

Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**
сборник учебно-методических материалов
для направления подготовки 43.03.02 - Туризм

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
факультета международных отношений
Амурского государственного
университета*

Составитель: Соколенко Т.В.

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности): сборник учебно-методических материалов для направления подготовки 43.03.02 – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017.

© Амурский государственный университет, 2017

© Кафедра Международного бизнеса и туризма, 2017

© Соколенко Т.В., составление

Содержание

Введение	4
1. Краткое описание и пояснение разделов практики	6
2. Методические рекомендации (указания) к написанию отчета по практике	8
3. Методические указания для самостоятельной работы студентов	29

Введение

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) сопровождает общеобразовательную программу направления подготовки и является составной частью учебно-воспитательного процесса и важным средством соединения теоретического обучения с практической деятельностью.

Предшествующими для данной производственной практики являются дисциплины: «Профессиональная этика и этикет», «Менеджмент в туристской индустрии», «Основы правовых знаний», «Основы экономических знаний», «Правовое и документационное обеспечение туризма» и «Туристско-рекреационное проектирование».

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) и изученные дисциплины являются основой для изучения последующих дисциплин «Правовое и документационное обеспечение туризма», «Международный туризм», «Экскурсионная деятельность», «Инновации в туристской деятельности», «Организация туристской деятельности», «Экономика туризма», а также для прохождения производственной (научно-исследовательской), технологической и преддипломной практики.

Целью прохождения практики является:

- получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, а также закрепление и углубление знаний по профилирующим дисциплинам;

- ознакомление студентов с процессами обслуживания туристов; развитие навыков в обработке и интерпретировании данных с использованием базовых знаний в области туризма;

- закрепление способов проектирования в туризме.

Задачами прохождения практики являются:

- знакомство с организацией и функциями объекта практики и специфики его работы;

- освоение техники и технологии организации туристских путешествий и экскурсионного обслуживания;
- получение навыков работы с первичными документами и документами, регламентирующими деятельность предприятий туризма;
- ознакомление с нормативными актами, туристскими формальностями;
- ознакомление со способами обработки и интерпретирования с использованием базовых знаний математики и информатики данных, необходимых для осуществления проектной деятельности в туризме;
- ознакомление с основами менеджмента на предприятии;
- приобретение навыков по оказанию практической помощи в организации работы исполнителей;
- приобретение навыков по подготовке к реализации проектов в туристской индустрии;
- сбор и систематизация научно-технической информации для написания отчета по практике.

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) может проводиться на предприятиях индустрии туризма; санаторно-курортных и рекреационных комплексах; в музеях и иных объектах с учетом подготовки бакалавров направления «Туризм».

Раздел 1. Краткое описание и пояснение разделов производственной практики

1.1 Выдача задания на практику, инструктаж по технике безопасности

В соответствии с программой практики руководитель практики составляет и выдает каждому обучающемуся, направляемому на практику дневник практики и индивидуальное задание.

Индивидуальное задание содержит четкую формулировку намечаемых целей и ожидаемых результатов. Содержание индивидуального задания учитывает конкретные условия и возможности организации, а также соответствует целям и задачам учебного процесса.

Дневник является основным документом студента во время прохождения практики.

Для студента, проходившего практику за пределами города, в котором находится вуз, дневник может являться также командировочным удостоверением, подтверждающим длительность пребывания студента на практике. Во время практики студент ежедневно кратко должен записывать в дневник все, что им сделано по выполнению календарного графика прохождения практики. Подробные записи ведутся в рабочих тетрадях, которые являются продолжением дневника. Не реже одного раза в неделю студент обязан представить дневник руководителю практики от вуза, который проверяет дневник, письменно указывает замечания, дает дополнительные задания и подписывает записи, сделанные студентом.

По окончании практики дневник вместе с отчетом должен быть просмотрен руководителем практики, который составляет отзыв и подписывает его.

Оформленный дневник вместе с отчетом студент должен сдать на кафедру.

Без заполненного дневника практика не засчитывается.

Студент, направляемый на практику, допускается к выполнению работы только при наличии отметки в журнале о прохождении инструктажа по технике безопасности, охране труда и пожарной безопасности.

Работа студентов при прохождении практики может сопровождаться наличием следующих опасных и вредных факторов:

- работа с офисной техникой (компьютер, принтер, сканер и прочие виды офисной техники);
- ограничение двигательной активности, монотонность и значительное зрительное напряжение, поражение электрическим током;
- использование бытовых электроприборов (чайник, кофеварка и прочая бытовая техника);
- поражение электрическим током, ожоги;
- пользование электроосвещением (потолочные светильники, настольные лампы);
- использование стремянок и лестниц –падение с высоты;
- вне рабочего места (по пути следования кместу практики и обратно)- движущиеся автомобили и прочие виды транспорта, неудовлетворительное состояние дорожного покрытия (гололед, неровности дороги и пр.) – получение травмы в ДТП, получение травмы при падении.

