

Негосударственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
Центросоюза Российской Федерации

**СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**  
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой  
социально-культурного сервиса  
и туризма

С.В. Андреева

«24» июня 2015 г.

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ  
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

Направление подготовки: 43.03.02 *Туризм*

Профиль: «Технология и организация развлечений»

Квалификация выпускника: бакалавр

Чита  
2015

Программа производственной преддипломной практики составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 43.03.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 октября 2009 г. № 489.

**АВТОР:** Т.В. Сурикова, старший преподаватель

**РЕЦЕНЗЕНТ:** Н.И. Рыжова, кандидат экономических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ** на заседании кафедры социально-культурного сервиса и туризма (протокол от «24» июня 2015 г. № 10).

СОГЛАСОВАНО

Начальник УМО: \_\_\_\_\_ Т.С. Аверячкина

Заведующий библиотекой: \_\_\_\_\_ Л.Г. Беломестнова

Начальник ЦИТ: \_\_\_\_\_ И.Г. Ширяев

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения по организации производственной преддипломной практики	4
2. Тематический план производственной преддипломной практики	9
3. Содержание производственной преддипломной практики	12
4. Руководство производственной преддипломной практикой	29
5. Обязанности студента – практиканта	30
6. Оформление результатов производственной преддипломной практики	31
7. Порядок сдачи и защиты отчета	32
Библиографический список	33
Приложения	35

# **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

## **1.1. Место практики в учебном процессе**

Производственная преддипломная практика проводится в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования направления подготовки 100400.62 *Туризм* профиль «Технология и организация развлечений», с рабочим учебным планом и действующим Положением об организации производственной практики, утвержденного директором ЗИП СибУПК 04 сентября 2012 года.

В соответствии с учебными планами студенты очной формы обучения, срок обучения 4 года и студенты заочной формы обучения, срок обучения 3 года 6 месяцев проходят производственную преддипломную практику на 4 курсе. Студенты заочной формы обучения, срок обучения 4 года 6 месяцев проходят производственную преддипломную практику на 5 курсе.

Продолжительность практики 4 недели по 54 ч. По окончании практики ставится дифференцированный зачет. Общая трудоемкость – 216 ч., 6 зачетных единиц.

## **1.2. Цели и задачи практики**

В ходе прохождения практики студенты закрепляют теоретические знания, полученные в процессе обучения по дисциплинам: «Профессиональная этика и этикет», «Туристско-рекреационное проектирование», «Организация туристской деятельности», «Менеджмент в туристской индустрии», «Индустрия гостеприимства», «Маркетинг в туристской индустрии», «Технологии продаж», «Инновации в туризме», «Развлекательные услуги», «Реклама и связи с общественностью в туризме», «Организация внутреннего туризма» и др.

Целью практики является приобретение практических навыков и сбор материалов для написания выпускной квалификационной работы, в том числе разработка моделей инно-

вационных решений, обусловленных практической деятельностью организации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- ✓ познакомиться с организационной структурой предприятий туристской индустрии;
- ✓ познакомиться с организацией производственного процесса оказания сервисных услуг;
- ✓ изучить технологию обслуживания туристов на предприятии. Принять участие в документационном оформлении процесса обслуживания клиентов предприятия;
- ✓ изучить процесс выполнения должностных обязанностей в качестве помощника менеджера какого-либо подразделения предприятия;
- ✓ дать характеристику маркетинговой деятельности предприятия по сегментированию потребительского рынка и стимулированию продаж;
- ✓ выявить особенности деятельности предприятия, связанные с региональной спецификой;
- ✓ провести частичный экономический анализ ряда показателей деятельности предприятия;
- ✓ представить выводы и предложения по совершенствованию деятельности предприятия и улучшению сервисного обслуживания туристов;
- ✓ создать модель инновационного решения совершенствования деятельности предприятия и улучшению сервисного обслуживания туристов;
- ✓ провести исследования и сбор необходимого практического материала для написания выпускной квалификационной работы. Написать отчет по практике.

### **1.3. Требования к уровню освоения содержания производственной преддипломной практики**

Процесс прохождения практики направлен на формирование общекультурных компетенций:

- готовность соблюдать этические и правовые нормы, регулирующие с учетом социальной политики государства

отношения человека с человеком, обществом, окружающей средой; использование нормативные и правовые документы в туристской деятельности (ОК-5);

– стремлением к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства; может критически оценить свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства их развития или устранения, способен к бесконфликтной профессиональной деятельности в туристской индустрии (ОК-8);

– способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы в туризме, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– способностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта (ПК-3);

– готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий (ПК-5);

– способностью к работе в трудовых коллективах предприятий туристской индустрии (ПК-7);

– способностью организовывать работу исполнителей, принимать управленческие решения в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-8);

– умением рассчитывать и оценивать затраты по организации деятельности предприятия туристской индустрии (ПК-9);

– способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии (ПК-10);

– способностью к эффективному общению с потребителями туристского продукта (ПК-11);

– умением организовывать процесс обслуживания туристов (ПК-12);

– готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме (ПК-15).

В результате прохождения практики студент должен владеть навыками:

- самостоятельной организации производственной деятельности в процессе практики;
- наблюдения за осуществлением производственной деятельности;
- анализа ряда аспектов производственной деятельности;
- использования в практической деятельности правовых норм, регламентирующих трудовое поведение и качество туристского обслуживания;
- обслуживания туристов;
- этического профессионального поведения;
- работы в коллективе;
- сбора, хранения и переработки информации о деятельности туристского предприятия, в том числе и с использованием компьютера;
- навыками соблюдения правил безопасности жизнедеятельности в процессе выполнения профессиональных обязанностей.

#### **1.4. Объекты производственной преддипломной практики**

Базами производственной товароведной практики могут быть:

- туристские фирмы;
- средства размещения (гостиницы (ГП), мини-гостиницы, туристические базы, в том числе и палаточные лагеря);
- предприятия питания (рестораны, кафе, бары, кафетерии, столовые);
- производители экскурсионных услуг;
- производители спортивно-оздоровительных услуг;
- производители транспортных туристских услуг;
- культурно-развлекательные комплексы (КРК);
- иные объекты, связанные с разработкой и реализацией туристского продукта.

