



Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**Факультет управління торговельно-
підприємницькою та митною діяльністю**

Кафедра туризму

«ПЕРЕДАТЕСТАЦІЙНА ПРАКТИКА»

Методичні вказівки до проходження практики

(для здобувачів четвертого курсу
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності
242 «Туризм і рекреація» галузі знань 24 «Сфера обслуговування»)

**ХАРКІВ
2023**

Міністерство освіти і науки України

ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**Факультет управління торговельно-
підприємницькою та митною діяльністю**

Кафедра туризму

«ПЕРЕДАТЕСТАЦІЙНА ПРАКТИКА»

Методичні вказівки до проходження практики

(для здобувачів четвертого курсу
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності
242 «Туризм і рекреація» галузі знань 24 «Сфера обслуговування»)

Затверджено рішенням Науково-методичної ради
Факультету УТПМД
Протокол № ____
від «__» _____ 2023 р.

ХАРКІВ

2023

УДК 379.85

П 27

«Схвалено»

на засіданні кафедри туризму
Протокол № 5 від « 12 » січня 2023 р.

Передатестаційна практика: методичні вказівки до проходження практики здобувачів четвертого курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, спеціальності: 242 «Туризм і рекреація» / Державний біотехнологічний університет; упоряд.: С.М. Калініченко, С.О. Заїка, О.В. Грідін, Г.Ю. Омельченко, А.В. Грібіник. – Харків : ДБТУ [б. в.], 2023. – 47 с.

Методичні вказівки для «Передатестаційної практики» складені у відповідності до навчального плану. Видання містить методику виконання завдань з передатестаційної практики.

Видання призначене для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання, спеціальності 242 «Туризм і рекреація».

Відповідальний за випуск: С.М. Калініченко, к.е.н., доцент

© Калініченко С.М., Заїка С.О.,
Грідін О.В., Омельченко Г.Ю.,
Грібіник А.В., 2023
© ДБТУ, 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1. МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ	5
2. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПРАКТИКИ	6
3. БАЗИ ПРАКТИКИ І ВИМОГИ ДО НИХ	7
4. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ПРАКТИКОЮ	8
5. ЗМІСТ ПЕРЕДАТЕСТАЦІЙНОЇ ПРАКТИКИ	11
6. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ	12
6.1. Загальна характеристика підприємства туристичної індустрії	12
6.2. Організаційна діяльність підприємства туристичної індустрії	12
6.2.1. Характеристика процесу організації подорожей туристичним підприємством	12
6.2.2. Аналіз технології надання послуг на підприємстві туристичної індустрії	14
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	16
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)	25
7. ЗАНЯТТЯ ТА ЕКСКУРСІЇ ПІД ЧАС ПРАКТИКИ	26
8. ФОРМИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ	27
9. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТІВ	28
10. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ТА ОЦІНКА КОМПЕТЕНТНОСТІ	31
11. ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ	33
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	34
Додаток А. План звіту з передатестаційної практики	35
Додаток Б. Зразок титульного аркуша звіту з передатестаційної практики	36
Додаток В. Щоденник практики	37

ВСТУП

Проходження здобувачами вищої освіти передатестаційної практики на підприємствах туристичної індустрії передбачається навчальними планами підготовки бакалаврів зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація». В умовах воєнного стану (пандемії, інших надзвичайних ситуацій), запровадженого на усій території України або в окремих її регіонах передатестаційна практика може здійснюватися, повністю або частково, в дистанційному режимі з урахуванням специфіки за погодженням із завідувачем кафедри та керівниками практики.

Передатестаційна практика здобувачів освіти проводиться у VIII семестрі 4 навчального року і є важливим етапом наскрізної практичної підготовки фахівців з туризму. Тривалість передатестаційної практики два тижні.

Програма передатестаційної практики для здобувачів освіти спеціальності 242 «Туризм і рекреація» вважається основним навчально-методичним документом, де розглядаються загальні питання з організації, проведення та підсумків практики.

Програма передатестаційної практики розроблена відповідно до стандарту вищої освіти та сприяє практичній підготовці фахівців. Терміни і зміст проходження практики визначаються навчальним планом і програмами навчальних дисциплін, регулюються навчальними планами ДБТУ «Державного біотехнологічного університету».