Студенты, находящиеся на практике, несут ответственность за травматизм и аварии, которые произошли по их вине в связи с выполняемой ими работой в соответствии с действующим законодательством и требованиями норм и правил охраны труда и пожарной безопасности на рабочем месте.

1.2 Прохождение производственной практики

1.2.1 Организация процесса обслуживания туристов

Студенты знакомятся с учредительными документами организации, уставом, положениями о структурных подразделениях, должностными инструкциями. Изучают основные виды деятельности и предоставляемые услуги, а также выполняемые работы.

Практиканты изучают организационную структуру управления на предприятии туристической индустрии, знакомятся с организационно-правовой формой, с законами и постановлениями, регламентирующими их деятельность и предоставление услуг. Изучают нормативно-правовое регулирование в сфере туризма. Анализируют состояние действующих форм туристских предприятий:

Характерные черты рынка турагенств. Главные направления деятельности туроператоров. Сотрудничество туроператоров и турагенств на рынке туризма в Благовещенске.

В секторе туризма ключевым звеном в цепи посредников, доводящих туристский продукт до конечного потребителя, является турагент. Через него производится продажа подавляющей части туристских поездок, прежде всего за рубеж. Практика свидетельствует, что придумать и разработать интересный маршрут путешествия очень просто, гораздо сложнее найти потребителя. В условиях высокой насыщенности рынка сходными предложениями, острой конкурентной борьбы и ограниченной покупательной способности населения, на турагентов ложится самая трудная задача - привлечь клиента и получить его согласие отправиться в данный тур. Затем заключить с ним договор, получить оплату, оформить документы на основе паспорта, визы, билет, выдать ваучер, отправить в поездку и пожелать успешно завершить путешествие, а на заключительном этапе возможно получить от него благодарность. По характеру совершаемых операций турагент является розничным продавцом. Турагент не создает свои собственные туристские продукты, а занимается их перепродажей. Он реализует услуги конечным потребителям – туристам для их личного некоммерческого использования.

Наряду с розничными агентами важную роль в товаропроводящем канале играют оптовики. В сфере туризма наиболее крупным оптовым продавцом является туроператор. Он выступает генератором организованного туризма, и ему отводится особое место в деле формирования рынка туристских услуг.

Главным направлением деятельности туроператоров стала разработка туристского продукта, рассчитанного на массовый потребительский спрос. Оптовики комплектуют серийные наборы услуг, реализуемые туристам в едином пакете (пэкидж-туры) путем стандартизации маршрутов поездок, программ и комплекса обслуживания

Сторонами агентского соглашения являются организатор туров - туроператор и продавец туров – турагенство.

Студенты закрепляют методы анализа и обработки научно-технической информации в области туристской деятельности и знакомятся с применением основных методов проектирования в туризме. Анализируют действующие туры фирмы и разрабатывают свой тур.

Практиканты изучают внешнюю и внутреннюю среду организации, проводят SWOT- анализ.

Выявляют основные факторы внешней среды, оказывающие существенное влияние на деятельность туристского предприятия, основных потребителей услуг, основных поставщиков и конкурентов. Анализируют основные проблемы и опасности для предприятия, вызываемые факторами внешней среды.

Внешняя среда рассматривается как совокупность двух самостоятельных подсистем: макроокружения и непосредственного окружения.

Макроокружение состоит из компонентов:

- экономические - это распределение ресурсов, величина ВВП, темп инфляции, производительность труда, уровень безработицы и т.д.;
- правовое регулирование- изучение законов и законодательных актов;
- политические- изучение политической ситуации;

- технологические - возможности науки и техники, направленных на усовершенствование оказываемых услуг.

Непосредственное окружение направлено на анализ тех составляющих внешней среды, с которыми организация находится в непосредственном взаимодействии: анализ покупателей; анализ поставщика; анализ и изучение конкурентов; анализ рынка туристских фирм.

Анализ внутренней среды предусматривает изучение численности персонала. Рассматривается основная номенклатура предоставляемых услуг.

Внутренняя среда организации – это та часть общей среды, которая находится в рамках организации. Она оказывает постоянное и непосредственное воздействие на функционирование организации.

Внутренняя среда имеет несколько аспектов:

- кадровый - взаимодействие менеджеров и работников, найм, обучение кадров, оценка и стимулирование труда;

- организационный, который включает коммуникационные процессы, организационные структуры, нормы, правила, процедуры, распределение прав и ответственности, иерархию подчинения;

- маркетинговый - охватывает процессы, связанные с реализацией продукции (ценообразование, продвижение, выбор рынка сбыта);

- финансовый – процессы, связанные с обеспечением эффективного использования и движения денежных средств в организации.

Внутренняя среда включает также организационную культуру, благодаря которой организация выступает сильной, конкурентоспособной структурой.

