

Силабус курсу
Виробнича практика

Освітній ступінь – бакалавр
Галузь знань: 24 Сфера обслуговування
Спеціальність: 242 Туризм
Освітньо-наукова програма «Туризм»
Кількість кредитів – 5

Рік підготовки, семестр – 4 рік, 2 семестр

Компонент освітньої програми: нормативна

Дні занять:
Консультації:

Мова викладання: українська



Керівник курсу

к. геог.н., доц. **Поплавська Інна Володимирівна**

Контактна інформація inna18@tnpu.edu.ua; 0352-43-61-54

Виробнича практика є логічним продовженням навчальних курсів, що розглядають питання організаційної, планово-економічної, маркетингової та управлінської діяльності підприємств туристичної індустрії.

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

Студенти під час проходження виробничої практики повинні навчатися самостійно вирішувати типові задачі, які притаманні видам діяльності, відповідно до посад, на яких може працювати випускник вищого навчального закладу, самостійно навчатися здійснювати пошук потрібної інформації про стан роботи підприємства на ринку товарів та послуг, аналізувати її, виявляти основні фактори, що обумовлюють фактичний стан діяльності підприємства, розкривати основні тенденції його розвитку, пояснювати їх, пропонувати науково обґрунтовані висновки та пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності.

Одним із головних етапів у виробничій практиці є ознайомлення студентів з функціональними обов'язками службових осіб з профілю професійної діяльності, їх функціями, правами та обов'язками у відповідних підприємствах туристичної індустрії: здобуття професійних навичок на посадах, відповідно до фахового спрямування та освітньо-кваліфікаційного рівня, технології виконання основних організаційно-технологічних процесів, які здійснюються на підприємстві певного типу та організаційно-правової форми господарювання.

Навчальний контент

	Темі	Результати навчання
1	ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	Студент повинен охарактеризувати підприємство за такими пунктами: форма власності, статус підприємства за розміром; організаційно-правова форма; установчі документи (статут та інші); ліцензія на право здійснення даного виду діяльності; організаційна структура підприємства включаючи структуру підрозділів; матеріально-технічна база підприємства; кадрове забезпечення підприємства.
2	ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	Роботи Студент повинен вивчити процес організації туристичних подорожей фірмою, для цього необхідно: - охарактеризувати програми перебування туристів та вивчити особливості обслуговування різних категорій та типів клієнтів: іноземних туристів, що подорожують по Україні, вітчизняних туристів, що подорожують за межі України, та вітчизняних туристів, що подорожують по Україні;

		<ul style="list-style-type: none"> - ознайомитися з особливостями обслуговування дитячих груп, забезпечення сімейного відпочинку, збірних груп, поїздок зі спортивно-оздоровчою метою, на лікування, екскурсійно- пізнавальною та рекреаційною метою та ін.; - ознайомитися з особливостями створення програм перебування для різних категорій споживачів у відповідності до контингенту, мети подорожі, виду ринку (міжнародного: закордонного та іноземного; внутрішнього туризму) та інших факторів; - визначити етапи проектування маршрутів і турів; створення туристичного продукту підприємства (фірми) та процесів обслуговування на кожному з них; - проаналізувати ділові контакти із закордонними та вітчизняними, виробниками туристичних послуг, дати характеристику договірних відносин з партнерами по організації туристичних подорожей. <p>Дати пропозиції щодо поліпшення туристичного продукту, розширення географії маршрутів та турів фірмою, удосконаленні технології та організації турів.</p>
3	ПЛАНОВО-ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	<p>3.1. Аналіз виконання виробничої/експлуатаційної програми за 2 (3) роки та прогнозування обсягу пропозиції послуг підприємства.</p> <p>У туристичних підприємствах необхідно проаналізувати:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) ступінь виконання плану та динаміку обсягу реалізації туристських та туристсько- екскурсійних послуг у натуральних (чол., туро-дні) і вартісних показниках (у фактичних і порівняльних цінах); б) структуру наданих послуг в динаміці з точки зору: <ul style="list-style-type: none"> - контингенту туристів (групові, індивідуальні, сімейні); - внутрішній туризм, іноземний, зарубіжний (в т.ч. за країнами прибуття); - місця розміщення туристів (стаціонарна власна мережа, сезонна мережа, залучена мережа) в) структуру туристичного продукту в динаміці за окремими сегментам ринку; г) зміну обсягу наданих послуг по місяцях року, визначити сезонні коливання в реалізованому попиті на послуги підприємства впродовж року (сезонна хвиля); д) вплив основних факторів на зміну обсягів реалізованих послуг з використанням методів ланцюгових підстанов, індексного, процентних чисел.
4	МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	<p>Описати функціональні обов'язки співробітників служби маркетингу, представити схему організаційної структури служби маркетингу. В разі відсутності функціональної служби визначити на кого покладені обов'язки щодо маркетингової діяльності та зміст цих обов'язків. Дати характеристику організації практичної реалізації наступних функцій маркетингу: аналітичної (як на підприємстві функціонує система збору та аналізу маркетингової інформації, чи визначено чітко цільовий сегмент (сегменти) споживачів), планової (хто відповідає за розробку стратегії і тактики маркетингу), виробничої (хто здійснює практичну реалізацію маркетингової політики), контролюючої (на кого покладені обов'язки по маркетинговому контролю).</p> <p>Визначити рівень конкуренції та конкурентну позицію підприємства на ринку.</p> <p>Дати характеристику товарної політики досліджуваного підприємства, визначивши широту та глибину асортименту та застосувавши для аналізу чотирьохрівневу концепцію товару.</p>