## 2. Тематический план производственной преддипломной практики

### 2.1. Тематический план производственной преддипломной практики для студентов, проходящих практику в туристических фирмах

Темы производственной преддипломной практики	Количество часов
Тема 1. Общая характеристика предприятия, организации	21 ч.
Тема 2. Организационная структура предприятия, организации	21 ч.
Тема 3. Управление персоналом	21 ч.
Тема 4. Производственная структура предприятия. Технология производства услуг	21 ч.
Тема 5. Договорные отношения с поставщиками услуг	21 ч.
Тема 6. Анализ сервисной деятельности	21 ч.
Тема 7. Маркетинговые мероприятия по сбыту услуг	21 ч.
Тема 8. Анализ показателей качества работы туроператорских фирм	21 ч.
Тема 9. Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы	21 ч.
Оформление отчета	27 ч.
<b>Итого:</b>	<b>216</b>



## 2.2. Тематический план производственной преддипломной практики для студентов, проходящих практику в гостиничных предприятиях

Темы производственной преддипломной практики	Количество часов
Тема 1. Общая характеристика гостиничного предприятия (ГП)	21 ч.
Тема 2. Характеристика номерного фонда	21 ч.
Тема 3. Организационная структура ГП	21 ч.
Тема 4. Управление персоналом	21 ч.
Тема 5. Технология производства услуг	21 ч.
Тема 6. Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг	21 ч.
Тема 7. Анализ сервисной деятельности	21 ч.
Тема 8. Анализ ряда экономических работы ГП	21 ч.
Тема 9. Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы	21 ч.
Оформление отчета	27 ч.
<b>Итого:</b>	<b>216</b>

## 2.3. Тематический план преддипломной практики для студентов, проходящих практику в предприятиях питания

Темы производственной преддипломной практики	Количество часов
Тема 1. Общая характеристика предприятия общественного питания (ПП)	18 ч.
Тема 2. Организационная структура ПП	19 ч.
Тема 3. Производственная структура предприятия	19 ч.
Тема 4. Организация снабжения ПП	19 ч.
Тема 5. Управление персоналом	19 ч.
Тема 6. Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг	19 ч.
Тема 7. Анализ сервисной деятельности	19 ч.
Тема 8. Организация анимационной деятельности в ПП	19 ч.
Тема 9. Анализ ряда экономических работы ПП	19 ч.
Тема 10. Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы	19 ч.
Оформление отчета	27 ч.
<b>Итого:</b>	<b>216</b>

#### 2.4. Тематический план преддипломной практики для студентов, проходящих практику в культурно-развлекательных комплексах (КРК)

Темы производственной преддипломной практики	Количество часов
Тема 1. Характеристика КРК	22 ч.
Тема 2. Организационная структура КРК	24 ч.
Тема 3. Технология производства услуг	24 ч.
Тема 4. Организация обслуживания в КРК	24 ч.
Тема 5. Управление персоналом	24 ч.
Тема 6. Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг	24 ч.
Тема 7. Анализ сервисной деятельности	24 ч.
Тема 8. Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы	24 ч.
Оформление отчета	26 ч.
<b>Итого:</b>	<b>216</b>

### **3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

#### **3.1. Содержание преддипломной практики для студентов, проходящих практику в туристических фирмах**

##### *Тема 1. Общая характеристика предприятия, организации*

В ходе рассмотрения темы необходимо изучить устав предприятия, историю турфирмы, нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность предприятия, перечислить виды деятельности предприятия.

##### *Тема 2. Организационная структура предприятия, организации*

Изучить организационную структуру предприятия. Составить ее схему и провести анализ (определить тип организационной структуры и форму управления предприятием). Охарактеризовать структуру и функции аппарата управления предприятия, характер организационных отношений между структурными подразделениями. Изучить штатное расписание организации (предприятия) (приложение 4).

##### *Тема 3. Управление персоналом*

Охарактеризовать персонал предприятия по следующим критериям: численность, уровень квалификации, половозрастной состав, размер заработной платы (при условии, что это не является коммерческой тайной) (приложение 5). Охарактеризовать персональный состав предприятия. Рассчитать показатель текучести кадров (общий и по структурному признаку (на выбор), приложение 6), сделать выводы.

Изучить систему планирования и прогнозирования потребности в персонале по категориям; изучить систему подбора руководителей и специалистов. Проанализировать морально-психологический климат в коллективе на основе известных методик. Рассмотреть систему материального и морального стимулирования персонала. Выявить наличие ротации кадров и ее основания.

*Тема 4. Производственная структура предприятия.  
Технология производства услуг*

Составить схему технологического цикла обслуживания клиентов. Описать содержание производственной деятельности отделов предприятия. Изучить систему показателей, характеризующих производственную деятельность организации, используя как основу, приложение 7. Проанализировать процесс расчета стоимости тура.

Изучить виды туристических услуг, оказываемых населению. Провести анализ ассортимента услуг по направлениям, видам туризма за определенный период (по объемам продаж или количеству путевок). Представить анализ в виде таблиц и диаграмм, используя как основу приложение 8. Охарактеризовать сегменты потребительского рынка, на которых работает предприятие.

*Тема 5. Договорные отношения с поставщиками услуг*

Описать существующие договорные отношения на примере одного из туров. Рассмотреть виды договоров с поставщиками: транспортных услуг; услуг размещения; услуг питания. Выделить существенные условия договора (на выбор).

*Тема 6. Анализ сервисной деятельности*

Описать процесс продажи турпродукта. Привести пример оформления документации при продаже тура. Охарактеризовать стандарты обслуживания клиентов, существующие на предприятии.

Изучить организацию обслуживания туристов в процессе потребления турпродукта<sup>1</sup>. Описать этапы и процесс обслуживания туристов, в качестве сопровождающего группы по маршруту. Дать характеристику работы сопровождающего группы. Отметить особенности обслуживания туристов при выезде за рубеж; особенности обслуживания различных возрастных групп.

---

<sup>1</sup> При условии осуществления деятельности сопровождающего группы в период производственной практики.

### *Тема 7. Маркетинговые мероприятия по сбыту услуг*

Дать характеристику системы продвижения турпродукта, существующей в турфирме по направлениям:

- ✓ рекламная политика предприятия, виды рекламной продукции;
- ✓ каналы сбытовой сети;
- ✓ нерекламные методы продвижения турпродукта. Методы стимулирования потребителей.

### *Тема 8. Анализ показателей качества работы туроператорских фирм*

На основании ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования» определить соответствие выбранного тура обязательным и рекомендуемым требованиям.

Изучить основные положения ГОСТ Р 50691-94 «Модель обеспечения качества услуг». Охарактеризовать организацию работы по обеспечению качества услуг в туристической фирме.

Согласно предложенным показателям качества, (приложение 9) сделать аргументированный вывод о качестве услуг, предоставляемых турфирмой.