Информация о внутренней среде фирмы необходима менеджеру, чтобы определить внутренние возможности, потенциал, на которые фирма может рассчитывать в конкурентной борьбе для достижения поставленных целей.

Анализ внутренней среды позволяет лучше уяснить цели и задачи организации. Важно то, что помимо оказания услуг, организация обеспечивает возможность нормального существования своим работникам, создает определенные социальные условия для их жизнедеятельности

Студенты изучают уровень цен на продукцию или услуги (в сравнении с конкурентами) и знакомятся с характеристикой факторов макросреды (политических, экономических, технологических, социальных, культурных).

Практиканты анализируют позиционирование предприятия, стиль и методы управления в организации. Знакомятся с характеристикой отдельных уровней и звеньев (линейных, функциональных), преобладающих типов связей. Также знакомятся с регламентацией деятельности структурных подразделений (положениями об отделах и службах, должностными инструкциями руководителей отделов и служб).

1.2.2 Обработка и интерпретирование с использованием базовых знаний математики и информатики данных, необходимых для осуществления проектной деятельности в туризме.

В настоящее время в развитии информационных технологий в туризме наблюдается ряд следующих направлений:

- локальная автоматизация туристского офиса;
- внедрение прикладных программ автоматизации формирования, продвижения и реализации туристского продукта;
- использование систем управления базами данных;
- использование локальных компьютерных сетей;
- внедрение телекоммуникационных систем резервирования мест в отелях и бронирования билетов;
- внедрение мультимедийных маркетинговых систем;
- использование глобальной сети Интернет.

Разработка и внедрение новых достижений научно-технического прогресса в области информационных технологий в туризме реализуются с учетом следующих основных принципов:

- наиболее современные разработки выполнены (или проектируются) в режиме реального времени online по принципу "безбумажного офиса";
- основной идеологией систем является замкнутый технологический цикл: клиент - турагент - туроператор - услуга – анализ;

- разработчики отказались от создания дорогих универсальных автоматизированных систем и пошли по пути внедрения локальных агрегатированных офисных технологий для туроператоров, турагентов и перевозчиков;

- на рынке информационных технологий предлагаемые офисные программы разрабатываются как для широкого потребителя, так и по заказу конкретной фирмы;

- многие предлагаемые системы являются совместимыми между собой и выполнены в виде автоматизации конкретного рабочего места, или локальных внутриофисных сетей (до 50 рабочих мест) с выходом в глобальную сеть Интернет;

- предлагаемые технологии для автоматизации туристского офиса обеспечены сервисным сопровождением, включая обновление, консалтинг, обучение персонала, гарантийное обслуживание и др.

- локальные прикладные программы и локальные системы бронирования и резервирования объединяются в национальные и интегрируются в международные сети.

- наиболее быстрыми темпами идет внедрение глобальной сети Интернет в систему формирования, продвижения и реализации туристского продукта.

Таким образом, индустрия туризма является одним из крупнейших потребителей телекоммуникационных технологий, и располагает одним из наиболее высоких уровней компьютерной оснащенности в деловом мире.

Обработка и интерпретирование осуществляются с использованием также базовых знаний математики, необходимых для осуществления проектной деятельности в туризме. Расчеты ведутся при проектировании туристского продукта с учетом затрат на транспортные услуги, размещение и питание, экскурсионные и иные услуги.

Научно-производственные технологии:

- инновационные технологии, используемые на предприятии (в учреждении), изучаемые и анализируемые студентами в ходе практики;
- эффективные традиционные технологии, используемые на предприятии (в учреждении), изучаемые и анализируемые студентами в ходе практики;
- консультации ведущих специалистов по использованию в производстве научно-технических достижений.

Научно-исследовательские технологии:

- наблюдения, измерения, фиксация результатов;
- сбор, обработка, анализ и предварительная систематизация фактического материала;
- использование информационно-аналитических компьютерных программ и технологий;
- прогноз развития ситуации (функционирования объекта исследования);
- использование информационно-аналитических и проектных компьютерных программ и технологий;
- формулирование выводов и предложений по общей части учебной практики и индивидуальному заданию;
- экспертиза результатов практики (предоставление материалов отчета о практике на рецензию руководителю практики от предприятия (учреждения));
- консультации научного руководителя;
- оформление и защита отчета по практике.

Образовательные технологии:

- работа в библиотеке (уточнение содержания учебных и научных проблем, профессиональных и научных терминов, экономических и статистических показателей);
 - изучение содержания государственных стандартов по оформлению отчетов о научно-исследовательской работе (ГОСТ 7.32–2001 (в редакции 2006 г.) и библиографического аппарата (ГОСТ 7.1-2003, ГОСТ Р 7.05-2008);
- Электронные формы обучения широко используются при прохождении производственной практики в части получения практических навыков работы

в туристских фирмах при подготовке отчетов по практике и докладов на научно-практическую конференцию, а также при онлайн консультировании с руководителем практики от ВУЗа. При оформлении отчёта по практике используются технологии конспектирования, анализа научной и методической литературы по направлению, сбора и обработки фактических данных, методы статистического анализа.

