семейного бюджета выделяется на отдых:

а) до 10 %

б) 10 – 20 %

в) 20 – 30 %

г) 30 – 50 %.

15. Продолжительность отдыха:

а) до 7 дней

б) 7 – 14 дней

в) 14 – 21 день

г) более 21 дн.

16. Информация о приобретенной туруслуге:

б.1. место отдыха _____

16.2. стоимость на 1 чел. _____

16.3. вид туризма _____

Приложение 5

Анкета демографического исследования персонала организации (предприятия)

1. Возраст:

- а) до 12 лет
- б) 12-18 лет
- в) 18-25 лет
- г) 25-30 лет
- д) 30-50 лет
- е) старше 50 лет

2. Пол: М Ж

3. Национальность (указать): _____

4. Регион проживания (указать): _____

5. Тип населенного пункта:

- а) город-миллионер
- б) крупный город (500 тыс. – 1 млн.)
- в) средний город (250 – 500 тыс.)
- г) малый город (50 – 250 тыс.)
- д) сельская местность

6. Район расположения населенного пункта постоянного проживания:

- а) степной
- б) горный
- в) приморский

7. Религиозные убеждения (указать): _____

8. Тип семьи:

- а) холост / не замужем
- б) семья с детьми
- в) семья без детей.

9. Количество человек в семье (указать): _____

10. Количество детей в семье (указать): _____

11. Уровень дохода на 1 чел. в семье в месяц, руб.:

- а) до 1000 руб.
- б) 1000 – 2000 руб.
- в) 2000 – 5000 руб.
- г) более 5000 руб.

12. Образование:

- а) среднее
- б) высшее
- в) другое (указать) _____

13. Специальность (указать) _____

14. Стаж работы в туризме:

- а) менее 3 лет
- б) 3-5 лет
- в) 5-10 лет
- г) более 10 лет.

15. Стаж работы в данной организации:

- а) менее 1 года
- б) 1-3 года
- в) 3-5 лет
- г) 5-10 лет
- д) более 10 лет.