

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор

з науково-педагогічної роботи

_____ Шарин С.В.

“ _____ ” _____ 2018 р.

**ПРОГРАМА ТА МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ
ПРАКТИКИ**

(для студентів спеціальності 242 «Туризм»
галузі знань 24 «Сфера обслуговування»)

Івано-Франківськ, 2017

Програма та методичні вказівки до проходження виробничої практики (для студентів спеціальності 242 «Туризм» галузі знань 24 «Сфера обслуговування») / Укл.: Великочий В.С., Гритчук Г.В., Зарічняк А.П., Філюк С.М. – Івано-Франківськ, 2017. – 45 с.

Укладачі:

Великочий В.С., д.і.н., професор, декан факультету туризму;

Гритчук Г.В., к.психол.н., доц. кафедри іноземних мов і країнознавства;

Зарічняк А.П., викладач кафедри туризмознавства і краєзнавства;

Філюк С.М., к.г.н., доцент кафедри туризмознавства і краєзнавства, доцент.

Рецензенти:

Калуцький І.Ф., д.с.г.н., професор, завідувач кафедри туризмознавства і краєзнавства;

Гуменюк Г.М., к.п.н., доц. кафедри туризмознавства і краєзнавства.

Остап'юк Н.І., к.е.н., доц. кафедри туризмознавства і краєзнавства

Рекомендовано кафедрою туризмознавства і краєзнавства, протокол №1 від 28.09.2017 р.

Рекомендовано науково-методичною радою факультету туризму ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», протокол №1 від 30.09.2017 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1. МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ	5
2. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПРАКТИКИ	7
3. БАЗИ ПРАКТИКИ І ВИМОГИ ДО НИХ	8
4. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ПРАКТИКОЮ	9
5. ЗМІСТ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ	12
6. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ	13
6.1. Загальна характеристика підприємства туристичної індустрії	13
6.2. Організаційна діяльність підприємства туристичної індустрії	13
6.2.1. Характеристика процесу організації подорожей туристичним підприємством	13
6.2.2. Аналіз технології надання послуг на підприємстві туристичної індустрії	15
6.3. Аналіз управлінської діяльності підприємства	16
6.3.1. Характеристика основних функцій та методів управління підприємством ...	16
6.3.2. Аналіз організаційної структури управління підприємством	17
6.3.3. Характеристика кадрової політики на підприємстві туристичної індустрії ...	17
6.4. Аналіз економіко-фінансового стану підприємства	18
6.4.1. Аналіз виробничої діяльності підприємств	18
6.4.2. Аналіз фінансового стану підприємства	20
6.4.3. Аналіз системи ціноутворення на підприємстві	20
6.5. Маркетингова діяльність підприємства туристичної індустрії	20
6.5.1. Характеристика системи маркетингу підприємства	20
6.5.2. Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства	22
6.6. Розробка пропозицій щодо удосконалення діяльності підприємства (індивідуальне завдання студента)	24
7. ЗАНЯТТЯ ТА ЕКСКУРСІЇ ПІД ЧАС ПРАКТИКИ	25
8. ФОРМИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ	26
9. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТІВ	27
10. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ТА ОЦІНКА КОМПЕТЕНТНОСТІ	30
11. ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ	32
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	33
Додаток А. План звіту по виробничій практиці	34
Додаток Б. Зразок титульного аркуша звіту по виробничій практиці	35
Додаток В. Щоденник практики	36

ВСТУП

Проходження студентами виробничої практики на підприємствах туристичної індустрії передбачається навчальними планами підготовки бакалаврів зі спеціальності «Туризм».

Виробнича практика студентів проводиться у VIII семестрі 4 навчального року і є важливим етапом наскрізної практичної підготовки фахівців з туризму. Тривалість виробничої практики чотири тижні.

Програма виробничої практики для студентів спеціальності «Туризм» вважається основним навчально-методичним документом, де розглядаються загальні питання з організації, проведення та підсумків практики.

Програма виробничої практики розроблена відповідно до освітньо-кваліфікаційної характеристики бакалавра з туризму та сприяє практичній підготовці фахівця. Терміни і зміст проходження практики визначаються навчальним планом і програмами навчальних дисциплін, регулюються навчальними планами ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

Після закінчення практики студенти готують звіт та здають диференційований залік.

Направлення студентів на практику здійснюється відповідно до угоди між університетом і установами, визначеними як бази практики, та оформляється наказом навчального закладу до початку практики.

У разі невиконання програми практики з неповажних причин студент відраховується з університету.

1. МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ

Виробнича практика є логічним продовженням навчальних курсів, що розглядають питання організаційної, планово-економічної, маркетингової та управлінської діяльності підприємств туристичної індустрії таких, як «Менеджмент в туризмі», «Організація туристичних подорожей», «Маркетинг», «Організація туризму», «Економіка підприємства».

Головною метою виробничої практики є:

- поглиблення та закріплення студентами теоретичних знань;
- набуття необхідних практичних навичок і досвіду роботи в галузі управлінської, планово-економічної, маркетингової діяльності;
- опанування організаційно-технологічними процесами, що відбуваються на підприємствах;
- набуття професійних умінь і навичок для прийняття самостійних рішень під час конкретних ситуацій, що виникають на підприємствах в сучасних умовах тощо.

Студенти під час проходження виробничої практики **повинні**:

ознайомитися:

- з особливостями організації та ефективного функціонування підприємства туристичної індустрії;
- необхідним документальним супроводом діяльності підприємства.

навчитися:

- самостійно вирішувати типові задачі, які притаманні видам діяльності, відповідно до посад, на яких може працювати випускник ПНУ спеціальності «Туризм»;
- здійснювати пошук потрібної інформації про стан роботи підприємства на туристичному ринку та аналізувати її.

уміти:

- виявляти основні фактори, що обумовлюють фактичний стан діяльності підприємства;
- розкривати та пояснювати основні тенденції розвитку підприємства туристичної індустрії;
- пропонувати науково обґрунтовані висновки та пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності підприємства.

Одним із головних етапів практики є ознайомлення студентів з функціональними обов'язками службових осіб за профілем професійної діяльності, їх функціями, правами та обов'язками у відповідних підприємствах туристичної індустрії: здобуття професійних навичок на посадах, відповідно до фахового спрямування та освітнього рівня, технології

виконання основних організаційно-технологічних процесів, які здійснюються на підприємстві певного типу та організаційно-правової форми господарювання.

2. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПРАКТИКИ

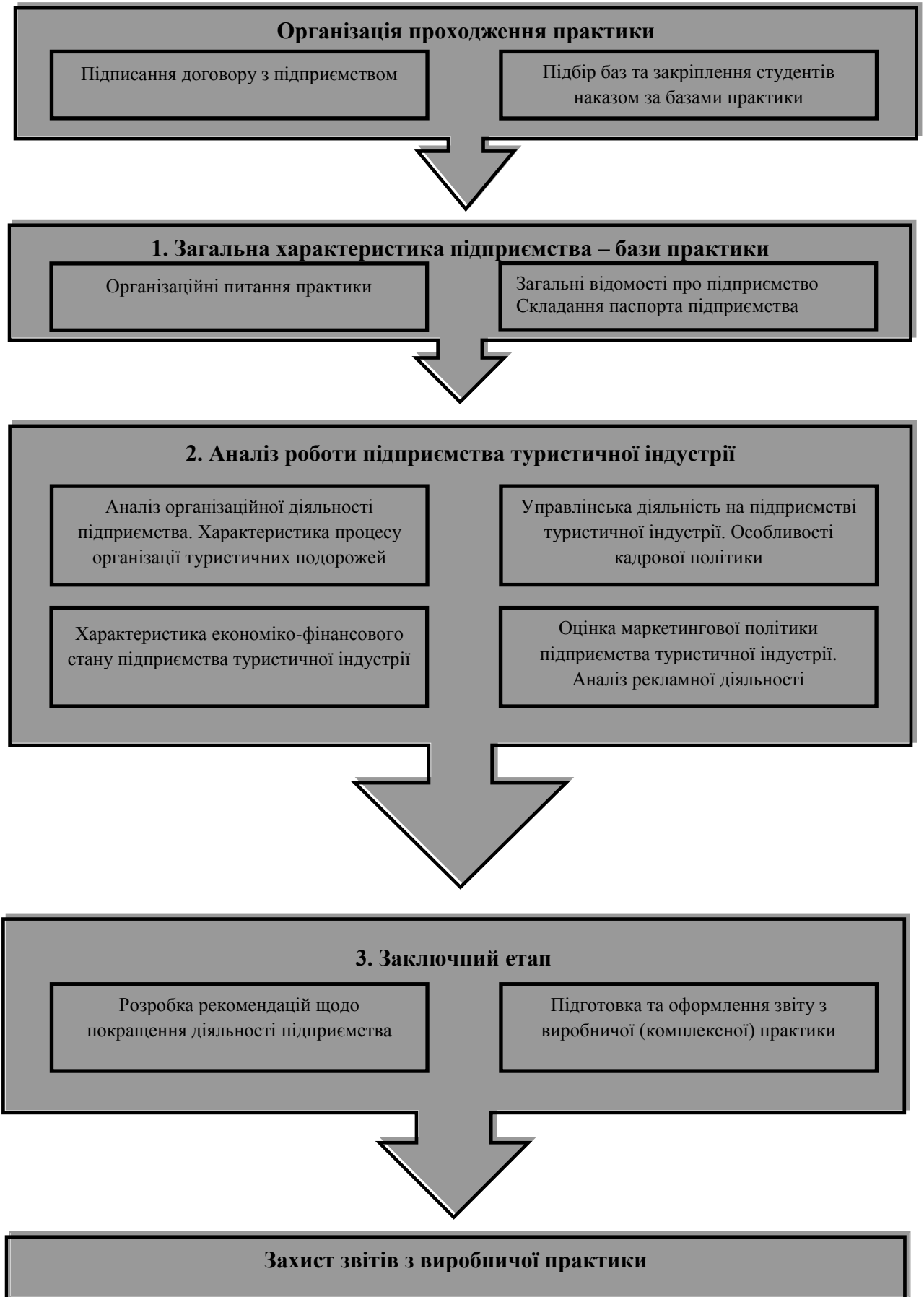


Рис.2.1. Структурно-логічна схема проходження виробничої (комплексної) практики

3. БАЗИ ПРАКТИКИ І ВИМОГИ ДО НИХ

Бази виробничої практики визначені договорами між університетом і підприємствами туристичної сфери всіх форм власності і є офіційною підставою для проходження практики студентів.

Практика студентів проводиться на сучасних підприємствах туристичної індустрії та відповідає вимогам програми практики і Положенню про проведення практики студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

Базами проходження виробничої практики виступають туристичні підприємства – оператори та агенти, підприємства індустрії туризму, державні органи управління з питань туризму тощо.

Визначення баз практики здійснюється на основі прямих договорів із підприємствами, організаціями, установами незалежно від їх організаційно-правових форм і форм власності.

4. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ПРАКТИКОЮ

Навчально-методичне забезпечення і керівництво практикою студентів здійснюється викладачами кафедри туризмознавства і краєзнавства.

Закріплення студентів за базами практики, терміни її проходження, керівники практики від факультету оформляються наказом ректора університету відповідно до укладених угод з підприємствами та за індивідуальними замовленнями підприємств, що узгоджені з кафедрою.

Перед початком практики декан факультету за участю завідувача та викладачів кафедри проводить інструктивні збори зі студентами, на яких розглядаються усі організаційні питання з практики. Студентів знайомлять з наказом про направлення на практику, з правами та обов'язками, вказують терміни її проходження.

Керівник практики від факультету проводить індивідуальну бесіду з кожним студентом, видає студенту направлення на практику, програму практики, щоденник, індивідуальне завдання, повідомлення про прибуття на практику.

По прибутті студента на підприємство, керівництвом установи видається наказ про зарахування його на практику, призначається керівник практикою студентів з провідних фахівців. Керівник з підприємства в щоденнику робить позначки про прибуття студента (дата, підпис, печатка), заповнює повідомлення про прибуття студента на практику, яке повертається до університету. Наприкінці практики в щоденнику керівник робить позначку про вибуття студента (дата, підпис, печатка). У щоденнику з практики студента він дає характеристику, в якій відображає старанність до роботи, участь студента в організаційних заходах. Підписи керівника практики від підприємства в щоденнику та на титульному аркуші завіряються печаткою підприємства.

Керівник практики від кафедри туризмознавства і краєзнавства:

- приймає участь в інструктивних зборах студентів, які направляються на практику;
- надає студентам-практикантам необхідні документи: програму практики, щоденник, календарний план, індивідуальне завдання;
- забезпечує прибуття студентів-практикантів на базу практики;
- відповідає за організацію нормальних умов праці, проведення зі студентами обов'язкових інструктажів з охорони праці й техніки безпеки;
- контролює виконання студентами-практикантами правил внутрішнього трудового розпорядку на підприємстві;
- систематично контролює відвідування студентами бази практики;
- відповідає за високу якість проходження практики згідно з програмою у тісному контакті з керівником практики від підприємства;

- повідомляє студента про систему звітності з практики, прийняту на кафедрі, а саме: порядок подання письмового звіту, стандарти оформлення завдання;
- перевіряє звіти з практики та допускає їх до захисту;
- приймає участь в роботі комісії кафедри із захисту звітів з практики.

Основними обов'язками керівників практики від підприємства – об'єкту практики є:

- прийняття студентів на практику відповідно до календарного плану;
- організація робочого місця і створення необхідних організаційно-технічних умов для проходження практики;
- забезпечення студентів необхідною економічною, статистичною, бухгалтерською та іншою інформацією, документами, нормативними та іншими матеріалами з питань аналізу і планування господарської діяльності підприємства, здійснення комерційної та організаційно-технологічної діяльності тощо;
- залучення студентів-практикантів до активної участі в поточній роботі структурного підрозділу – місця практики (комерційного та інших відділів);
- здійснення контролю за виконанням як окремих завдань, так і програми практики в цілому;
- надання можливості проведення часу на практиці з максимальною користю, з метою придбання досвіду, а також, щоб цей час відповідав цілям програми практики, прогресу професійного становлення студента як суб'єкта діяльності з організаційно-управлінських можливостей компанії;
- надання інформації університету про усі порушення студентами правил внутрішнього трудового розпорядку;
- наприкінці проведення практики перевіряє письмовий звіт студента, готує відгук щодо підсумків проходження практики студентом.