Основными методами получения информации в полевых исследованиях, проводимых в ходе практики, являются консультации с работниками организации, наблюдение, а также сбор материалов.

Таким образом, студенты участвуют в процессе обслуживания туристов и изучают способы разработки туристского продукта на основе современных технологий.

1.2.3 Поиск, анализ и обработка научно-технической информации в области туристской деятельности

Широкую информацию дают в поиске и обработке научно-технической информации в области туристской деятельности интернет ресурсы, а также рекомендуемая учебная и справочная литература.

Правовой режим туристских ресурсов регулируется законодательством (природоохранным, о музейных учреждениях, об охране исторических памятников, санитарно-эпидемиологическим). Прежде всего, регулирование осуществляется федеральным Законом «Об основах туристской деятельности».

Согласно источникам в сфере туризма, важной основой формирования туристского продукта являются туристские ресурсы.

Туристские ресурсы -совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для использования в целях туризма. Выделяют непосредственные и косвенные туристские ресурсы. К первым относятся природные и культурно-исторические ресурсы, вторые (инфраструктурные) привлекаются для освоения и использования собственно туристских ресурсов.

Все виды туристских ресурсов взаимосвязаны и в ряде случаев трудноразделимы. В этом смысле их потребительная стоимость (полезность) связана с одновременным воздействием на физические, умственные, духовно-нравственные и психологические стороны жизнедеятельности человека.

Туристские ресурсы являются национальным достоянием. Часть из них, имеющая особое значение, отнесена к памятникам Всемирного наследия, перечень которых устанавливает и ежегодно обновляет ЮНЕСКО.

Значительную роль выполняют природные ресурсы. Существуют несколько подходов к оценке природных туристских ресурсов:

- технологический – по функциональной пригодности ресурсов для организации того или иного вида туризма;
- физический – по степени комфортности ресурсов;
- психологический – в зависимости от эстетических качеств ресурсов.

На базе туристских ресурсов образуются и развиваются туристские центры – местности, привлекающие туристов в силу наличия природных и культурно-исторических ресурсов, выгоды транспортно-географического положениями доступной для туристов информации о них.

Выделяют следующие типы туристских центров: культурно-исторический, паломнический, курортный приморский, альпийский, оздоровительный, деловой, конгрессный, экологический, водный, спортивный, альпинистский, охотничье-рыболовный, этнографический, развлекательный и иные.

Освоение и использование туристских ресурсов требует соответствующей материально-технической базы, инфраструктуры туризма.

Материально-техническая база – совокупность средств труда (здания, сооружения, транспорт, оборудование и т.п.), предназначенных для обслуживания туристов. Материально-техническая база является основой развития организованного туризма, так как создает необходимые условия для обеспечения туристов комплексом услуг (размещение, питание, перевозка,

лечение, экскурсии, развлечения). В состав материально-технической базы туризма входят: вспомогательные средства гостиниц, транспортных организаций, предприятий питания, торговли, развлекательных объектов, пункты проката туристского снаряжения, инвентаря и иные объекты.

Значительный объем информации собирается, анализируется и обрабатывается исполнителями на туристских предприятиях.

Для того чтобы туристическая фирма стала известной, необходимо заявить о себе. Этого можно добиться с помощью рекламы. Но для того, чтобы при минимальных затратах средств получить максимально высокий результат, необходимо продумать, каким образом рекламировать себя и свою продукцию.

Определенная рекламная политика существует у каждой фирмы или предприятия. Разница лишь в масштабах и средствах рекламы.

Основными средствами рекламы являются:

- каталоги путешествий - в них содержатся описания туристических товаров и услуг, иллюстрации, цены. Каталоги используются туроператорами и турагентами для презентации программы туров. Каталог включает иллюстрированные описания различных маршрутов, отелей, экскурсионные программы, транспортные услуги, даты отъездов.

- брошюры и проспекты - менее объемные издания, содержат перечень туристических мест отдыха, более подробную информацию о местах размещения, ценах, расписании транспорта. Проспекты обычно печатаются на одной иллюстрированной страничке, их производство более легкое и дешевое. Они являются самым распространенным средством рекламы

- реклама в средствах массовой информации - это реклама в печати, на телевидении, радио, уличная реклама. Главная ее особенность - возможность донести рекламную информацию большому количеству человек.

- реклама в пункте продажи заключается в размещении плакатов, транспарантов, афиш, рекламных щитков в витринах и на стенах помещения, где осуществляется продажа туров. Эта реклама призвана напомнить

потребителям в процессе принятия решения о той рекламной информации, с которой они уже сталкивались в других средствах информации.