Після закінчення практики здобувачі готують та захищають звіт.

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

1. МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ

Передатестаційна 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» тощо.

Головною метою передатестаційної практики є:

- поглиблення та закріплення здобувачем 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.

Здобувачі під час проходження передатестаційної практики **мають**:

ознайомитися:

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

навчитися:

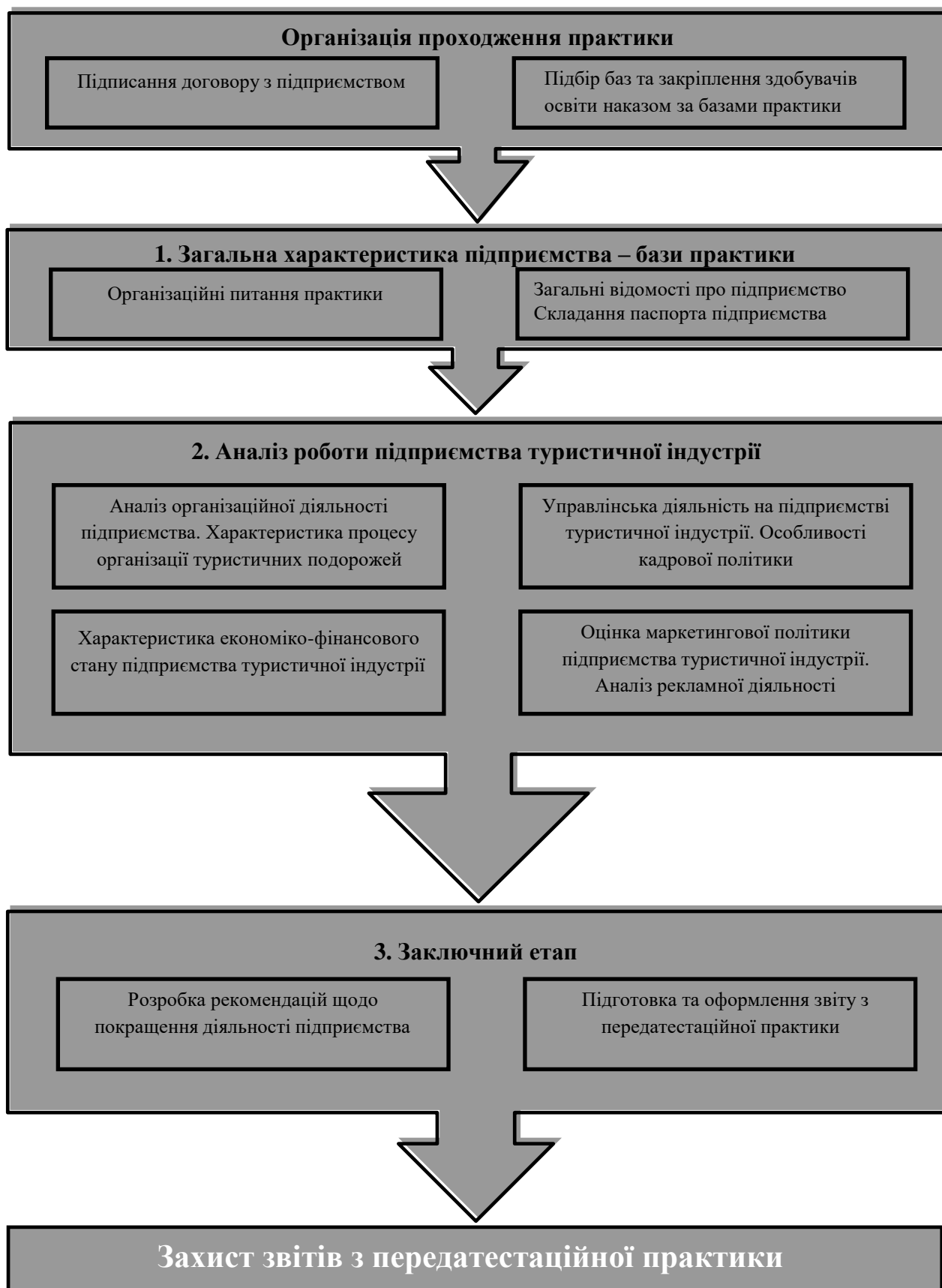
- самостійно вирішувати типові задачі, які притаманні видам діяльності, відповідно до посад, на яких може працювати випускник ДБТУ спеціальності «Туризм і рекреація»;
- здійснювати пошук потрібної інформації про стан роботи підприємства на туристичному ринку та аналізувати її.