### *Тема 9. Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы*

Тема и методика исследования определяются в соответствии с темой выпускной квалификационной работы. Исследование включается в соответствующую тему отчета по практике, что отмечается в содержании отчета (например, «Исследование процесса управления персоналом», «Исследование сервисной деятельности» и др.). По согласованию с руководителем практики от кафедры, исследование может иметь самостоятельный характер и представляется в отчете как отдельная тема.

Исследование выполняется в следующей последовательности:

Сбор информации по интересующей проблеме. Выявите показатели, которые полно и достаточно характеризуют ключевые

чевые аспекты темы исследования. Например, при исследовании сервисной деятельности показателями могут быть количество потребителей, количество постоянных покупателей туристского продукта, материально-технические условия осуществления сервисной деятельности, внутрифирменные стандарты обслуживания и т. д.

Показатели социально-экономической ситуации можно выявить различными методами: изучение документов, наблюдение, опрос (интервью и анкетирование), эксперимент. Определите, из каких источников Вы будете получать информацию о показателях, характерных для темы исследования (например, статистические отчеты, интервью, научные статьи и тп). В исследовании должно быть использовано не менее двух методов исследования.

Одним из методов исследования может быть опрос респондентов (при необходимости). При составлении анкеты Вам помогут знания и умения, которыми Вы овладели при изучении таких дисциплин, как «Человек и его потребности», «Маркетинг в туристской индустрии», а также представленный ниже план действий.

Определите цель анкетирования, связанную с выявлением каких-либо показателей. Сформулируйте вопросы для проведения маркетингового исследования и проведите анкетирование респондентов.

Результатом исследования по теме выпускной квалификационной работы является представление хода исследования (схемы, графики, диаграммы, таблицы обязательны). Обобщите информацию по данной ситуации в виде краткого общего описания сложившейся ситуации. Выявите проблемы (проблему), сдерживающую поступательное развитие предприятия туристической индустрии. Проблема (от греч. *problema* – задача, задание) – положение, условие, вопрос, объект, который создает неопределенность, затруднение, побуждает к действию и связан с избыточностью или недостатком процессора (специалиста), знаний, ресурсов, регламента. Обычно проблема формулируется как недостаток, отсутствие чего-либо.

### **3.2. Содержание преддипломной практики для студентов, проходящих практику в гостиничных предприятиях**

#### *Тема 1. Общая характеристика гостиничного предприятия (ГП)*

Изучить устав, историю ГП. Описать ГП по классификационным признакам: вид собственности, месторасположение, функциональное назначение, вместимость, цена, уровень комфортности согласно «Положению о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения» от 2005 г.

Описать архитектурно-планировочное решение ГП. Изучить ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования», проанализировать соответствие ГП требованиям ГОСТа.

Дать характеристику здания гостиницы по типу конструкций, вместимости, этажности, назначению, режиму эксплуатации.

#### *Тема 2. Характеристика номерного фонда*

Дать характеристику номерного фонда гостиниц: уровень комфортности номеров; классификация номеров по уровню комфортности, нормы площади, оборудование, требования к интерьеру, стоимость номеров. Дать характеристику номерам типа люкс, сьюит, апартаменты, студия.

#### *Тема 3. Организационная структура ГП*

Изучить организационную структуру гостиничного предприятия. Составить ее схему и провести анализ (определить тип организационной структуры и форму управления предприятием). Изучить штатное расписание организации (предприятия).

#### *Тема 4. Управление персоналом*

Охарактеризовать персонал предприятия по следующим критериям: численность, уровень квалификации, половозра-

стной состав, размер заработной платы (при условии, что это не является коммерческой тайной, приложение 4). Охарактеризовать персональный состав предприятия (приложение 5). Рассчитать показатель текучести кадров (общий и по структурному признаку (на выбор), приложение 6).

Изучить систему планирования и прогнозирования потребности в персонале по категориям; изучить систему подбора руководителей и специалистов. Проанализировать морально-психологический климат в коллективе на основе известных методик. Рассмотреть систему материального и морального стимулирования персонала. Выявить наличие ротации кадров и ее основания.

### *Тема 5. Технология производства услуг*

Составить схему технологического цикла обслуживания гостей. Описать содержание производственной деятельности работы служб ГП:

1. Охарактеризовать организацию работы службы приема и размещения:

- ✓ порядок бронирования мест и номеров в гостинице;
- ✓ порядок регистрации и размещения гостей;
- ✓ особенности регистрации туристских групп;
- ✓ особенности регистрации иностранных туристов;
- ✓ правила расчета оплаты за проживание;
- ✓ виды расчетов с проживающими;
- ✓ автоматизацию обработки данных в службе приема и размещения.

2. Организация работы предприятий питания при гостинице. Описать типы предприятий питания в ГП и организацию обслуживания: схемы питания, обслуживание в зале ресторана, обслуживание номеров, обслуживание массовых мероприятий, банкетное обслуживание.

3. Организация работы службы дополнительных услуг. Изучить виды дополнительных и сопутствующих услуг, оказываемых в гостиницах и туристских комплексах; платные и бесплатные услуги.

4. Дать характеристику различных видов дополнитель-



ных и сопутствующих услуг, отметить особенности организации их предоставления.

#### *Тема 6. Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг*

На основании анализа данных Книги регистрации гостей за определенный период, охарактеризовать сегмент потребительского рынка по месту проживания, целям приезда, продолжительности пребывания. Дать характеристику рекламной политике предприятия, описать виды рекламной продукции и определить эффективность каналов продвижения рекламы.

Рассмотреть соответствие содержания стенда «Информация для потребителей» требованиям, изложенным в «Правилах предоставления гостиничных услуг в РФ» (в ред. Постановление правительства РФ от 02.10.1999, №1104, от 15.09.2000, № 693).

#### *Тема 7. Анализ сервисной деятельности*

Описать сервисную деятельность ГП. Проанализировать эффективность элементов сервисной деятельности. Рассмотреть процесс создания и утверждения, структуру внутрифирменных Стандартов обслуживания клиентов. Изучить механизм внедрения Стандартов в деятельность персонала.

#### *Тема 8. Анализ ряда экономических работы ГП*

Рассчитать следующие показатели и сделать выводы об эффективности работы ГП: коэффициент использования вместимости (загрузки) ГП; коэффициент сезонности; коэффициент оборачиваемости номеров (приложение 10). Заполнить таблицу сводных экономических показателей деятельности предприятия и определить эффективность его работы (приложение 11).

#### *Тема 9. Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы*

Тема и методика исследования определяются в соответствии с темой выпускной квалификационной работы. Иссле-

дование включается в соответствующую тему отчета по практике, что отмечается в содержании отчета (например, «Исследование процесса управления персоналом», «Исследование сервисной деятельности» и др.). По согласованию с руководителем практики от кафедры, исследование может иметь самостоятельный характер и представляется в отчете как отдельная тема.