Выбор рекламного средства зависит от многих факторов, в том числе от:

- характера рекламируемого товара, содержания рекламы;
 - наличия ассигнований на рекламу;
 - размеров рынка (его емкости);
 - целей рекламы (создать рынок для нового продукта или расширить уже существующий рынок);
 - масштабов рекламной кампании;
- круга возможных потребителей;
- специфических требований рынка;
 - технических возможностей изготовления средств рекламы в нужном количестве в требуемые сроки.

Все указанные направления выполняют важные функции в разработке туристского продукта.

1.2.4 Организация работы исполнителей, принятие решений в организации туристской деятельности с учетом социальной политики государства

В процессе управления неизбежно влияние человеческого фактора, ведь оказываясь в определённых управленческих ситуациях, руководитель неизбежно проецирует свой внутренний мир, свои качества, все свои достоинства и недостатки на возникающие управленческие ситуации, на деятельность коллектива и развитие организации. Если эти качества позитивны, управленческие ситуации могут быть эффективно разрешены, что поспособствует развитию организации, гармонизации отношений в коллективе, усилению позиции руководителя в этом коллективе. Если качества негативны, отношения внутри коллектива могут усугубиться, что приведёт к ряду проблем, которые могут окончиться даже ликвидацией организации.

Нравственные качества руководителя организации – это основа благоприятной атмосферы внутри коллектива. Успешный руководитель – это

руководитель, уважающий своих подчинённых, держащий своё слово, честный перед коллективом и перед собой, оптимистичный, открытый и любознательный, доброжелательный и отзывчивый, заражающий своим энтузиазмом.

Огромное значение в деле управления имеют коммуникативные качества менеджера: тактичность, общительность, умение ладить с людьми, умение слушать и понимать собеседника, вежливость, умение психологически корректно воздействовать на людей, умение сохранять дистанцию.

Весьма необходимы для менеджера его волевые качества - настойчивость, терпение, самообладание, способность к длительной концентрации внимания.

Большое значение для эффективности работы менеджера имеют также его эмоциональные проявления: естественность поведения, непринужденность, искренность в общении, устойчивость к стрессу, эмоциональная стабильность, способность к сопереживанию.

В условиях современного управления организацией менеджер должен обладать рядом необходимых ему качеств, как личных, так и профессиональных.

К профессиональным чертам относят те, которые характеризуют любого грамотного специалиста. Обладание ими является лишь предпосылкой успешного выполнения служебных обязанностей.

Таковыми качествами являются:

- высокий уровень образования, производственного опыта, компетентности в соответствующей профессии;
- широта взглядов, эрудиция, глубокое знание не только своей, но и смежных сфер деятельности;
- стремление к постоянному самосовершенствованию, критическому восприятию и переосмыслению окружающей действительности;
- поиск новых форм и методов работы, помощь окружающим в овладении ими, их обучение;

-умение рационально использовать время, планировать свою работу.

Принимаются решения в организации туристской деятельности с учетом социальной политики государства. Социальная политика оказывает существенное воздействие на развитие туризма. Мероприятия социально-политического характера могут управлять спросом на туристские услуги.

Различаются три направления этой политики:

- законодательное регулирование рабочего времени и отпусков;
- перераспределение дохода;
- стимулирование развития социального туризма;

То, что государство устанавливает сроки отпусков и каникул в разное время, способствует тому, что спрос на туристские услуги распределяется равномерно в течение года. В рамках социальной политики государство управляет туристским спросом через стимулирование развития социального туризма. Под социальным туризмом понимается то, что государство субсидирует строительство различных сооружений для отдыха и тем самым создает условия для хорошего проведения отпуска определенных социальных групп: молодежи, женщин, имеющих детей и людей пожилого возраста. Некоторые слои населения не смогли бы отправиться в отпуск, если бы государство не увеличивало спрос туристских услуг для отдельных категорий граждан. Таким образом, определяются социально значимые задачи и затем создаются условия для их реализации.

1.2.5 Правовое и документационное обеспечение туризма

Правовое и документационное обеспечение туризма предполагает знакомство с основными правовыми и законодательными актами в туристской отрасли (договор на оказание туруслуг, а также заполнение документов, согласно установленному порядку).

Все документы организации представляют собой единый документопоток, все группы документов в нем подчиняются определенным правилам, которые закреплены инструкциями по делопроизводству, и сложившимися в

организации традициями. Соблюдение их обеспечивает бесперебойную работу предприятия.

Организация работы с документами - это создание оптимальных условий для всех видов работ с документами, начиная с создания или получения документа и кончая его уничтожением или передачей на архивное хранение. От четкой организации документационного процесса зависит оперативность работы. Задержка исполнения документов может сделать информацию неактуальной, а значит бесполезной.