Студент вищого навчального закладу під час практики має право:

- обирати місце проходження практики з урахуванням своїх індивідуальних особливостей;
- відповідно до програми практики і графіку переміщуватися робочим місцем, що забезпечить необхідну ефективність проходження практики;
- підбирати необхідні матеріали для звіту з практики;
- користуватися наявною на підприємстві літературою, нормативною документацією;

- користуватися робочою документацією, одержувати консультації у керівника практики від підприємства.

Студент під час практики повинен:

- до початку практики отримати у керівника практики консультацію з оформлення всіх необхідних документів;
- своєчасно прибути на базу практики;
- на підприємстві прослухати інструктаж з техніки безпеки і протипожежної техніки, підтвердити це підписом у відповідному журналі і суворо виконувати ці заходи;
- ознайомитися з Правилами внутрішнього трудового розпорядку підприємства, за якими планується проходження практики, посадовою інструкцією і підкорятися діючим на підприємстві правилам внутрішнього розпорядку;
- дотримуватися графіка проходження практики;
- погодити індивідуальне завдання з керівником практики від підприємства;
- вивчити законодавчі та інструктивні матеріали з охорони праці та техніки безпеки;
- вести щоденник, до якого систематично записувати роботу, яку виконано;
- щоденник мати на робочому місці, при відвідуванні баз практики студентів керівники практики від кафедри роблять відповідні записи у щоденнику;
- мати копії правильно самостійно заповнених робочих документів, що є на підприємстві, їх копії додаються до звіту в додатку;
- виконувати індивідуальні завдання;
- оформити звіт з практики відповідно до вимог і надати його в термін, призначений кафедрою до захисту, на обкладинці звіту поставити підпис керівника і печатку підприємства;
- представити керівникам практики письмові звіти про виконання усіх завдань та захистити їх.

5. ЗМІСТ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ

Зміст практики обумовлений видом та спеціалізацією підприємства туристичної індустрії, але для всіх баз практики існує загальний перелік організаційних питань.

Практика на підприємстві складається з основних етапів її проходження

Таблиця 5.1

Зміст основних етапів виробничої практики

№ з/п	Основні етапи та їх зміст	Тривалість практики, дні
1	Загальна характеристика підприємства	3
1.1	Організаційні питання проходження практики: оформлення на практику, інструктаж з техніки безпеки, охорони праці, правил протипожежної безпеки; складання графіка проходження практики від підприємства.	1
1.2.	Загальні відомості про підприємство: найменування підприємства, режим роботи, спеціалізація, форма власності, правовий статус, реквізити. Складання паспорту підприємства.	2
2.	Аналіз роботи туристичного підприємства	6
2.1.	Аналіз організаційної діяльності на підприємстві туристичної індустрії	1
2.2.	Характеристика управлінської діяльності. Оцінка трудових ресурсів підприємства та їх функціональні обов'язки	1
2.3.	Оцінка економіко-фінансового стану підприємства	2
2.4.	Оцінка маркетингової політики підприємства туристичної індустрії	2
3.	Розробка рекомендацій щодо удосконалення діяльності підприємства відповідно до індивідуального завдання	4
4.	Оформлення результатів практики	3
5	Оформлення звіту	3
6	Захист звіту	1
7	Разом	20

6. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Робочою програмою практики передбачено виконання комплексу типових завдань з організаційної, фінансової, маркетингової та управлінської діяльності підприємства, які повинен вміти виконувати бакалавр з туризму спеціальності 242 «Туризм».

6.1. Загальна характеристика підприємства туристичної індустрії

Перед початком практики студент знайомиться з керівником практики від підприємства, правилами внутрішнього розпорядку і своїм графіком виходу на роботу. Проходить інструктаж з протипожежної безпеки і техніки безпеки. На період проходження практики студентом, відділ кадрів підприємства створює наказ, в якому закріплюється керівник від бази практики.

З керівником практики від кафедри студент складає графік проходження практики на підприємстві, який узгоджується з підприємством.

На основі отриманої інформації, студенту слід охарактеризувати підприємство за такими пунктами:

- реквізити об'єкта, повна і скорочена назви;
- юридична адреса;
- вид діяльності;
- П.І.П. власника та/або керівника;
- форма власності, статус підприємства за розміром
- організаційно-правова форма;
- установчі документи (статут та інші);
- ліцензія на право здійснення даного виду діяльності;
- організаційна структура підприємства;
- матеріально-технічна база підприємства;
- кадрове забезпечення підприємства.

Звіт про практику повинен починатися із загальної характеристики підприємства, складеної на основі його Статуту.

6.2. Організаційна діяльність підприємства туристичної індустрії

6.2.1. Характеристика процесу організації подорожей туристичним підприємством

Студент, що проходить виробничу практику на туристичному підприємстві (туроператор, турагент, екскурсійне бюро) повинен охарактеризувати особливості обслуговування різних категорій та типів клієнтів: іноземних туристів, що подорожують Україною, Івано-Франківською областю, вітчизняних туристів, що подорожують за межі

України, та вітчизняних туристів, що подорожують територією України та Івано-Франківською областю (табл. 6.1).

Студенту необхідно ознайомитися з особливостями обслуговування дитячих груп, забезпечення сімейного відпочинку, збірних груп, подорожей зі спортивно-оздоровчою метою, на лікування, екскурсійно-пізнавальною, рекреаційною метою та ін.

Таблиця 6.1

Аналіз типів туристів за напрямками туристичних потоків

№ з/п	Категорії клієнтів	Програми, що користуються популярністю (назви)	Особливості обслуговування	Середня ціна обслуговування, грн	Середня кількість туристів на місяць, осіб
1	Іноземні туристи				
2	Зарубіжні туристи				
3	Внутрішні туристи				

Студенту потрібно визначити етапи створення туристичного продукту підприємства та процесів обслуговування на кожному з них, проаналізувати зміни в процесі створення або підбору турів для різних типів та категорій туристів (сімейний відпочинок, дитячі тури, молодіжні тури тощо) (табл. 6.2).

Таблиця 6.2

Характеристика наявних програм для різних категорій туристів за метою подорожі

№ з/п	Типи подорожей за метою	Приклади наявних програм	Особливості обслуговування
1	Рекреаційний відпочинок		
2	Оздоровчий відпочинок		
3	Пізнавальний відпочинок		
4	Спортивний відпочинок		
5	Шопінг-тури		
6	Пригодницький		
7	Паломницький		
8	Екзотичний		
9	Екотуризм		
10	Бізнес		
11	Інше		

Для повного аналізу організаційної діяльності туристичного підприємства необхідно проаналізувати ділові контакти із закордонними та вітчизняними виробниками туристичних послуг, дати характеристику договірних відносин з партнерами щодо організації туристичних подорожей (табл. 6.3).

Як висновок потрібно надати пропозиції щодо поліпшення туристичного продукту, розширення географії маршрутів та турів фірмою, удосконалення технології та організації турів.

Таблиця 6.3

Аналіз ділових контактів з виробниками туристичних послуг					
№ з/п	Назва компанії	Країна	Характеристика договірних відносин	Термін співробітництва	Напрями співробітництва
Туристичні оператори					
1					
2					
...					
Транспортні організації					
1					
2					
...					
Організація екскурсійного супроводу					
1					
2					
...					