Исследование выполняется в следующей последовательности:

Сбор информации по интересующей проблеме. Выявите показатели, которые полно и достаточно характеризуют ключевые аспекты темы исследования. Например, при исследовании сервисной деятельности показателями могут быть количество потребителей, количество постоянных покупателей туристского продукта, материально-технические условия осуществления сервисной деятельности, внутрифирменные стандарты обслуживания и т. д.

Показатели социально-экономической ситуации можно выявить различными методами: изучение документов, наблюдение, опрос (интервью и анкетирование), эксперимент. Определите, из каких источников Вы будете получать информацию о показателях, характерных для темы исследования (например, статистические отчеты, интервью, научные статьи и т. п.). В исследовании должно быть использовано не менее двух методов исследования.

Одним из методов исследования может быть опрос респондентов (при необходимости). При составлении анкеты Вам помогут знания и умения, которыми Вы овладели при изучении таких дисциплин, как «Человек и его потребности», «Маркетинг в туристской индустрии», а также представленный ниже план действий.

Определите цель анкетирования, связанную с выявлением каких-либо показателей. Сформулируйте вопросы для проведения маркетингового исследования и проведите анкетирование респондентов.

Результатом исследования по теме выпускной квалификационной работы является представление хода исследова-

ния (схемы, графики, диаграммы, таблицы обязательны). Обобщите информацию по данной ситуации в виде краткого общего описания сложившейся ситуации. Выявите проблемы (проблему), сдерживающую поступательное развитие предприятия туриндустрии. Проблема (от греч. *problema* – задача, задание) – положение, условие, вопрос, объект, который создает неопределенность, затруднение, побуждает к действию и связан с избыточностью или недостатком процессора (специалиста), знаний, ресурсов, регламента. Обычно проблема формулируется как недостаток, отсутствие чего-либо.

### **3.3. Тематический план преддипломной практики для студентов, проходящих практику в предприятиях питания**

#### *Тема 1. Общая характеристика предприятия общественного питания (ПП)*

Изучить устав, историю ПП, нормативно-правовую базу деятельности ПП. Дать классификацию ПП. Охарактеризовать условия питания и виды обслуживания. Описать режим работы ПП.

Архитектурно-планировочное решение ПП. Дать характеристику здания ПП по типу конструкций, вместимости, этажности, назначению. Описать комплекс помещений, входящих в ПП, охарактеризовать местоположение ПП.

#### *Тема 2. Организационная структура ПП*

Изучить организационную структуру предприятия. Составить ее схему и провести анализ (определить тип организационной структуры и форму управления предприятием). Изучить штатное расписание организации (предприятия). Охарактеризовать персонал предприятия по следующим критериям: численность, уровень квалификации, половозрастной состав, размер заработной платы (при условии, что это не является коммерческой тайной, приложение 4). Охарактеризовать персональный состав предприятия (приложение 5).

#### *Тема 3. Производственная структура предприятия*

Технология производства услуг питания. Перечислить

услуги, оказываемые посетителям. Ознакомиться со структурой их производства, производственным процессом и организацией рабочих мест по отдельным цехам. Составить схему технологического цикла обслуживания посетителей. Дать характеристику оборудования производственных цехов. Описать деятельность производственных цехов.

#### *Тема 4. Организация снабжения ПП*

Изучить систему организации снабжения: источники поступления сырья и полуфабрикатов, перечень поставщиков, организацию договорных отношений с ними. Указать особенности организации снабжения в условиях рынка. Охарактеризовать каналы товародвижения.

#### *Тема 5. Управление персоналом*

Описать критерии, по которым проводится подбор персонала (по ряду должностей). Описать существующий механизм организации отбора претендентов: предварительная отборочная беседа; заполнение резюме; собеседование. Охарактеризовать управленческие мероприятия по организации обучения персонала. Рассчитать показатель текучести кадров (общий и по структурному признаку (на выбор), приложение 6). Проанализировать морально-психологический климат в коллективе на основе известных методик. Выявить наличие ротации кадров и ее основания.

Рассмотреть порядок, процесс утверждения, структуру внутрифирменных Стандартов обслуживания клиентов. Изучить механизм внедрения Стандартов в деятельность персонала.

#### *Тема 6. Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг*

Проанализировать маркетинговые мероприятия, проводимые на предприятии, изучить рекламные средства продвижения услуг, разработать предложения по повышению эффективности маркетинговой (в том числе и рекламной) деятельности предприятия.

### *Тема 7. Анализ сервисной деятельности*

Описать процесс обслуживания посетителей. Рассмотреть виды и формы обслуживания, применяемые на ПП. Проанализировать эффективность элементов сервисной деятельности. Рассмотреть процесс создания и утверждения, структуру внутрифирменных Стандартов обслуживания клиентов. Изучить механизм внедрения Стандартов в деятельность персонала.

### *Тема 8. Организация анимационной деятельности в ПП*

Изучить организацию анимационной деятельности на ПП. При отсутствии таковой предложить анимационные мероприятия, повышающие эффективность деятельности данного ПП.

### *Тема 9. Анализ ряда экономических работы ПП*

Рассчитать наполняемость торгового зала, количество блюд, реализуемых за день, проанализировать меню. Выбор методов анализа осуществляет студент, в приложении 12 приведена методика анализа меню по методу Д. Смита. Заполнить таблицу сводных экономических показателей деятельности предприятия и определить эффективность его работы (приложение 7).

### *Тема 10. Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы*

Тема и методика исследования определяются в соответствии с темой выпускной квалификационной работы. Исследование включается в соответствующую тему отчета по практике, что отмечается в содержании отчета (например, «Исследование процесса управления персоналом», «Исследование сервисной деятельности» и др.). По согласованию с руководителем практики от кафедры, исследование может иметь самостоятельный характер и представляется в отчете как отдельная тема.

Исследование выполняется в следующей последовательности:

Сбор информации по интересующей проблеме. Выявите показатели, которые полно и достаточно характеризуют ключевые аспекты темы исследования. Например, при исследо-

вании сервисной деятельности показателями могут быть количество потребителей, количество постоянных покупателей туристского продукта, материально-технические условия осуществления сервисной деятельности, внутрифирменные стандарты обслуживания и т. д.

Показатели социально-экономической ситуации можно выявить различными методами: изучение документов, наблюдение, опрос (интервью и анкетирование), эксперимент. Определите, из каких источников Вы будете получать информацию о показателях, характерных для темы исследования (например, статистические отчеты, интервью, научные статьи и т.п.). В исследовании должно быть использовано не менее двух методов исследования.