Таким образом, документ - материальный носитель с зафиксированной на нём в любой форме информацией, с различными реквизитами. Документы являются полифункциональными: выполняют информационную, социальную, правовую и другие функции. Организация работы с документами или управление документацией - это, прежде всего, создание условий, обеспечивающих сохранение необходимой информации, своевременное снабжение ею потребителей с наименьшими временными и материальными затратами.

В соответствии с рекомендациями ВТО, Статистической комиссии ООН, а также установившейся международной и отечественной практикой, документация на продажу тура на туристское путешествие включает в себя следующее: заявку туриста на бронирование тура; лист бронирования; подтверждение турагентства или туроператора о бронировании тура по заявке туриста; договор на путешествие (туристские услуги); документы от туриста для оформления виз и разрешений; консульские документы (для групповой визы); международный, служебный и именной ваучер; туристскую путевку утвержденной формы; транспортные документы; страховку; нотариально заверенную доверенность на детей; нормативные и законодательные акты, применяемые в ссылках договора и других документов; особые обязательства туриста применительно к данному туру; права и обязанности туриста; анкету туриста; памятку туриста и иные документы, если они требуются правилами.

Документационное обеспечение управления в туризме нуждается в дополнительных правовых, законодательных основах. Есть документы, которые требуются законом, ГОСТом, такие как устав предприятия, туристическая путевка и иные.

Стандартизированные документы требуют меньших затрат времени и усилий для их создания и обработки. Стандартизация является одним из шагов на пути к автоматизации документационного обеспечения управления предприятием.

В связи с развитием научно-технического прогресса, многие крупные туристические компании (туроператоры) практически полностью ведут свою работу, в том числе, организуют документопотоки в интернете.

Раздел 2. Методические рекомендации (указания) к написанию отчета по практике

Оформление отчета по производственной практике (практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) предполагает сбор материалов, их систематизацию, внесение небольших дополнений и изменений, корректировку в соответствии с замечаниями руководителей от ВУЗа просмотревших работу в целом.

Материал для отчета собирается в течение практики, оформляется после ее окончания. Отчет должен быть представлен на кафедру не позднее 1 недели начала следующего семестра в напечатанном виде и содержать 25-30 страниц текста на одной стороне стандартного листа бумаги формата А4 (шрифт TimesNewRoman; размер - 14; интервал - 1,5). Защита отчета должна быть произведена до 25 сентября следующего семестра. Для защиты студенту необходимо подготовить презентацию, которая должна следовать рекомендациям по оформлению презентации с использованием программы «PowerPoint».

Отчет включает в себя: титульный лист; индивидуальное задание; содержание: введение, основную часть, заключение; список использованной литературы; приложения.

Основные части содержания отчета:

Введение – актуальность, цели и задачи производственной практики; основные исходные данные для разработки темы; место прохождения практики; информационный материал для написания отчета.

Основная часть – данные, отражающие сущность, методику и основные результаты выполненной работы, следуя рекомендациям программы по производственной практике (практике по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

Заключение – краткие выводы по результатам производственной практики; предложения по их использованию.

Примерная структура отчета по производственной практике

Введение (указываются цели и задачи практики)

Основная часть

Анализ результатов работы туристской фирмы (за период не менее 3 лет):

- полное наименование организации, ее организационно-правовая форма, документ, регламентирующий регистрацию организации, полный юридический, почтовый и фактический адрес;
- анализ деятельности предприятия, перечень основных видов услуг, динамика продаж на внутреннем, выездном и въездном направлении;
- анализ организационной структуры предприятия, функции и состав основных подразделений;
- оценка уровня развития оргтехники, использование прикладных компьютерных программ в процессе управления предприятием, работ в сфере туризма;
- структура и обязанности персонала фирмы, количество штатных единиц, соответствие работников квалификационным требованиям;
- анализ процесса обслуживания потребителей и туристов;
- результаты обработки и интерпретирования с использованием базовых знаний математики и информатики, необходимых для осуществления проектной деятельности в туризме;
- характеристика ассортимента предлагаемых туров на внутреннем, выездном и въездном направлении (в турфирме) и услуг, основные направления деятельности;
- анализ научно-технической информации в области туристской деятельности;
- анализ основных методов проектирования в туризме;
- проектирование и обоснование нового туристского продукта;
- анализ деятельности туристской фирмы в сотрудничестве с предприятиями туристской индустрии;
- анализ совместной реализации проектов в туристской отрасли турфирмы с другими предприятиями;

- SWOT- анализ туристского предприятия в регионе;
- анализ экономической деятельности и оценка эффективности туристской фирмы;
- анализ статистических данных в туристской фирме.

Заключение (основные выводы, рекомендации)

Список литературы

Приложение (включает формы документов, используемые в работе отдела турфирмы, в котором студент проходил практику, оформляются как приложение к отчету, нормативные документы РФ, зарубежных стран, предприятия и/или подразделения; буклеты, брошюры, фирменные печатные издания и т.д. (на разных языках); фото- и видеоматериалы.