6.2.2. Аналіз технології надання послуг на підприємстві туристичної індустрії

Студент повинен вивчити процеси резервування та бронювання на підприємстві як важливу складову організаційної діяльності (табл. 6.4); безпосередньо саму організацію обслуговування; контроль за дотриманням умов надання послуг; умови розрахунків за обслуговування між клієнтами та підприємством (туристичним підприємством), між турфірмою та виробниками турпослуг, облік та контроль туристичного обслуговування. Навести приклади документального оформлення всіх вищезазначених процесів у додатках.

Особливо в аналізі організації роботи підприємства туристичної індустрії слід звернути увагу на його режим роботи та проаналізувати його з точки зору зручності для відвідувачів.

Таким чином, суттєву частину організації роботи підприємства туристичної індустрії становить власне організаторська діяльність, яка поєднує:

- організацію структури системи у вигляді взаємовідносин, прав, цілей, ролей, видів діяльності та інших факторів, які виникають тоді, коли люди об'єднані спільною працею;
- акумулювання ресурсів для досягнення поставлених цілей.

Таблиця 6.4

Характеристика процесів резервування та бронювання на підприємстві

№ з/п	Системи бронювання та резервування, що використовуються підприємством	Характеристика можливостей програми	Скільки підприємство працює з системою	Вартість користування залежно від видів
1				
2				

Необхідно вивчити роботу підприємства – бази практики з надання основних, додаткових та спеціалізованих послуг.

Впродовж виробничої практики студент повинен вивчити та відобразити в звіті відповідно до діяльності, що здійснює підприємство, наступні дані:

- організація бронювання туристичної подорожі;
- обслуговування індивідуальних туристів та туристичних груп на туристичному підприємстві;
- автоматизація робочого місця менеджера;
- організація надання додаткових послуг на підприємстві, що є базою практики;
- методи обслуговування, що використовуються;
- забезпечення безпеки подорожей;
- організацію роботи з документального оформлення груп та індивідуальних туристів на виїзд за кордон та подорожей Україною. навести приклади документального оформлення групових та індивідуальних поїздок.

Як висновок надати рекомендації (пропозиції) щодо вдосконалення технології та організації обслуговування туристів, документального оформлення процесів обслуговування туристів.

6.3. Аналіз управлінської діяльності підприємства

6.3.1. Характеристика основних функцій та методів управління підприємством

З метою оцінки системи менеджменту підприємства необхідно проаналізувати ступінь реалізації основних функцій управління на підприємстві; їх вплив на результати праці. Зупинитись більш детально на аналізі таких функцій, як: планування, організація, мотивація, координація, контроль.

Показати взаємозв'язок функцій і методів, які реалізуються на підприємстві (табл. 6.6).

Таблиця 6.6

Взаємозв'язок функцій і методів управління, що використовуються на підприємстві

№ з/п	Функції управління	Методи управління підприємства	Експертна оцінка
1	Планування		
2	Організація		
3	Мотивація		
4	Координація		
5	Контроль		

Експертом виступає сам практикант. Якщо на одному й тому ж підприємстві проходять практику декілька студентів, то експертна оцінка виставляється як середня арифметична. Експертна оцінка виставляється в балах виходячи з максимуму 10 балів, мінімуму – 1 бал.

Студенту необхідно ознайомитись з діючими методами управління, їх структурою вказавши на їх позитивні і негативні сторони, внести пропозиції щодо їх вдосконалення.

6.3.2. Аналіз організаційної структури управління підприємством

Студент повинен визначити вищий, середній і низовий рівні управління на підприємстві та їх функціональне призначення. Необхідно графічно зобразити органіграму (схему організаційної структури) управління підприємством, визначити її недоліки та переваги, запропонувати основні напрямки її вдосконалення.

6.3.3. Характеристика кадрової політики на підприємстві туристичної індустрії

Кадри підприємства – це сукупність постійних працівників, які отримали необхідну професійну підготовку і/або мають досвід практичної роботи.

В цьому пункті звіту студент ознайомлюється зі штатним розкладом працівників (табл. 6.7), посадовими інструкціями (надати приклади посадових інструкцій), положеннями про підрозділи, тощо.

Таблиця 6.7

Штатний розклад підприємства

Найменування відділу	Посада	Кількість осіб	Оклад	Фонд оплати праці	
				Міс.	Рік.
....					
Разом			-		

Кадровий стан підприємств турбізнесу характеризується рядом абсолютних і відносних показників, які практикант має розрахувати в своєму звіті (табл.6.8).

Таблиця 6.8

Показники кадрового стану на підприємстві

№ з/п	Показник	Визначення показника	Значення
1	Облікова кількість працівників (Чпр облік)	всі наймані працівники, які уклали письмовий трудовий договір (контракт) і виконують постійну, тимчасову або сезонну роботу один день і більше, а також власники підприємства, якщо вони отримують заробітну плату	1
2	Явочна кількість працівників	кількість працівників, що знаходиться на робочих місцях відповідно до режиму роботи підприємства	2

	(Чпр яв)		
3	Середньооблікова кількість працівників за визначений період часу	розраховується на основі щоденних даних про облікову чисельність. До середньооблікової штатної чисельності не включаються працівники, які знаходяться у відпустках по вагітності, родах, догляду за дітьми до досягнення встановленого законом віку	3
4	Структура кадрів (Стр)	частка кожної категорії працівників (керівників, спеціалістів, службовців і робітників) у загальній чисельності персоналу	4
5	Якість підготовки фахівців (Яфах)	$Яфах = Чпр\ во / Чпр\ сер$, де Чпр во – спеціалісти з вищою або середньою фаховою освітою	5
6	Коефіцієнт стабільності (Кст)	$Кст = Чст / Чпр\ сер$, де Чст – кількість працівників, що працювали стабільно протягом усього звітнього року.	6
7	Коефіцієнт загального обороту (Коб)	$Коб = (Чп + Чзв) / Чпр\ сер$, де Чп та Чзв – кількість прийнятих і звільнених працівників за звітний період.	7
8	Коефіцієнт плинності кадрів (Кпл)	$Кпл = Чзв\ пор / Чпр\ сер$, де Чзв пор – кількість звільнених працівників за звітний період, а також за власним бажанням (крім поважних причин)	8
9	Коефіцієнт відновлення кадрів (Квід)	$Квід = Чп / Чзв$	9
10	Стабільність персоналу	середній стаж роботи на підприємстві	10

Студент повинен дослідити систему набору, підбору, адаптації, розстановки, оцінки та підготовки кадрів на підприємстві. Виявити вимоги та критерії відбору нових співробітників.

6.4. Аналіз фінансово-економічної діяльності

6.4.1. Аналіз виробничої діяльності підприємств

Виробнича діяльність підприємств туризму відображається у формах статистичної звітності:

форма №1-туризм (річна) «Звіт про туристичну діяльність»;

Практиканту необхідно проаналізувати звітність підприємства в динаміці, тобто за 2–5 років.

Наприклад, Звіт про туристичну діяльність дозволяє визначити цінову політику суб'єкта туристичного підприємництва та проаналізувати її за видами туризму на основі даних кількості реалізованих туристичних путівок та кількості наданих туроднів (табл. 6.9).