Одним из методов исследования может быть опрос респондентов (при необходимости). При составлении анкеты Вам помогут знания и умения, которыми Вы овладели при изучении таких дисциплин, как «Человек и его потребности», «Маркетинг в туристской индустрии», а также представленный ниже план действий.

Определите цель анкетирования, связанную с выявлением каких-либо показателей. Сформулируйте вопросы для проведения маркетингового исследования и проведите анкетирование респондентов.

Результатом исследования по теме выпускной квалификационной работы является представление хода исследования (схемы, графики, диаграммы, таблицы обязательны). Обобщите информацию по данной ситуации в виде краткого общего описания сложившейся ситуации. Выявите проблемы (проблему), сдерживающую поступательное развитие предприятия туристической индустрии. Проблема (от греч. *problema* – задача, задание) – положение, условие, вопрос, объект, который создает неопределенность, затруднение, побуждает к действию и связан с избыточностью или недостатком процессора (специалиста), знаний, ресурсов, регламента. Обычно проблема формулируется как недостаток, отсутствие чего-либо.

### **3.4. Тематический план преддипломной практики для студентов, проходящих практику в культурно-развлекательных комплексах (КРК)**

#### *Тема 1. Характеристика КРК*

Изучить устав, историю КРК, нормативно-правовую базу деятельности КРК. Архитектурно-планировочное решение КРК. Дать характеристику здания КРК по типу конструкций, вместимости, этажности, назначению. Описать комплекс помещений, входящих в КРК, охарактеризовать местоположение КРК.

### *Тема 2. Организационная структура КРК*

Изучить организационную структуру предприятия. Составить ее схему и провести анализ (определить тип организационной структуры и форму управления предприятием). Изучить штатное расписание организации (предприятия). Охарактеризовать персонал предприятия по следующим критериям: численность, уровень квалификации, половозрастной состав, размер заработной платы (при условии, что это не является коммерческой тайной). Охарактеризовать персональный состав предприятия (приложение 5).

### *Тема 3. Технология производства услуг*

Перечислить услуги, оказываемые посетителям. Составить схему технологического цикла обслуживания гостей. Описать режим работы КРК и подробно описать технологию производства одной из развлекательных услуг. Дать характеристику оборудования, используемого в одном из процессов при оказании услуг. Заполнить таблицу сводных экономических показателей деятельности предприятия и определить эффективность его работы (приложение 7).

### *Тема 4. Организация обслуживания в КРК*

Описать содержание производственной деятельности служб КРК по обслуживанию клиентов, проанализировать ряд должностных инструкций персонала контактной зоны. Рассмотреть виды дополнительных и сопутствующих услуг, оказываемых в КРК; Выделить группы платных и бесплатных услуг. Организация работы предприятий питания при КРК. Определить типы предприятий питания при КРК, описать процесс организации обслуживания, схемы питания.

### *Тема 5. Управление персоналом*

Подбор и организация обучения персонала в КРК. Описать критерии, по которым проводится подбор персонала (по

ряду должностей). Проанализировать штатное расписание (приложение 4). Рассчитать показатель текучести кадров (общий и по структурному признаку (на выбор), дать характеристику персонала (приложение 6). Описать существующий механизм организации отбора претендентов: предварительная отборочная беседа; заполнение резюме; собеседование. Охарактеризовать управленческие мероприятия по организации обучения персонала. Проанализировать морально-психологический климат в коллективе на основе известных методик. Выявить наличие ротации кадров и ее основания.

#### *Тема 6. Маркетинговые мероприятия по продвижению услуг*

Описать процесс создания развлекательных программ с учетом предпочтений потребителей. Изучить методы и средства маркетинговых исследований сегментов потребительского рынка, проводимых КРК. Рассмотреть соответствие содержания стенда «Информация для потребителей» ФЗ «О защите прав потребителей», дать характеристику рекламной политики предприятия, рассмотреть виды рекламной продукции.

#### *Тема 7. Анализ сервисной деятельности*

Дать характеристику работы персонала КРК в «контактной зоне». Рассмотреть порядок, процесс утверждения, структуру внутрифирменных Стандартов обслуживания клиентов. Изучить механизм внедрения Стандартов в деятельность персонала. Проанализировать качество сервисной деятельности КРК.

#### *Тема 8. Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы*

Тема и методика исследования определяются в соответствии с темой выпускной квалификационной работы. Исследование включается в соответствующую тему отчета по практике, что отмечается в содержании отчета (например, «Исследование процесса управления персоналом», «Исследование сервисной деятельности» и др.). По согласованию с руководителем практики от кафедры, исследование может иметь самостоятельный характер и представляется в отчете как отдельная тема.



Исследование выполняется в следующей последовательности:

Сбор информации по интересующей проблеме. Выявите показатели, которые полно и достаточно характеризуют ключевые аспекты темы исследования. Например, при исследовании сервисной деятельности показателями могут быть количество потребителей, количество постоянных покупателей туристского продукта, материально-технические условия осуществления сервисной деятельности, внутрифирменные стандарты обслуживания и т. д.

Показатели социально-экономической ситуации можно выявить различными методами: изучение документов, наблюдение, опрос (интервью и анкетирование), эксперимент. Определите, из каких источников Вы будете получать информацию о показателях, характерных для темы исследования (например, статистические отчеты, интервью, научные статьи и тп). В исследовании должно быть использовано не менее двух методов исследования.

Одним из методов исследования может быть опрос респондентов (при необходимости). При составлении анкеты Вам помогут знания и умения, которыми Вы овладели при изучении таких дисциплин, как «Человек и его потребности», «Маркетинг в туристской индустрии», а также представленный ниже план действий.

Определите цель анкетирования, связанную с выявлением каких-либо показателей. Сформулируйте вопросы для проведения маркетингового исследования и проведите анкетирование респондентов.

Результатом исследования по теме выпускной квалификационной работы является представление хода исследования (схемы, графики, диаграммы, таблицы обязательны). Обобщите информацию по данной ситуации в виде краткого общего описания сложившейся ситуации. Выявите проблемы (проблему), сдерживающую поступательное развитие предприятия туристской индустрии. Проблема (от греч. *problema* – задача, задание) – положение, условие, вопрос, объект, который создает неопределенность, затруднение, побуждает к действию и связан с избыточностью или недостатком процессора (специалиста), знаний, ресурсов, регламента. Обычно проблема формулируется как недостаток, отсутствие чего-либо.