К отчету должны быть приложены следующие документы:

- индивидуальное задание;
- дневник прохождения практики с характеристикой (отзыв), подписанной руководителям практики от предприятия с указанием его должности и заверенная (заверенный) печатью;
- рабочий график выполнения программы практики с отметками о полноте и уровне его выполнения (график составляется совместно с руководителями практики от кафедры).

Общие требования к отчету:

- логическая последовательность и четкость изложения материала;
- краткость и точность формулировок, исключающих возможность неоднозначного толкования;
- убедительность аргументации;
- конкретность изложения материала и результатов работы;
- информационная выразительность;
- достоверность;
- достаточность и обоснованность выводов.

Учебно-методические материалы по практике

а) основная литература:

1. Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 256 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-06549-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/01E710EA-FFDA-4DDA-B8F6-C3CEFAE3B85E.

2. Чернышова, Л. И. Этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. И. Чернышова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 161 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-02406-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F50417C3-D600-42D3-B36F-56E988BFF598.

б) дополнительная литература:

1. Батяев А.А. Комментарий к Федеральному закону от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» [Электронный ресурс] / А.А. Батяев, А.Б. Юдина. — Электрон. текстовые данные. — М. : Новая правовая культура, 2008. — 272 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1620.html>

2. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Березовая. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3980-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/E1976BD9-ACB2-42E1-9C14-5890C847CF05.

3. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 165 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8305C85C-5356-43EC-9FDB-91A639FEC801.

4. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — М. :

Издательство Юрайт, 2018. — 247 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-02425-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F4E2499C-C9BC-4664-9824-CFBDE61F7239.

5. Лавриненко, В. Н. Деловая этика и этикет : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; под ред. В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 118 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08210-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/E918F598-BBDF-4E78-870E-3DF941DCEA98.

6. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 366 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07713-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/124D0D95-1F44-468B-B50C-34693AF481DA.

7. Этика государственной и муниципальной службы : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Д. Богатырев, А. М. Беляев, С. Г. Еремин ; под ред. С. Е. Прокофьева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 307 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9205-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/42BDADFBA-1A31-4221-BC03-F080B024506D.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1	http://www.consultant.ru	Справочно-правовая система. Содержит законодательную базу, нормативно-правовое обеспечение, статьи.
2	http://www.vokrugsveta.ru	Официальный сайт журнала «Вокруг света»
3	http://www.ratanews.ru	Ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии
4	http://unwto.org	Официальный сайт Всемирной туристской организации

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
Программное обеспечение, обеспеченное лицензией		
1	Операционная система MS Windows 7 Pro	Dream Spark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 г.
Электронные библиотечные системы		
1	Электронная библиотечная система «Юрайт» https://www.biblio-online.ru/	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов
2	Электронно—библиотечная система IPRbooks http://www.iprbookshop.ru/	Электронно-библиотечная система IPRbooks—научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования. ЭБС IPRbooks в полном объеме соответствует требованиям законодательства РФ в сфере образования
3	www.elibrary.ru	Электронная библиотека с большим количеством статей в научных журналах, в том числе полнотекстовых, и монографий

Нормативные правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) //

<http://www.consultant.ru>

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП РФ) //<http://www.consultant.ru>

3. Воздушный кодекс Российской Федерации //<http://www.consultant.ru>

4. Кодекс внутреннего водного транспорта Российской Федерации
//<http://www.consultant.ru>
5. Федеральный закон от 07.02.1992. № 2300-1 «О защите прав потребителей»//<http://www.consultant.ru>
6. Федеральный закон от 24.11.1996. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 01.11.2012. //<http://www.consultant.ru>
7. Федеральный закон «О порядке и выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию». //<http://www.consultant.ru>
8. Федеральный закон от 25.07. 2006. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
//<http://www.consultant.ru>
9. Федеральный закон от 13.03.2006. № 38-ФЗ «О рекламе».
//<http://www.consultant.ru>
10. Приказ Ростуризма №219 от 22 августа 2012 г. о сроках проведения работы по формированию мероприятий, направленных на продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках в рамках реализации федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»// <http://www.russiatourism.ru>

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

№ п/п	Перечень программного обеспечения (обеспеченного лицензией)	Реквизиты подтверждающих документов
1.	Операционная система MS Windows 7 Pro	DreamSpark Premium Electronic Software Delivery (3 years) Renewal по договору - Сублицензионный договор № Tr000074357/КНВ 17 от 01 марта 2016 года

Раздел 3. Методические указания для самостоятельной работы студентов

При прохождении производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) используются следующие виды самостоятельной работы студентов:

- поиск (подбор) литературы (в том числе электронных источников информации) по разделу практики;
- сбор данных для написания отчета методом анкетирования, отработка навыков делового общения;
- анализ и обработка научно-технической информации в области туристской деятельности;
- камеральная обработка данных, полученных в ходе прохождения учебной практики.