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 здобувачів освіти 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



3. БАЗИ ПРАКТИКИ І ВИМОГИ ДО НИХ

Бази передатестаційної практики визначені договорами між університетом і підприємствами туристичної сфери усіх форм власності і є офіційною підставою для проходження практики здобувачів освіти.

Практика здобувачів проводиться на сучасних підприємствах туристичної індустрії та відповідає вимогам програми практики і Положенню про проведення практики здобувачів освіти ДБТУ «Державного біотехнологічного університету».

Базами проходження передатестаційної 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 здобувачів освіти здійснюється викладачами кафедри туризму.

Закріплення здобувачів освіти 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 завідувач та викладачі кафедри проводять інструктивні збори зі здобувачами освіти, на яких розглядаються усі організаційні питання з практики. Здобувачі освіти знайомлять з наказом про направлення на практику, з правами та обов'язками, вказують терміни її проходження.

Керівник практики від кафедри проводить індивідуальну бесіду з кожним здобувачем освіти, видає програму практики, щоденник, індивідуальне завдання, повідомлення про прибуття на практику.

По прибутті здобувача на підприємство, керівництвом установи призначається керівник практикою здобувачів з провідних фахівців. Керівник з підприємства у щоденнику робить позначки про прибуття здобувача (дата, підпис, печатка), заповнює повідомлення про прибуття здобувача на практику, яке повертається до університету. Наприкінці практики в щоденнику керівник робить позначку про вибуття здобувача (дата, підпис, печатка). У щоденнику з практики здобувача він дає характеристику, в якій відображає старанність до роботи, участь здобувача в організаційних заходах. Підписи керівника практики від підприємства в щоденнику та на титульному аркуші завіряються печаткою підприємства. За умови проходження передатестаційної практики у дистанційному режимі повідомлення про прибуття на практику не оформлюється і не додається до звіту.

Керівник практики від кафедри туризму:

- приймає участь в інструктивних зборах здобувачів, які направляються на практику;
- надає здобувачам-практикантам необхідні документи: програму практики, щоденник, календарний план, індивідуальне завдання;
- контролює прибуття здобувачів-практикантів на базу практики;
- відповідає за організацію нормальних умов праці, проведення зі здобувачами обов'язкових інструктажів з охорони праці й техніки безпеки;
- систематично контролює відвідування здобувачами бази практики;
- відповідає за високу якість проходження практики згідно з програмою у тісному контакті з керівником практики від підприємства;
- повідомляє здобувача 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;
- бере участь в роботі комісій кафедри із захисту звітів з практики.

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

- прийняття здобувачів на практику відповідно до календарного плану;
- організація робочого місця і створення необхідних організаційно-технічних умов для проходження практики;
 - забезпечення здобувачів 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 здобувачів-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 здобувача як суб'єкта діяльності з організаційно-управлінських можливостей компанії;
 - надання інформації університету про усі порушення здобувачами правил внутрішнього трудового розпорядку;
 - наприкінці проведення практики перевіряє письмовий звіт здобувача, готує відгук щодо підсумків проходження практики здобувачем.

Здобувач закладу вищої освіти 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.

Здобувач під час практики має:

- до початку практики отримати у керівника практики консультацію з оформлення усіх 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 ПЕРЕДАТЕСТАЦІЙНОЇ 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 передатестаційної практики

Основні етапи та їх зміст	Тривалість практики, дні
1. Загальна характеристика підприємства	
1.1. Організаційні питання проходження практики: оформлення на практику, інструктаж з техніки безпеки, охорони праці, правил протипожежної безпеки; складання графіка проходження практики від підприємства.	
1.2. Загальні відомості про підприємство: найменування підприємства, режим роботи, спеціалізація, форма власності, правовий статус, реквізити. Складання паспорту підприємства.	
2. Аналіз роботи туристичного підприємства	
2.1. Аналіз організаційної діяльності на підприємстві туристичної індустрії	
2.2. Характеристика управлінської діяльності. Оцінка трудових ресурсів підприємства та їх функціональні обов'язки	
2.3. Оцінка економіко-фінансового стану підприємства	
2.4. Оцінка маркетингової політики підприємства туристичної індустрії	
3. Розробка рекомендацій щодо удосконалення діяльності підприємства відповідно до індивідуального завдання	
4. Оформлення результатів практики та захист звіту	

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 і рекреація».