#### 4. РУКОВОДСТВО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКОЙ

***Руководитель практикой от кафедры должен:***

- провести со студентами инструктаж;
- составить примерный план прохождения практики;
- выдать индивидуальное задание с учетом специфики базы практики (при необходимости) (приложение 1);
- контролировать, по возможности, качество прохождения практики непосредственно на месте;
- проверить отчеты, дневники и организовать их защиту.

***Руководитель от предприятия должен:***

- контролировать своевременность явки студентов на практику, соблюдение ими правил трудового распорядка, сообщать в институт о студентах, нарушающих правила внутреннего распорядка;
- составить график прохождения практики в соответствии с примерным графиком, разработанным кафедрой, предусмотрев в нем время на выполнение индивидуального задания и написания отчета;
- организовать своевременно инструктаж по технике безопасности;
- способствовать созданию условий для успешного прохождения практики;
- осуществлять контроль за выполнением работ, предусмотренных графиком, заверить фактическое выполнение графика печатью;
- составить характеристику на студента – практиканта, в которой отразить отношение студента к работе, качество выполняемых заданий, участие в общественной жизни (приложение 2);
- характеристика подписывается руководителем практики и заверяется печатью.

## **5. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА–ПРАКТИКАНТА:**

1. Посетить инструктаж по практике, получить программу практики, дневник и индивидуальную консультацию по корректировке программы практики.
2. Своевременно прибыть на место практики, плодотворно отработать весь период практики.
3. Строго соблюдать правила внутреннего трудового распорядка организации (предприятия).
4. Добросовестно относиться к работе, выполнению всех обязанностей на рабочем месте в соответствии с программой практики.
5. Оказывать практическую помощь в улучшении организации туристского обслуживания.
6. Присутствовать на производственных совещаниях и активно участвовать в общественной жизни коллектива.
7. Вести ежедневные записи в дневнике о проделанной работе.
8. В срок окончания практики завершить оформление отчета и дневника практики, который должен быть завизирован руководителем практики и заверен печатью.
9. Получить характеристику с места практики, заверенную подписью и печатью руководителей практики.
10. Защитить отчет в установленный кафедрой срок.

## 6. ОФОРМЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

По результатам практики студенты представляют следующие документы:

- дневник практики;
- отчет по практике.

Дневник практики предназначен для ежедневных записей о проделанной работе на месте практики, которые должны быть заверены руководителем от предприятия. Одновременно дневник является командировочным удостоверением, в котором должны быть проставлены и заверены печатью дата прибытия студента на практику и дата выбытия с практики. Руководитель от предприятия в дневнике дает краткую характеристику студенту и оценивает его работу на практике.

В процессе прохождения практики студент составляет отчет в нерабочее время после выполнения работы по каждому разделу программы. Образец титульного листа помещен в приложении 3. По содержанию и объему отчет должен соответствовать требованиям программы. Объем отчета – 20-25 страниц печатного текста.

Структура отчета: титульный лист, содержание, введение, текст отчета о выполнении программы производственной практики, выводы и предложения, приложения (копии документов).

Основной части отчета предшествует введение, в котором указывается объект прохождения практики, цели, задачи практики, виды практических работ, выполненных студентом в период практики.

В текстовой части отчета выделяются разделы в соответствии с программой практики для соответствующей группы предприятий туризма, которые представляются в содержании. Отчет по практике должен содержать анализ материалов, собранных согласно перечню вопросов, предусмотренных для данной базы практики. Цифровые материалы следует представить в виде таблиц, графиков, схем, рисунков и т.п., которые должны иметь заголовки и нумерацию. Особое внимание надо уделить анализу ассортимента туристических услуг, а также результатам исследования деятельности предприятия, их документальному оформлению. Под таблицами и рисун-

ками необходимо сделать вывод с объяснением причин динамики показателей.

В конце отчета даются выводы и предложения по качеству и ассортименту туристских услуг, производственной, сервисной, маркетинговой деятельности предприятия, излагается мнение студента о преимуществах и недостатках работы предприятия и возможных путях их устранения. Объем отчета должен составлять 20-25 страниц. Текстовая часть выполняется на стандартных листах формата А 4, поля: правое – 1,5 см., левое – 3 см., верхнее и нижнее – 2,5 см. Шрифт – 16, через 1 интервал, страницы пронумерованы внизу по центру.

К отчету прилагаются копии документов, иные приложения, на которые делаются ссылки в тексте. Список использованной литературы, оформленный в соответствии с требованиями ГОСТа.

## **7. ПОРЯДОК СДАЧИ И ЗАЩИТА ОТЧЕТА**

Отчет представляется на кафедру для проверки в первый день после окончания практики. После проверки руководитель практики от кафедры решает вопрос о допуске к защите. Студент защищает отчет комиссии, назначаемой кафедрой.

Защита отчета оформляется протоколом. Общая оценка за практику выставляется с учетом оценки работы студента на практике, качества отчета, а также результатов защиты.

Защитой отчета по практике может считаться выступление студента с докладом на научно-практической конференции. Проведение конференции оформляется программой, протоколом и рекомендациями по совершенствованию практики.

Итоги практики оцениваются по 5-ти балльной системе.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

### Основная литература

1. Ляпина, И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания : учебник для сред. проф. образования / И. Ю. Ляпина; под ред. А. Ю. Лапина. – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Академия, 2009. – 208 с.
2. Кусков, А. С. Гостиничное дело : учебное пособие/ А. С. Кусков – М. : «Дашков и К°», 2009. – 328 с.
3. Дурович, А. П. Маркетинговые исследования в туризме : учебное пособие / А. П. Дурович. – СПб. : Питер , 2008. – 384 с.

### Нормативные документы

- 4.ФЗ «О защите прав потребителей»/ Принят Государственной Думой 5 декабря 1995 г. - NorDoc.ru Нормативная документация [электронный ресурс] <http://nordoc.ru>.
- 5.ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»/ Принят Государственной Думой 4 октября 1996 г. – NorDoc.ru Нормативная документация [электронный ресурс] <http://nordoc.ru>.
- 6.ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. М.: Стандартиформ, 2009 . – NorDoc.ru Нормативная документация [электронный ресурс] <http://nordoc.ru>.
- 7.«Об утверждении Системы классификации гостиниц и других средств размещения» /Приказ Федерального агентства по туризму от 21 июля 2005 г. № 86 . - NorDoc.ru Нормативная документация [электронный ресурс] <http://nordoc.ru>.
- 8.Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации / Утверждены постановлением Правительства Российской Федерации 25 апреля 1997 г. № 490. – NorDoc.ru Нормативная документация [электронный ресурс] <http://nordoc.ru>.
- 9.Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» (по состоянию на 25 июня 2007 г; включая изм., вступ. в силу от 01.07.2011 N 169-ФЗ) ). – Новосибирск : Сиб. унив. изд-во, 2011. - 28 с.