Для выполнения самостоятельной работы рекомендуется использовать предложенную литературу в программе, и если требуется консультация, выяснить вопросы с руководителем.

Примерный перечень индивидуальных заданий

1. Ознакомиться с функционально-организационной структурой предприятия.
2. Ознакомиться с процессом обслуживания туристов.
3. Проанализировать деятельность туристского предприятия по всем направлениям.
4. Ознакомиться с управленческими процессами на предприятии.
5. Изучить нормативно-правовую базу на туристском предприятии.
6. Изучить применение технических средств в отделах туристской фирмы.
7. Ознакомиться со связями данной турфирмы с предприятиями туристской индустрии региона.
8. Проанализировать затраты туристского предприятия, связанные с реализацией турпродукта.
9. Рассчитать затраты туристского предприятия, связанные с реализацией турпродукта.
10. Изучить рынок туристских услуг в регионе.

11. Определить место данного туристского предприятия на рынке туристских услуг.
12. Проанализировать основные методы проектирования в туризме и их практическое применение.
13. Обработать статистические данные, необходимые для разработки туристского продукта.
14. Осуществить сбор научно-технической информации на предприятии.
15. Проанализировать и обработать научно-техническую информацию на предприятии.
16. Проанализировать использование современных технологий на туристском предприятии.
17. Изучить на практике новые формы обслуживания.
18. Осуществить проектирование нового туристского продукта с учетом новых направлений деятельности в турфирме.
19. Ознакомиться с продвижением туристского продукта с использованием современных технологий.
20. Изучить участие данного предприятия в региональных проектах с учетом социальной политики.
21. Проанализировать динамику продаж на внутреннем, выездном и въездном направлении.
22. Изучить структуру и обязанности персонала фирмы, количество штатных единиц, соответствие работников квалификационным требованиям.
23. Изучить ассортимент предлагаемых туров на внутреннем, выездном и въездном направлении, а также иных услуг.
24. Провести SWOT- анализ туристского предприятия.
25. Провести анализ экономической деятельности и эффективности туристской фирмы.

Рекомендации по самостоятельной подготовке доклада

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в туристской

деятельности; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Доклад может быть как письменным, так и устным.

Доклад должен сразу планироваться как устное выступление и соответствовать некоторым дополнительным критериям. Если письменный текст обязан быть правильно построен и оформлен, грамотно написан и удовлетворительно раскрывать тему содержания, то для устного сообщения этого мало. Устное выступление должно хорошо восприниматься на слух, то есть быть интересно поданным для аудитории. Для представления устного доклада полезно составить тезисы – опорные пункты выступления докладчика (обоснование актуальности, описание сути работы, выводы), ключевые слова, которые помогают логически стройному изложению темы, схемы, таблицы и т.п. Во время выступления можно опираться на пояснительные материалы, представленные в виде слайдов, таблиц и пр., которые относятся к рассматриваемой теме. Как правило, структура доклада выглядит следующим образом:

Введение:

- указывается тема и цель доклада;
- обозначается проблемное поле и вводятся основные термины доклада, а также тематические разделы содержания доклада;
- намечаются методы решения представленной в докладе проблемы и предполагаемые результаты.

Основное содержание доклада:

- последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

Заключение:

- приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Текст доклада должен быть построен в соответствии с регламентом предстоящего выступления: не более пяти минут. В данном случае очень важно для докладчика во время сообщения уложиться во времени: если вас

прервут на середине доклада, вы не сможете сообщить самого главного – выводов вашей самостоятельной работы. От этого качество выступления станет ниже и это отразится на вашей оценке.

Поэтому не меньшее внимание, чем написанию самого доклада, следует уделить отработке его чтения. Написанный черновой вариант следует прочесть кому-нибудь вслух. При этом следует читать не торопясь, но и без излишней медлительности, осваивая темп будущего выступления. Если не удастся уложиться в регламент, следует вернуться к тексту и сократить материал: обычно бывает растянутой вводная часть, выводы следует свести к пронумерованным тезисам, сделав их предельно четкими и краткими.

Можно записать только основные идеи выступления, а также выстроить на бумаге схему логического развития своих мыслей, то есть разработать то, что называется опорным конспектом. Разумеется, делать это стоит только тогда, когда этим конспектом можно воспользоваться. Тем же, кто делает доклад впервые лучше воспользоваться полным текстом доклада. При этом следует помнить, что умение свободно излагать текст доклада свидетельствует о высоком уровне культуры студента.

Доклад, будучи устной формой сообщения, обладает определенными возможностями проявления нетривиальности подачи информации.

Для успешной работы над докладом следует выполнить следующее: серьезно отнестись к выбору темы, освоить навыки подбора литературы, методы работы с источниками.

Возможно представление доклада с презентацией.