6.1. Загальна характеристика підприємства туристичної індустрії

Перед початком практики здобувач 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 здобувачем, підприємство закріплює керівника від бази практики.

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

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

- реквізити об'єкта, повна і скорочена назви;
- юридична адреса;
- вид діяльності;
- П.І.Б. 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.

Здобувач, що проходить передатестаційну практику на туристичному підприємстві (туроператор, турагент, екскурсійне бюро) повинен охарактеризувати особливості обслуговування різних категорій та типів клієнтів: іноземних туристів, що подорожують Україною, окремими областями, вітчизняних туристів, що подорожують за межі України, та вітчизняних туристів, що подорожують територією України та окремими областями (табл. 6.1).

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

Таблиця 6.1

Аналіз типів туристів за напрямками туристичних потоків

Категорії клієнтів	Програми, що користуються популярністю (назви)	Особливості обслуговування	Середня ціна обслуговування, грн	Середня кількість туристів на місяць, осіб
Іноземні туристи				
Виїзні туристи				
Внутрішні туристи				

Здобувачу 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

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

Назва компанії	Країна	Характеристика договірних відносин	Термін співробітництва	Напрями співробітництва
Туристичні оператори				
Транспортні організації				
Організація екскурсійного супроводу				

6.2.2. Аналіз технології надання послуг на підприємстві туристичної індустрії

Здобувач 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

Системи бронювання та резервування, що використовуються підприємством	Характеристика можливостей програми	Скільки підприємство працює з системою	Вартість користування залежно від видів

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

Впродовж передатестаційної практики здобувач зобов'язаний 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;
- 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. 6.5).

Таблиця 6.5

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

Функції управління	Методи управління підприємства	Експертна оцінка
Планування		
Організація		
Мотивація		
Координація		
Контроль		

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

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

6.3.2. Аналіз організаційної структури управління підприємством

Здобувач 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 здобувач ознайомлюється зі штатним розписом працівників (табл. 6.6), посадовими інструкціями (надати приклади посадових інструкцій), положеннями про підрозділи, тощо.

Таблиця 6.6

Штатний розпис 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 у своєму звіті (табл. 6.7).

Таблиця 6.7

Показники кадрового стану на підприємстві

Показник	Визначення показника	Значення
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	
Явочна кількість працівників (Чпр яв)	кількість працівників, що знаходиться на робочих місцях відповідно до режиму роботи підприємства	
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	
Структура кадрів (Стр)	частка кожної категорії працівників (керівників, спеціалістів, службовців і робітників) у загальній чисельності персоналу	
Якість підготовки фахівців (Яфах)	$Яфах = Чпр\ во / Чпр\ сер$, де Чпр во – спеціалісти з вищою або середньою фаховою освітою	

Коефіцієнт стабільності (Кст)	$K_{ст} = \frac{Ч_{ст}}{Ч_{пр\ сер}}$, де $Ч_{ст}$ кількість працівників, що працювали стабільно протягом усього звітного року.	
Коефіцієнт загального обороту (Коб)	$K_{об} = \frac{Ч_{п} + Ч_{зв}}{Ч_{пр\ сер}}$, де $Ч_{п}$ та $Ч_{зв}$ – кількість прийнятих і звільнених працівників за звітний період.	
Коефіцієнт плинності кадрів (Кпл)	$K_{пл} = \frac{Ч_{зв\ пор}}{Ч_{пр\ сер}}$, де $Ч_{зв\ пор}$ – кількість звільнених працівників за звітний період, а також за власним бажанням (крім поважних причин)	
Коефіцієнт відновлення кадрів (Квід)	$K_{від} = \frac{Ч_{п}}{Ч_{зв}}$	
Стабільність персоналу	середній стаж роботи на підприємстві	

Здобувач має 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. 6.8).