	<p>Визначити, які цінові стратегії використовує підприємство та охарактеризувати застосовані методи ціноутворення.</p> <p>Здійснити аналіз системи розповсюдження послуг підприємства за наступними показниками: види посередників підприємства, їх особливості, переваги і недоліки застосованих каналів розповсюдження.</p> <p>Охарактеризувати систему маркетингових комунікацій підприємства, визначивши та описавши її структуру. Визначити та проаналізувати елементи фірмового стилю підприємства та охарактеризувати його участь у виставковій діяльності. Дати характеристику видів реклами, що застосовуються на підприємстві, за різними класифікаціями. Оцінити якість організації персонального продажу на підприємстві.</p>
--	---

Формування програмних компетентностей

Індекс в матриці ОП	Програмні компетентності
ЗК 04.	Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу
ЗК 06.	Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
ЗК 07.	Здатність працювати в міжнародному контексті
ЗК 09.	Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми
ЗК 13.	Здатність планувати та управляти часом
ЗК 14.	Здатність працювати в команді та автономно
ФК 01.	Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності
ФК 04.	Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління
ФК 16.	Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу
ПР 01.	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.
ПР 02.	Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.
ПР 08.	Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.
ПР10.	Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).
ПР 19.	Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.

ПР 20.	Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.
ПР 21.	Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

Літературні джерела

Основні:

1. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги ХХІ, 2008. 300 с.
2. Чорненко Н.В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб. Київ: Фліка, 2006. 264 с.
3. Сальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. Київ: Центр навч. літ., 2004. 272 с.
4. Віндюк А.В., Захаріна А.Г., Захаріна Є.А. Організація спортивної анімації. Запоріжжя: КПУ, 2014. 176 с.
5. Закон України «Про туризм» від 04.11.2018 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95>
6. Бутко М.П. Виробничий менеджмент: підручник. Київ: ЦУЛ, 2016. 422 с.
7. Поплавський М.М., Гац О.О. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу: навч. посібн. Київ: Кондор, 2008. 460 с.
8. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 348 с.
9. Круль Г.Я. Основи готельної справи: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2011. 368 с.
10. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 342с.

Додаткові:

1. Петухова О.М. Інвестиційний менеджмент: навч. посіб. Київ: НУХТ, 2010. 123 с.
2. Козаченко Г. В. Управління інвестиціями на підприємстві: навч. посіб. Київ: Лібра, 2004. 368 с.
3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. Київ: Знання України, 2002. 358 с.

Інформаційні ресурси

1. World tourism organization. URL: <http://www2.unwto.org/en>.
2. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Види оцінювання	% від остаточної оцінки
Виконання завдань практики.	20
Оформлення щоденника.	20
Самостійна та індивідуальна робота (пропозиції щодо покращення діяльності)	15
Виступ з доповіддю на захисті практики	20
Відвідування бази практики.	10
Відповіді на запитання.	15