Таблиця 6.9

Аналіз динаміки туристичних потоків туристичного підприємства за видами туризму

№ з/п	Напрямок	Роки			Ланцюговий індекс приросту (падіння), %	
		2014	2015	2016	2015	2016
Кількість туристів, осіб						
1	Виїзний туризм					
2	Внутрішній туризм					
3	Разом					
Кількість туроднів, дні						
4	Виїзний туризм					
5	Внутрішній туризм					
6	Разом					

За розділом IV Кількість обслугованих туристів та V Розподіл туристів за метою поїздки визначається динаміка кількості туристів за видами туризму та країнами відвідування й аналізується мета подорожі (табл. 6.10).

Таблиця 6.10

Аналіз динаміки туристичних потоків за цілями

№ з/п	Мета	Роки, осіб			Ланцюгові індекси приросту (зниження), %	
		2014	2015	2016	2015	2016
1	Разом туристів, в т.ч.					
2	лікувально-оздоровча					
3	відпочинок					
4	бізнес					
5	спорт					

Підприємства транспорту ведуть статистичну звітність тільки щодо кількості перевезених пасажирів.

Аналітична обробка розрахунків повинна супроводжуватись складанням таблиць, графіків, діаграм, рисунків з поясненнями до них. Аналіз тенденції зміни одного показника слід освітлювати не у формі таблиці, а графіка. В останньому бажано розміщувати не тільки абсолютні значення, а й темпи щорічного росту.

При аналізі доцільним є співставлення показників діяльності окремого суб'єкта туристичного підприємництва з загальними по області або країні в цілому, тобто визначення частки.

6.4.2. Аналіз фінансового стану підприємства

Туристична діяльність підприємства забезпечується власними, а при їх нестачі залученими ззовні коштами. Змістовну і об'єктивну інформацію можна отримати на підставі вертикального і горизонтального аналізу, тобто досліджуючи структуру активу балансу, аналізуючи напрями зміни балансових статей.

На основі розрахунків необхідно зробити загальний висновок про фінансовий стан підприємства.

6.4.3. Аналіз системи ціноутворення на підприємстві

В даному розділі студенту необхідно:

- охарактеризувати систему цін і тарифів, що застосовується на підприємстві на основні, додаткові та спеціальні послуги (товари і продукцію) у національній та/або вільноконвертованій валюті в динаміці;
- визначити основні фактори, що впливають на рівень цін на досліджуваному підприємстві;
- узагальнити інформацію щодо застосування цінових знижок у підприємстві;
- визначити вплив цінового фактора на кінцеві результати господарської діяльності (факторний аналіз).

6.5. Маркетингова діяльність підприємства туристичної індустрії

6.5.1. Характеристика системи маркетингу підприємства

В цьому пункті студент повинен проаналізувати організацію маркетингової діяльності на підприємстві. Слід описати функціональні обов'язки співробітників служби маркетингу, представити схему організаційної структури служби маркетингу. В разі відсутності функціональної служби треба визначити, на кого покладені обов'язки щодо маркетингової діяльності та зміст цих обов'язків.

Необхідно в звіті надати характеристику організації практичної реалізації основних функцій маркетингу (табл. 6.11)

Таблиця 6.11

Аналіз реалізації функцій маркетингу на підприємстві

№ з/п	Функція маркетингу	Спеціаліст підприємства, що відповідає за напрям	Завдання та обов'язки, що виконує спеціаліст в межах даної функції	Експертна оцінка якості виконання функцій маркетингу (за 5-бальною шкалою)
1	Аналітична (як на підприємстві функціонує)			

	система збору та аналізу маркетингової інформації, чи визначено чітко цільовий сегмент споживачів)			
2	<i>Планова</i> (хто відповідає за розробку стратегії і тактики маркетингу)			
3	<i>Виробнича</i> (хто здійснює практичну реалізацію маркетингової політики)			
4	<i>Контролююча</i> (на кого покладені обов'язки по маркетинговому контролю)			

Важливе значення для ефективної роботи підприємства туристичної індустрії має його маркетингова політика. Тому практиканту необхідно провести характеристику маркетингової політики досліджуваного підприємства за наступною схемою.

А саме необхідно:

- визначити широту та глибину асортименту;
- визначити, які цінові стратегії використовує підприємство та охарактеризувати застосовані методи ціноутворення;
- здійснити аналіз системи розповсюдження послуг підприємства за наступними показниками: види посередників підприємства, їх особливості, переваги і недоліки застосованих каналів розповсюдження;
- охарактеризувати систему маркетингових комунікацій підприємства, визначивши та описавши її структуру (табл. 6.12).

Таблиця 6.12

Аналіз структури маркетингових комунікацій підприємства

№ з/п	Елемент маркетингової комунікаційної політики	Різновиди, що використовуються на підприємстві	Питома вага, %
1	Реклама		
2	Стимулювання збуту		
3	Паблік релейшинз		
4	Особистий продаж		
5	Дірект-маркетинг		
		Всього	100 %

6.5.2. Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства

В цьому пункті студент повинен проаналізувати та оцінити ефективність маркетингової діяльності підприємства – бази практики. Оцінити рекламну діяльність підприємства, дати характеристику видів реклами, що застосовуються на підприємстві (табл. 6.13).

Таблиця 6.13

Розподіл бюджету по засобах поширення реклами

Засоби поширення реклами	Питома вага, % середнє значення в галузі	Питома вага, % на досліджуваному підприємстві
Реклама в пресі	30	
Друкарська реклама	15	
Участь у виставках	15	
Пряма поштова реклама	10	
Сувенірна реклама	8	
Зовнішня реклама	12	
Непередбачені витрати	10	

Студенту слід визначити доцільність використання окремих рекламних заходів, виявити резерви та дати пропозиції щодо поліпшення організації рекламних заходів та інформування покупців. Доцільно оцінити ефективність маркетингової діяльності для найпопулярніших послуг (табл. 6.14).

Таблиця 6.14

Показники оцінки ефективності маркетингової діяльності
туристичної послуги

№ з/п	Показники	Формула розрахунку	Дані підприємства	
			Попередній період	Поточний період
Показники ефективності товарної політики				
1	коефіцієнт ринкової частки (КРД)	$KPД = OP/E$ де ОП - обсяг продажів продукції підприємством; Е - загальний обсяг продажів продукції на ринку		
2	коефіцієнт передпродажної підготовки (КПП)	$KПП = Bпп/Bв$ де Впп - сума витрат на передпродажну підготовку; Вв - сума витрат на виробництво (придбання) продукції		
3	коефіцієнт зміни обсягу продажів (КЗОП)	$KЗОП = OPк/OPп$ де ОПк - обсяг продажів на кінець звітного періоду; ОПп - обсяг продажів на початок звітного періоду		
Показники ефективності цінової політики				
4	коефіцієнт рівня	$KPC = (Cмаx + Cмін) / (2 * Cтов)$		

	цін (КРЦ)	де Цмах - максимальна ціна послуги на ринку; Цмін - мінімальна ціна послуги на ринку; Цтов - ціна послуги, встановлена підприємством	
Показники ефективності політики розподілу			
5	коефіцієнт доведення послуги до споживача (КСБ)	$КСБ = КЗОП * Вzk / Вzp$ де Вzk - сума витрат на функціонування системи збуту на кінець звітної періоду; Вzp - сума витрат на функціонування системи збуту на початок звітної періоду	
Показники ефективності політики просування			
6	коефіцієнт рекламної діяльності (Крекл.д)	$Крекл. д. = КЗОП * Вrk / Вrp$ де Вrk - витрати на рекламну діяльність на кінець періоду; Вrp - витрати на рекламну діяльність на початок періоду	
Показники ефективності маркетингової діяльності			
7	проміжний коефіцієнт ефективності марке-тингової діяльності для конкретної послуги	$Кпром = (КРД + КПП + КЗОП + КРЦ + КСБ + Крекл.д) / 6$	
8	Підсумковий коефіцієнт ефективності маркетингу	$До = Кпром * Кпл * Квз$ де Кпл - коефіцієнт поточної ліквідності; Квз - коефіцієнт забезпеченості власними засобами	

Залежно від набутих значень підсумкового коефіцієнта ефективності маркетингової діяльності для певної послуги, підприємства поділяються на наступні групи:

1. Ринкові лідери (більше 9) – організації, що мають максимальний коефіцієнт конкурентоспроможності. Як правило, ці організації мають максимальну ринкову частку при продажах і є лідерами в цінній політиці, оптимізації витрат і так далі. Характерною їх поведінкою є оборона.