10. ГОСТ Р 53997-2010 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования. – Введ. 1994-01-01. – М.: Госстандарт России: Изд-во стандартов, 2011. – 16 с.
11. ГОСТ Р 50691-94. Модель обеспечения качества услуг [Текст]. – Введ. 1994-01-01. – М. : Госстандарт России : Изд-во стандартов, 1994. – 12 с.
12. Концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2011 - 2016 годы): утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации 19 июля 2010 г. N 1230-р» // Федеральное агентства по туризму Минспорттуризма России [сайт]. URL: <http://www.russiatourism.ru/rubriki/-1124140221>
13. Краевая долгосрочная программа «Развитие туризма в Забайкальском крае (2011-2013 годы)»: утверждена постановлением Правительства Забайкальского края 15 июля 2010 г. № 238. URL: [http://international.chita.ru/docs/doc\\_Programma\\_po\\_turizmu](http://international.chita.ru/docs/doc_Programma_po_turizmu)

#### **Дополнительная литература**

14. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебное пособие / О. М. Меликян. – М. : Дашков и К, 2006. – 260 с.
15. Грачева, О. Ю. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта : учебно-практическое пособие. / О. Ю. Грачева. – М. : Дашков и К, 2008. – 276 с.



Приложение 1  
Утверждаю  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

**Индивидуальный план производственной преддипломной  
практики**

Студент \_\_\_\_\_

Факультет \_\_\_\_\_

Специальность \_\_\_\_\_

Специализация \_\_\_\_\_

Курс \_\_\_\_\_ группа \_\_\_\_\_

На объекте практики \_\_\_\_\_  
(название организации, адрес, телефон)

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_

(Ф.И.О., должность)

Руководитель практики от ЗИП Сиб УПК \_\_\_\_\_

(Ф.И.О., должность)

**Содержание производственной преддипломной практики**

№ п/п	Перечень тем, которые студент должен закрепить на практике	Перечень видов работ, которые студент должен выполнить во время прохождения практики
		Например: – ознакомиться...; – изучить...; – охарактеризовать...; – проанализировать...; – оценить...; – составить схему (таблицу и т.п.)...; – описать...; – разработать предложения...

Руководитель практики от ЗИП Сиб УПК \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О., должность)

**Примерный план характеристики на студента-практиканта**

Характеристика должна содержать сведения:

Фамилия, имя, отчество практиканта.

Наименование организации, дата начала и окончания прохождения практики, имя непосредственного руководителя практики от производства.

Виды деятельности, осуществляемые студентом в период прохождения практики, характеристика качества выполненной работы, степень проявленной самостоятельности, характеристика профессиональных умений и навыков.

Полнота выполнения программы практики.

Характеристика личностных профессиональных качеств (проявленная заинтересованность, инициатива, исполнительность, дисциплинированность).

Коммуникативные навыки - участие в общественной работе коллектива, умение общаться в коллективе, тактичность и др..

Руководитель практики: \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.) (подпись, печать)

Негосударственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
Центросоюза Российской Федерации

СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

**ОТЧЕТ**  
**ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРЕДДИПЛОМНОЙ**  
**ПРАКТИКЕ**  
направления *100400.62 Туризм*  
профиль «Технология и организация развлечений»

База практики \_\_\_\_\_

Оценка защиты \_\_\_\_\_

Дата защиты \_\_\_\_\_

Комиссия: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Исполнитель \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(ФИО, курс, группа)

Руководитель практики от предприятия \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(ФИО, должность)

Руководитель практики от кафедры \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(ФИО, должность)

Чита

2012

**Штатное расписание**

№ п/п	Наименование должностей	Разряд	Численность	Оклад (ставка), руб.	Сумма окладов, руб
1.	Административно-управленческий персонал				
	1. Директор				
	2.				
	3.				
2.	Работники производства				
	1.				
	2.				
	3.				
	....				
4.	Прочие работники				
Всего					

### Характеристика персонала

Показатель	Всего		В том числе:					
			Высшее звено		Среднее звено		Низовое звено	
	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%
1. Половой признак: Мужчины Женщины								
2. Возрастной состав: 18-25 лет 26-36 лет 37-50 лет Старше 50 лет								
3. Стаж работы До 1 года 1-3 года 4-5 лет 5-10 лет Более 10 лет								
4. Образование - общее среднее - среднее специальное - незаконченное высшее - высшее								
<b>Всего</b>								

Показатель текучести кадров рассчитывается по формуле:

$$K_m = \frac{K_v}{Ч}; \quad \text{где}$$

$K_m$  - коэффициент текучести кадров;

$K_v$  - количество уволившихся;

$Ч$  - численность работников предприятия.

Коэффициент текучести кадров высчитывают а определенный период времени (обычно за год). Этот показатель позволяет проанализировать степень смены кадрового состава и эффективность управления персоналом. Расчет коэффициента по группам (уровень, образование, стаж работы и др.) позволяет сравнить степень текучести кадров разных групп работников и помогает выявить причины этого явления.

**Сводные экономические показатели предприятия**

№ п/п	Показатели	Единицы измерения	Данные за анализируемый период
1.	Товарооборот, всего	тыс. руб.	
2.	Удельный вес оборота продукции собственного производства <sup>2</sup>	%	
3.	Выпуск блюд или продукции <sup>3</sup>	тыс. руб.	
4.	Количество проданных койко-мест (номеров) <sup>4</sup>	тыс. руб.	
5.	Численность работников, всего	Чел.	
6.	Численность работников, производства	Чел.	
7.	Расходы на оплату труда – сумма – в % к товарообороту	тыс. руб. %	
8.	Среднемесячная зарплата одного работника	руб.	
9.	Уровень валового дохода	%	
10.	Уровень издержек производства и товарообращения	%	
11.	Прибыль от реализации – сумма – в % к товарообороту	тыс. руб. %	
12.	Чистая прибыль – сумма – в % к товарообороту	тыс. руб. %	

<sup>2</sup> Для ПОП<sup>3</sup> Для ПОП<sup>4</sup> Для ГП

**Анализ результатов деятельности туристической фирмы  
по направлениям туристических маршрутов**

Направления	Количество проданных путевок, б мес.	Стоимость путевки, тыс. руб	Сумма, тыс. руб	Доля выручки от общего объема валовой выручки, %
Выездной туризм, всего:				
КНР				
Турция				
Испания				
Франция				
Египет				
Внутренний туризм, всего:				
Москва				
С-Петербург				
Черноморское побережье				
Байкал				
в том числе региональный туризм:				
Арахлей				
Алханай				

Анализируя данные, приведенные в таблице, можно рассмотреть следующие вопросы деятельности туристической фирмы:

- ✓ соотношение внутреннего и выездного туризма;
- ✓ наиболее предпочтительные направления;
- ✓ наиболее доходные направления.