**Аналіз динаміки туристичних потоків туристичного підприємства
за видами туризму**

Напря́м	Роки			Ланцюговий індекс приросту (падіння), %	
	20__	20__	20__	20__	20__
Кількість туристів, осіб					
Виїзний туризм					
Внутрішній туризм					
Разом					
Кількість туро-днів, дні					
Виїзний туризм					
Внутрішній туризм					
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. 6.9).

Аналіз динаміки туристичних потоків за цілями

Мета	Роки, осіб			Ланцюгові індекси приросту (зниження), %	
	20__	20__	20__	20__	20__
Разом туристів, в т.ч.:					
лікувально-оздоровча					
відпочинок					
бізнес					
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 здобувачу 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 здобувач 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. 6.10).

Аналіз реалізації функцій маркетингу на підприємстві

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)
<i>Аналітична</i> (як на підприємстві функціонує система збору та аналізу маркетингової інформації, чи визначено чітко цільовий сегмент споживачів)			
<i>Планова</i> (хто відповідає за розробку стратегії і тактики маркетингу)			
<i>Виробнича</i> (хто здійснює практичну реалізацію маркетингової політики)			
<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. 6.11).

Аналіз структури маркетингових комунікацій підприємства

Елемент маркетингової комунікаційної політики	Різновиди, що використовуються на підприємстві	Питома вага, %
Реклама		
Стимулювання збуту		
Паблік рілейшнз		
Особистий продаж		
Дірект-маркетинг		
	Всього	100 %

6.5.2. Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства

В цьому пункті здобувач повинен проаналізувати та оцінити ефективність маркетингової діяльності підприємства – бази практики. Оцінити рекламну діяльність підприємства, дати характеристику видів реклами, що застосовуються на підприємстві (табл. 6.12).

Таблиця 6.12

Розподіл бюджету по засобах поширення реклами

Засоби поширення реклами	Питома вага, % середнє значення в галузі	Питома вага, % на досліджуваному підприємстві

Здобувачу 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. 6.13).

Показники оцінки ефективності маркетингової діяльності туристичної послуги

Показники	Формула розрахунку	Дані підприємства	
		Попередній період	Поточний період
Показники ефективності товарної політики			
коефіцієнт ринкової частки (КРД)	$KPД = OP/E$ де ОП - обсяг продажів продукції підприємством; Е - загальний обсяг продажів продукції на ринку		
коефіцієнт передпродажної підготовки (КПП)	$KПП = Bпп/Bв$ де Впп - сума витрат на передпродажну підготовку; Вв - сума витрат на виробництво (придбання) продукції		
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			
коефіцієнт рівня	$KPЦ = (Цмаx+Цмін)/(2*Цтов)$		
цін (КРЦ)	де Цмаx - максимальна ціна послуги на ринку; Цмін - мінімальна ціна послуги на ринку; Цтов - ціна послуги, встановлена підприємством		
Показники ефективності політики розподілу			
коефіцієнт доведення послуги до споживача (КСБ)	$KCB = KЗОП * Bзк/Bзп$ де Взк - сума витрат на функціонування системи збуту на кінець звітного періоду; Взп - сума витрат на функціонування системи збуту на початок звітного періоду		
Показники ефективності політики просування			
коефіцієнт рекламної діяльності (Крекл.д)	$Kрeкл.д. = KЗОП * Bрк/Bрп$ де Врк - витрати на рекламну діяльність на кінець періоду; Врп - витрати на рекламну діяльність на початок періоду		
Показники ефективності маркетингової діяльності			
проміжний коефіцієнт ефективності маркетингової діяльності для конкретної послуги	$Kпроm = (KPД + KПП + KЗОП + KPЦ + KCB + Kрeкл.д) / 6$		
Підсумковий коефіцієнт ефективності маркетингу	$Do = Kпроm * Kпл * Kвз$ 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 ціновій 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 ціновий 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 здобувача)

Залежно від отриманих теоретичних знань, наукових інтересів та особистих побажань здобувач 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 принципові 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 здобувач зобов'язаний ознайомитися з роботою підприємства туристичної сфери діяльності.

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

Екскурсії під час практики проводяться з метою надбання здобувачами 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. За умови проходження практики у дистанційному режимі екскурсії доцільно організовувати в онлайн форматі (у вигляді віртуальних турів).