2. Ринкові претенденти – це організації, розрахунковий коефіцієнт конкурентоспроможності яких лежить в діапазоні від 3,1 до 9. Зазвичай такі організації борються за збільшення ринкової частки продажів, проводять цінний демпінг. Для них характерна стратегія атаки за усіма напрямками діяльності.

3. Ринкові послідовники – організації, розрахунковий коефіцієнт конкурентоспроможності яких знаходиться в діапазоні від 1 до 3. Вони проводять політику того, що йде за галузевим лідером, не ризикують, але і не проявляють пасивності. Такі організації копіюють діяльність лідера, але діють обачніше і розраховують на менші ресурси. Вони, як правило, схильні до атак з боку ринкових претендентів.

4. Організації, що діють в ринковій ніші, розрахунковий коефіцієнт конкурентоспроможності яких знаходиться в діапазоні від 0,99 до 6,9. Організації цієї групи обслуговують невеликі ринкові сегменти, які інші учасники конкуренції не враховують, і

відрізняються високим рівнем спеціалізації. Коло клієнтів обмежене, характерний високий рівень цін. У своїй діяльності такі організації спираються на клієнтів і максимально залежать від них.

5. Банкроти – організації з коефіцієнтом конкурентоспроможності від - 7 до - 10. Вони приймають режим зовнішнього управління і здійснюють заходи щодо виходу з банкрутства або проводять розрахунки з кредиторами і ліквідовуються.

Залежно від виявленого типу підприємства запропонувати маркетингову стратегію розвитку підприємства на ринку.

6.6. Розробка пропозицій щодо удосконалення діяльності підприємства (індивідуальне завдання студента)

Залежно від отриманих теоретичних знань, наукових інтересів та особистих побажань студент повинен розробити конкретні та обґрунтовані пропозиції щодо удосконалення окремого напрямку (напрямів) роботи підприємства або впровадження певного нововведення (інновації).

Пропозиції можуть бути спрямовані як на удосконалення існуючих функціональних напрямів діяльності підприємства (фінансово-економічна, управління персоналом, маркетингова, фінансово-облікова, оперативна та організаційно-технологічна діяльність тощо), так і передбачати принципи нововведення (впровадження нових продуктів, диверсифікація, переспеціалізація діяльності, здійснення реального чи фінансового інвестування, вихід на зовнішні ринки та інше).

Розробка пропозицій повинна ґрунтуватися на виявлених недоліках організації роботи підприємства, наявних резервах її удосконалення, вивченні вітчизняного та закордонного досвіду кращих підприємств аналогічного та споріднених профілів діяльності.

У звіті результати проведеної роботи викладаються за такою структурою:

- загальна характеристика суті пропозиції (нововведення, що пропонується здійснити).
- обґрунтування доцільності застосування пропозиції (нововведення) та очікувані результати від її реалізації, в тому числі розрахунок економічного ефекту (за можливості).
- стан готовності підприємства до введення пропозиції (нововведення).
- план організаційно-економічних заходів, необхідних для впровадження даної пропозиції.

7. ЗАНЯТТЯ ТА ЕКСКУРСІЇ ПІД ЧАС ПРАКТИКИ

Під час проходження практики студент під наглядом керівника від кафедри зобов'язаний ознайомитися з роботою підприємства туристичної сфери діяльності.

Керівники практики зобов'язані проводити зі студентами індивідуальні заняття за окремими темами та розділами, під час яких найбільш вдосконалюється техніка та майстерність студента, підвищуються його професійні знання.

Під час практики можливе проведення занять у вигляді лекцій, семінарів, практичних робіт, які сприятимуть поглибленню теоретичного навчання з практикою їх реалізації, розкриттю студентами перспектив розвитку спеціальності і готувати їх до наступного вивчення в вузі дисциплін навчального плану.

Екскурсії під час практики проводяться з метою надбання студентами найбільш повної уяви про базу практики, її структуру, взаємодію її окремих підрозділів, діючу систему управління. Екскурсії доцільно проводити не тільки на базі, але й на інших підприємствах туристичної індустрії.

8. ФОРМИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

З метою підвищення ефективності практичної підготовки студентів організована система контролю проходження виробничої практики: підготовка і початковий період, хід практики, підведення підсумків. Усі ці питання обговорюються на засіданнях кафедри.

Викладачі-керівники практики від університету систематично відвідують бази практики, які розташовані в м. Івано-Франківськ. При відвідуванні практики викладач робить відповідний запис у щоденниках студентів.

З метою удосконалення контролю практики і підвищення її ефективності періодично проводяться взаємні консультації викладачів кафедр із керівниками практики від підприємств.

Студенти зобов'язані щодня записувати в щоденник практики звіти про виконану роботу відповідно до графіку проходження практики. Ці матеріали систематично перевіряються керівником практики від університету і відмічаються відповідні зауваження у щоденнику студента. У випадку декількох зауважень або грубих порушень дисципліни окремі студенти можуть бути відсторонені від проходження практики з наступним повідомленням завідуючого кафедри, деканату або адміністрації університету для вживання відповідних заходів.

Підсумковий контроль проводиться при захисті студентом звітів з практики про її проходження.

9. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТІВ

Після закінчення терміну виробничої практики студенти звітують на кафедрі про виконання програми практики. Загальна форма такої звітності - подання письмового звіту з відміткою керівника від підприємства. Зразок плану й титульного листа звіту з практики наведено в додатках А і Б. Крім того, подається щоденник практиканта, з відгуком керівника від підприємства-базис практики про виконання студентом програми практики.

Письмовий звіт з практики разом зі щоденником подається у встановлений термін (не пізніше як за три дні до закінчення практики) керівникові практики від вищого навчального закладу для перевірки, рецензування і допуску до захисту. Письмова рецензія керівника практики від ВНЗ заноситься до щоденника практиканта.

Звіт з практики має містити відомості про виконання студентом усіх розділів програми практики та індивідуального завдання, що пов'язане з науково-дослідною роботою студента, якщо воно мало місце. обов'язковим є наявність висновків та пропозицій, яких вимагає зміст завдань.

Обсяг звіту повинен складати 40–45 друкованих сторінок тексту. Розділи, окремі питання звіту мають бути чітко визначені, викладені в логічній послідовності і конкретизовані. Таблиці, ілюстративний матеріал, додатки повинні бути змістовними і оформлені відповідно до стандартів виконання письмових робіт у вищій школі.

Звіт друкується на аркушах білого паперу формату А4 через 1,5 інтервалом шрифтом Times New Roman 14 розміру. За необхідності окремі таблиці та рисунки можна подавати на аркушах формату А3.

Текст необхідно друкувати залишаючи поля таких розмірів: ліве - не менше 25 мм, праве – не менше 10 мм, верхнє і нижнє - не менше 20 мм.

У роботі повинні бути чіткі, не розпливчасті лінії, букви, цифри й інші знаки. Всі рядки повинні бути чорного кольору середньої жирності. Щільність тексту роботи має бути однаковою.

Нумерація сторінок повинна бути наскрізною арабськими цифрами в правому верхньому куті без крапки. Нумерація починається з титульного аркушу, але проставляється зі вступу.

Структурні елементи «Зміст», «Вступ», «Висновки» не нумеруються, а їхнє найменування служать заголовками структурних елементів у роботі.

Заголовки структурних елементів роботи варто розташовувати в середині рядка й друкувати прописними буквами без крапки наприкінці. Інші заголовки підрозділів варто починати з абзацного відступу. Переноси слів у заголовках не допускаються. Відступ

підзаголовок від тексту повинен становити один інтервал. Назва підрозділу розміщується одразу під назвою розділу.

Скорочення слів або словосполучень можливе тільки відповідно до діючих стандартів. Наприклад, гривні – грн (крапка не ставиться).

Необхідно розрізняти дефіс (-) та тире (–). Для надрукування останнього варто використовувати комбінацію клавіш ctrl та -. З1.

Абзацний відступ повинен бути однаковим по всій роботі і дорівнювати п'яти знакам.

З метою більшої наочності цифровий матеріал можна представити у вигляді чітко виконаних графіків, схем і діаграм на ПК й оформити як рисунки. Рисунки повинні мати найменування й порядкову нумерацію, що поміщають під рисунками. Слово рисунок пишеться скорочено – «Рис.», указується номер рисунка, що містить номер розділу, до якого він відноситься, і порядковий номер рисунка. Заголовок рисунка пишеться симетрично до нього без переносу слів.

При використанні перерахувань у тексті роботи перед ними ставиться двокрапка, а перед кожною позицією перерахування варто ставити малу літеру алфавіту з дужкою, або, не нумеруючи – дефіс. Для більше глибокої деталізації усередині першого рівня перерахувань варто використати арабські цифри з дужкою.

Додатки варто оформляти як продовження роботи в порядку появи на них посилань. Кожен додаток повинен мати заголовок, написаний угорі симетрично щодо тексту. Посередині рядка над заголовком повинно бути написано слово «Додаток» і прописна буква алфавіту, що позначає номер додатка. Для позначення додатків використовуються послідовно букви українського алфавіту, за винятком Г, Ґ, Е, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь.

Додатки повинні мати загальну з роботою наскрізну нумерацію сторінок.

Друкарські помилки, описки і графічні неточності допускається виправляти підчищенням чи зафарбуванням білою фарбою і нанесенням на тому ж місці або між рядками виправленого тексту машинописним способом чи від руки. Припускається наявність не більше двох виправлень на одній сторінці.

Звіт повинен бути зброшурований у швидкозшивач і мати титульний лист.

Порядок брошурування звіту наступний:

- титульний лист,
- зміст,
- вступ,
- основний розділ у відповідності до програми практики;
- індивідуальне завдання,

- висновки та пропозиції,
- список використаної літератури,
- додатки.

У кінці звіту ставиться дата і підпис.

Оформлений за всіма зазначеними вимогами і прорецензований звіт з практики приймається викладачем-керівником практики від ВНЗ в університеті протягом трьох днів до закінчення. За результатами захисту звіту виставляється диференційований залік. Оцінка з практики вноситься до заліково-екзаменаційної відомості, до залікової книжки студента й індивідуального плану.

Під час визначення рівня академічної успішності для отримання диплома разом з іншими оцінками студента враховується й оцінка з практики.

Студент, який без поважних причин не виконав програму практики, відраховується з університету. В окремому випадку йому може бути надано право проходження виробничого тренінгу повторно під час канікул. Студент, який повторно отримав незадовільну оцінку з практики в комісії, відраховується з вищого навчального закладу.

10. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ТА ОЦІНКА КОМПЕТЕНТНОСТІ

Оцінювання знань студентів здійснюється перед комісією з викладачів кафедри, рішенням якої визначається диференційована оцінка у балах за вимогами кредитно-модульної системи, яку просявляють у відомість та залікову книжку.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		Для практики	
		Вимоги до оцінки	
90 – 100	A	Відмінно	
		<p>відповідає виявлення всебічного систематичного і глибокого знання програмного матеріалу; чітке володіння понятійним матеріалом, методами та інструментарієм оцінки; ґрунтовний звіт щодо проходження технологічної практики з висвітленням всіх основних розділів; уміння використовувати набуті знання на практиці;</p>	
80 – 89	B	Добре	
		<p>відповідає виявлення всебічного систематичного і глибокого знання матеріалу; чітке володіння понятійним матеріалом, методами та інструментарієм оцінки діяльності закладів туристичної індустрії; ґрунтовний звіт щодо проходження технологічної практики з висвітленням не всіх основних розділів; уміння використовувати набуті знання на практиці;</p> <p><i>При цьому:</i> B - дуже добре – вище середніх стандартів, але з деякими помилками C - добре – в цілому змістовна робота зі значними помилками</p>	
70 – 79	C		

60 – 69	D	Задовільно відповідає виявлення не глибокого знання матеріалу; чітке володіння понятійним матеріалом, методами оцінки діяльності закладів туристичної індустрії; ґрунтовний звіт щодо проходження технологічної практики з висвітленням не всіх основних розділів, ігнорування принципово важливих складових технології обслуговування на базі практики; уміння використовувати набуті знання на практиці, допускаючи неprincipові помилки.	
50 – 59	E	<i>При цьому:</i> D - задовільно – чітко, але зі значними недоліками E - достатньо – виконання відповідає мінімальним критеріям	
26 – 49	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	
0-25	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни відповідає виявлення поверхових та неглибоких знань; володіння окремими категоріями понятійного матеріалу, одним чи двома методами оцінки діяльності закладів туристичної індустрії; неструктурований звіт щодо проходження технологічної практики з висвітленням не всіх основних розділів, ігнорування принципово важливих складових технології обслуговування на базі практики; неуміння використовувати набуті знання на практиці.	

Якщо студент не виконав завдання, що передбачене програмою практики, не склав відповідно до вимог змістовного звіту, не захистив свій звіт або одержав на захисті незадовільну оцінку, він **не переводиться на наступний рік навчання**. Студенти, які не виконали програму практичної підготовки, або отримали негативну оцінку при захисті звіту в комісії, відраховуються з університету. Повторний захист звіту із практики забороняється. Студенту може бути надано право виконати практику повторно за умов, які визначає університет.

11. ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ

Після закінчення терміну практики студенти звітують про виконання програми та індивідуального завдання.

До захисту звітів з практики допускаються студенти, що виконали програму практики відповідно до календарного плану, що представили звіти з індивідуальними завданнями, заповнений щоденник.

Звіти повинні бути представлені керівникам практики від підприємства на перевірку не пізніше як за 2 дні до закінчення практики.