8. ФОРМИ ТА МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

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

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

Здобувачі зобов'язані щодня записувати в щоденник практики звіти про виконану роботу відповідно до графіку проходження практики. У випадку декількох зауважень або грубих порушень дисципліни окремі здобувачі можуть бути відсторонені від проходження практики з наступним повідомленням завідуючого кафедри, для вживання відповідних заходів.

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

9. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТІВ

Після закінчення терміну передатестаційної практики здобувачі звітують на кафедрі про виконання програми практики. Загальна форма такої звітності – подання письмового звіту з відміткою керівника від підприємства. Зразок плану й титульного аркуша звіту з практики наведено в додатках А і Б. Крім того, подається щоденник практиканта, з відгуком керівника від підприємства-бази практики про виконання здобувачем 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 закладу вищої освіти для перевірки, рецензування і допуску до захисту. Письмова рецензія керівника практики від ЗВО заноситься до щоденника практиканта.

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

Обсяг звіту повинен складати 50-60 друкованих сторінок тексту формату А4. 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.

Звіт друкується на аркушах білого паперу формату А4 через 1,5 інтервалом шрифтом Times New Roman 14 розміру. Текст необхідно друкувати залишаючи поля таких розмірів: ліве – 30 мм, праве – 15 мм, верхнє і нижнє – 20 мм.

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 підзаголовка 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 «-».

Абзацний відступ має бути однаковим по всій роботі і дорівнювати 1,25 см.

З метою більшої наочності цифровий матеріал можна представити у вигляді чітко виконаних графіків, схем і діаграм та 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, О, Ч, Ъ.

Додатки повинні мати загальну з роботою наскрізну нумерацію сторінок.

Звіт має бути сформований і мати титульний аркуш.

Порядок формування звіту наступний:

- титульний аркуш,
- 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 кафедри протягом трьох днів до закінчення. За результатами захисту звіту виставляється диференційований залік. Оцінка з практики вноситься до відомості успішності та до залікової книжки здобувача.

Під час визначення рівня академічної успішності для отримання диплома разом з

іншими оцінками здобувача враховується й оцінка з практики.

Здобувач, який без поважних причин не виконав програму практики, не допускається до захисту кваліфікаційної роботи та відраховується з університету. В окремому випадку йому може бути надано право проходження передатестаційної практики повторно. Здобувач, який повторно отримав незадовільну оцінку з практики в комісії, відраховується із університету.

10. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ТА ОЦІНКА КОМПЕТЕНТНОСТІ

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

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		Вимоги до оцінки (для практики)	
90 – 100	A	<p style="text-align: center;">Відмінно</p> <p>Відповідає виявленню всебічного систематичного і глибокого знання програмного матеріалу; чітке володіння понятійним матеріалом, методами та інструментарієм оцінки; ґрунтовний звіт щодо проходження практики з висвітленням всіх основних розділів; уміння використовувати набуті знання на практиці;</p>	
82 – 89	B	<p style="text-align: center;">Добре</p> <p>Відповідає виявленню всебічного систематичного і глибокого знання матеріалу; чітке володіння понятійним матеріалом, методами та інструментарієм оцінки діяльності закладів туристичної індустрії; ґрунтовний звіт щодо проходження практики з висвітленням не всіх основних розділів; уміння використовувати набуті знання на практиці; <i>При цьому:</i> B – дуже добре – вище середніх стандартів, але з деякими помилками C – добре – в цілому змістовна робота зі значними помилками</p>	
74 – 81	C	<p>Відповідає виявленню не глибокого знання матеріалу; чітке володіння понятійним матеріалом, методами оцінки діяльності закладів туристичної індустрії; ґрунтовний звіт щодо проходження 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. <i>При цьому:</i> D – задовільно – чітко, але зі значними недоліками E – достатньо – виконання відповідає мінімальним критеріям</p>	
64 – 73	D	<p style="text-align: center;">Задовільно</p> <p>відповідає виявленню не глибокого знання матеріалу; чітке володіння понятійним матеріалом, методами оцінки діяльності закладів туристичної індустрії; ґрунтовний звіт щодо проходження 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. <i>При цьому:</i> D – задовільно – чітко, але зі значними недоліками E – достатньо – виконання відповідає мінімальним критеріям</p>	
60 – 63	E	<p>відповідає виявленню не глибокого знання матеріалу; чітке володіння понятійним матеріалом, методами оцінки діяльності закладів туристичної індустрії; ґрунтовний звіт щодо проходження 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. <i>При цьому:</i> D – задовільно – чітко, але зі значними недоліками E – достатньо – виконання відповідає мінімальним критеріям</p>	
35 – 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни відповідає виявленню поверхових та неглибоких знань; володіння окремими категоріями понятійного матеріалу, одним чи двома методами оцінки діяльності закладів туристичної індустрії; неструктурований звіт щодо проходження практики з висвітленням не всіх основних розділів, ігнорування принципово важливих складових на базі практики; невміння використовувати набуті знання на практиці.	