За результатами перевірки звіту керівник ухвалює рішення про допуск його до захисту або повертає студентів на доопрацювання відповідно до вказаних зауважень.

Звіт з практики студентом захищається у комісії, призначеній завідувачем кафедри із диференційованою оцінкою. До складу комісії входять викладач-керівник практики від кафедри і, за можливістю, від бази практики.

Оцінка за практику складається за середньою сумарною оцінкою двох керівників практики і вноситься у відомість захисту звіту з практики, в залікову книжку студента за підписом голови комісії.

Результати практики відображаються у звіті про проходження студентами виробничої практики, що підписується завідувачем кафедри туризмознавства і краєзнавства.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : Навч. посіб. / С.С. Галасюк, С.Г. Нездоймінов ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Одес. нац. екон. ун-т . – К. : Центр учбової літератури, 2013 . – 178 с.
2. Герасименко В.Г. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів : Навч. Посібник / В.Г. Герасименко, А.В. Замкова. – Харків : Бурун Книга, 2011. – 112 с.
3. Мальська М.П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : Навч. посібник / М.П. Мальська, О.Ю. Бордун. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
4. Маркетинг туризму : Навч. посібник. – К. : Вид-во Європ. ун-ту. – 2012. – 427 с.
5. Маркетинг турпродукту : Підручник / Карягін Ю.О. [та ін.]. – К. : Кондор, 2009. – 394 с.
6. Менеджмент і маркетинг туризму : Навч. посібник / [Афонченкова Т. М. та ін.]. – К. : Видавництво Ліра-К, 2012. – 364 с.
7. Правик Ю.М. Маркетинг туризму : Підручник / Ю.М. Правик. – К. : Знання, 2012. – 303 с.
8. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов : Учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. / Т.Л. Тимохина. – М. : ИД «Форум» ; ИНФРА-М, 2010. – 352 с.
9. Ткаченко Т.І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : Монографія / Т.І. Ткаченко. – К. : КНТЕУ, 2012. – 536 с.
10. Холловой Дж. К. Туристический маркетинг / Дж. К. Холловой. – К. : Знання, 2008. – 575 с.

Нормативні матеріали МОН

11. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. № 1282 // Урядовий кур'єр. – 2003. – 25 груд. (№ 244). – С. 15–19.
12. ДСТУ «Системи управління якістю. Основні положення та словник» / ISO 9000/2000, ІДТ /. – К.: Держстандарт України, 2001. – 40 с.
13. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» від 9 січня 2007 р. № 537 // Урядовий кур'єр. – 2007. –14 лют. (№ 28). – [Орієнтир. – 2007. – № 6. – С. 1-7].
14. Туристична діяльність в Україні. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm.

План звіту по виробничій практиці

ВСТУП

1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

2. ОРГАНІЗАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Характеристика процесу організації роботи підприємства

2.2. Аналіз технології надання послуг

3. АНАЛІЗ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Характеристика основних функцій та методів управління підприємством

3.2. Аналіз організаційної структури управління підприємством

3.3. Характеристика кадрової політики на підприємстві туристичної індустрії

4. АНАЛІЗ ЕКОНОМІКО-ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

4.1. Аналіз виробничої діяльності підприємств

4.2. Аналіз фінансового стану підприємства

4.3. Аналіз системи ціноутворення на підприємстві

5. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

5.1. Характеристика системи маркетингу підприємства

5.2. Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства

6. ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

Державний вищий навчальний заклад
«Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
Факультет туризму
Кафедра туризмознавства і краєзнавства

ЗВІТ ПО ВИРОБНИЧІЙ ПРАКТИЦІ

Студентки ___ курсу _____ групи
спеціальності 242 «Туризм»

_____ (прізвище, ім'я, по батькові)

Об'єкт практики:

Термін практики:

з _____ по _____

Керівник практики від підприємства:

_____ (посада, прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

М.П.

Керівник практики від факультету:

_____ (посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

м. Івано-Франківськ – 2017 рік

Державний вищий навчальний заклад
«Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
(повне найменування вищого навчального закладу)

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

_____ (вид і назва практики)

студента _____ (прізвище, ім'я, по батькові)

Факультет _____

Кафедра _____

освітній ступінь _____

напрямок підготовки _____

спеціальність _____ (назва)

_____ курс, група _____

Навчальний рік 20 ____ / 20 ____

КЕРІВНИКИ ПРАКТИКИ

Від університету:

1. Керівник від факультету _____

2. Фаховий керівник _____

Від бази практики:

База практики _____
(назва бази практики, П.І.П. керівника підприємства)

Керівник від бази практики _____

Студент _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

прибув на підприємство, організацію, устанovu

Печатка
підприємства, організації, установи “ _____ ” _____ 20__ року

(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув з підприємства, організації, установи

Печатка
Підприємства, організації, установи “ _____ ” _____ 20__ року

(підпис) (посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Календарний графік проходження практики

№ з/п	Назви робіт	Тижні проходження практики					Відмітки про виконання
		1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	6	7	8

Керівники практики:
від вищого навчального закладу

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

від підприємства, організації, установи

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

Робочі записи під час практики

Тиждень 1

№	Дата виконання	Зміст виконаної роботи	Відмітка про виконання (оцінка або виконано/не виконано)	Підпис керівника від бази практики

Тиждень 2

№	Дата виконання	Зміст виконаної роботи	Відмітка про виконання (оцінка або виконано/не виконано)	Підпис керівника від бази практики

Тиждень 3

№	Дата виконання	Зміст виконаної роботи	Відмітка про виконання (оцінка або виконано/не виконано)	Підпис керівника від бази практики

Тиждень 4

№	Дата виконання	Зміст виконаної роботи	Відмітка про виконання (оцінка або виконано/не виконано)	Підпис керівника від бази практики

Відгук осіб, які перевіряли проходження практики

Висновок керівника практики від вищого навчального закладу про проходження практики

Дата складання екзамену “ ____ ” _____ 20__ року

Оцінка:
за національною шкалою _____
(словами)

кількість балів _____
(цифрами і словами)

за шкалою ECTS _____

Керівник практики від вищого навчального закладу

_____ (підпис)

_____ (ініціали та прізвище)

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ ЩОДЕННИКА З ПРАКТИКИ

1. Записи в щоденнику ведуться кожного дня. Щоденник заповнюється акуратно, записи ведуться одним кольором, розбірливим почерком, виправлення не допускаються. Правильність оформлення щоденника перевіряється безпосередньо керівником практики та підписується регулярно керівником практики від бази практики або керівником практики від факультету туризму в день відвідування об'єкта практики або проведення консультації.
2. У щоденнику повинні бути вказані прізвища, ім'я, по батькові всіх керівників практики, всі підписи та печатки підприємства, дата вашого прибуття і вибуття (друга сторінка щоденника).
3. У розділі **«Календарний графік проходження практик»** зазначаються виконані та оцінені фахові завдання, що передбачені робочою програмою практики.
4. У розділі **«Робочі записи під час практики»** ведуться записи щодо проведення роботи за кожний день практики. Дата першого запису у щоденнику повинна співпадати з першим днем практики, дата останнього запису співпадає з останнім днем практики. Проведені заходи обов'язково оцінюються керівником від бази практики або керівником практики від факультету туризму з відповідним підписом.
5. За правильність і грамотність оформлення щоденника відповідальність несе студент-практикант.