Якщо здобувач 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 допускається до захисту кваліфікаційної роботи. Здобувачі, які не виконали програму практичної підготовки, або отримали негативну оцінку при захисті звіту в комісії, відраховуються з університету. Повторний захист звіту із практики забороняється. Здобувачу може бути надано право виконати практику повторно за умов, які визначає університет.

11. ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ ПРАКТИКИ

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

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

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

Звіт із практики здобувачем захищається у комісії, призначеній завідувачем кафедри. За результатами захисту звіту виставляється диференційований залік. До складу комісії входять викладач-керівник практики від кафедри і, за можливістю, від бази практики.

Оцінка за практику вноситься у відомість захисту звіту з практики та до залікової книжки здобувача.

Результати практики відображаються у звіті про проходження здобувачами передатестаційної практики, що підписується завідувачем кафедри туризму.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. № 1282-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15#Text>
2. Афонченкова Т.М. Менеджмент і маркетинг туризму: навчальний посібник. К. : Видавництво Ліра-К, 2012. 364 с.
3. Богатирьова Г.А., Головань М.Г., Горіна Г.О., Литвинова-Головань О.П., Снігур К.В., Крижимінська Є.Г. Спеціалізований туризм: навчальний посібник. [2-е вид., переробл. та доповн.]. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 270 с.
4. Брич В.Я. Організація туризму: підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. В.Я. Брича. Тернопіль : ТНЕУ, 2017 448 с.
5. Галасюк С.С., Нездоймінов С.Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
6. Герасименко В.Г., Замкова А.В. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: навчальний посібник. Харків : Бурун Книга, 2011. 112 с.
7. Карягін Ю.О. Маркетинг турпродукту: підручник. К. : Кондор, 2009. 394 с.
8. Летуновська Н.Є., Люльов О.В. Маркетинг у туризмі: підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.
9. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2012. 248 с.
10. Мальська М.П., Мандюк Н.Л. Основи маркетингу у туризмі: підручник. К. : «Центр учбової літератури», 2016. 336 с.
11. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.
12. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: підручник. К. : Знання, 2012. 303 с.
13. Скрипченко І.Т. Інноваційні технології в туризмі: навчальний посібник. Дніпро : Журфонд, 2021. 137 с.
14. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К. : КНТЕУ, 2012. 536 с.
15. Туристична діяльність в Україні. Сайт Державної служби статистики України URL :https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm
16. Холлоуей Дж. К. Туристический маркетинг. К. : Знання, 2008. 575 с.

ПЛАН ЗВІТУ З ПЕРЕДАТЕСТАЦІЙНОЇ ПРАКТИКИ

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 біотехнологічний університет

Факультет управління торговельно-
підприємницькою та митною діяльністю

Кафедра туризму

ЗВІТ З ПЕРЕДАТЕСТАЦІЙНОЇ ПРАКТИКИ

Студента (ки) _____ курсу _____ групи
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

_____ (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 _____

Державний біотехнологічний університет
(повне найменування вищого навчального закладу)

ЩОДЕННИК ПРАКТИКИ

_____ (вид і назва практики)

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

Факультет _____

Кафедра _____

ступінь вищої освіти _____

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.Б. керівника підприємства)

Керівник від бази практики _____

Студент _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

прибув на підприємство, організацію, установу

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)

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ ЩОДЕННИКА З ПРАКТИКИ

1. Записи в щоденнику ведуться кожного дня.
2. У розділі **«Календарний графік проходження практик»** зазначаються виконані та оцінені фахові завдання, що передбачені робочою програмою практики.
3. 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.
4. За правильність і грамотність оформлення щоденника відповідальність несе студент-практикант.