Представив данные в динамике (за сравнимые промежутки времени), можно определить тенденции развития потребительских предпочтений. Рекомендуется сравниваемые



параметры представлять в диаграммах.

Рекомендуется составить подобную таблицу для анализа реализованных туров по видам туризма.

Примечание: хронологический промежуток определяется произвольно, исходя из возможностей предприятия, но он должен позволить сделать объективные выводы и выявлять общие тенденции. Для определения динамики экономического показателя сравнивают сопоставимые промежутки времени (например, январь 2005 г. и январь 2006 г.) Можно рассматривать полугодие, год, сезон.

**Критерии оценки качества услуг, предоставляемых  
сервисной организацией**

№ п/п	Показатели качества сервисных услуг	Факты, доказывающие соот- ветствие деятельности пред- приятия показателям каче- ства сервисных услуг
1.	Стабильность деятельности на протяжении длительного времени	
2.	Четкость и оперативность в работе с турагентами	
3.	Оптимальное соотношение цены и качества услуг	
4.	Профессионализм персонала, индивидуальный подход к партнерам и клиентам	
5.	Выгодная ценовая политика (низкие цены, система скидок и бонусов)	
6.	Высокое качество предлагаемых туруслуг	
7.	Широкий ассортимент предлагаемых услуг	
8.	Информационная открытость, продуманность рекламных мероприятий. Высокое качество каталогов	
9.	Доброжелательность на деловом и личностном уровне	
10.	Широкий спектр предложений и дополнительных услуг	
11.	Постоянная работа по расширению спектра услуг	
12.	Удобное месторасположение и респектабельность офиса	

Для определения потенциальных возможностей гостиницы производят расчеты следующих показателей: коэффициент использования вместимости (коэффициент загрузки ГП); коэффициент сезонности; коэффициент оборота номеров.

Необходимо обратить внимание на то, что для произведения расчетов берется произвольный отчетный период, например, месяц - 30,45 дней или квартал – 91,35 дней соответственно. В примерах отчетным периодом является год – 365 дней.

**Коэффициент использования вместимости** (коэффициент загрузки ГП) показывает, какой процент от общего количества койко-мест или номеров продан в отчетном периоде по сравнению с потенциальными возможностями ГП.

$$Kз = \frac{Nк}{Pкн * 365} * 100\%$$

$Nк$  – количество занятых номеров (или койко-мест) в отчетный период;

$Pкн$  – число номеров (койко-мест) в ГП.

Для гостиничных предприятий не характерна 100% загрузка номерного фонда. Считается хорошим показателем рентабельной работы  $60\% \leq Kз \leq 80\%$ . При  $Kз \geq 50\%$  обычно говорят о том, что предприятие работает безубыточно. Задачей ГП является поиск мер, позволяющий повысить  $Kз$  и, следовательно, повысить рентабельность предприятия.

Предложите меры по увеличению количества продаж гостиничных услуг.

Продажа гостиничных услуг подвержена сезонным колебаниям. Знание пиков и спадов сезонных колебаний позволяет ГП вести гибкую тарифную политику, повышая цены «в высокий сезон» и делая скидки «в низкий сезон». В гостиницах, предназначенных для отдыха, сезонные колебания, обычно, связаны со сменой времен года, в гостиницах делового назначения пик «низкого сезона» приходится на выходные и праздничные дни. Для того, чтобы определить частоту сезонных колебаний спроса, удобнее вычертить график, где на оси абсцисс располагают даты в рамках отчетного периода, а на оси ординат – количество проданных койко-мест (номеров).

**Коэффициент сезонности** (коэффициент сезонных ко-

лебаний загрузки) определяется по формуле:

$$K_c = \frac{Q_{\max}}{Q_{\min}} * 100\%,$$

где  $Q_{\max}$  – максимальное количество поданных койко-мест (номеров) за отчетный период;

$Q_{\min}$  – минимальное количество поданных койко-мест (номеров) за отчетный период.

Предложите маркетинговые мероприятия, снижающие убыточность гостиничного предприятия в «низкий сезон».

**Коэффициент оборачиваемости номеров (койко-мест)** характеризует интенсивность использования номерного фонда гостиницы за отчетный период. Степень интенсивности использования номерного фонда позволяет определить скорость износа оборудования, количество обслуживающего персонала, интенсивность их труда, потенциальные возможности расширения (сокращения) бизнеса.

Коэффициент оборачиваемости номеров (койко-мест) рассчитывается следующим образом. Первоначально определяем среднее время проживания гостя ( $D_{пр}$ );

$$D_{пр} = \frac{P_{кн} * 365}{Г_k},$$

где  $Г_k$  – Количество гостей, обслуженных за отчетный период, в данном случае, за год.

После определения среднего времени проживания гостя, определяем **количество оборотов номера (койко-места) в год:**

$$O = \frac{P_{кн}}{D_{пр}}.$$

Расчет данного показателя по категориям номеров позволит сделать вывод о том, номера какой категории пользуются большим (меньшим) спросом.

Рассчитайте данный коэффициент для всех категорий номеров. На основании расчетов предложите ряд управленческих решений, повышающих прибыльность предприятия.

Приложение 11

Показатели экономической деятельности ГП	Изучаемые временные периоды, например:		
	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Выручка, тыс руб.			
Себестоимость, тыс. руб.			
Прибыль от реализации, тыс.руб.			
Средняя списочная численность, ч-к			
Коммерческие расходы, тыс.руб.			
Управленческие расходы, тыс.руб.			
Полная себестоимость, тыс.руб.			
Койко/сутки, всего			
Рентабельность продаж, % (строка 3/2)			

**Расчет загрузки торгового зала производится по формуле**

$$K_3 = (C_{3M} * 100\%) / C_M,$$

где  $K_3$  – коэффициент загрузки торгового зала;

$C_{3M}$  – число занятых мест;

$C_M$  – общее количество мест в зале.

Коэффициент загрузки торгового зала зависит от времени приема пищи. Средний коэффициент (исчисленный за определенный период) позволяет сделать вывод об эффективности использования полезной площади торгового зала и о способах ее повышения.

**Количество блюд, реализуемых за день на ПОП, необходимо представить в таблице:**

Время приема пищи	Дневной рацион	Число посетителей	Коэфф. загрузки торгового зала, %	Оборачиваемость одного места в час	Цена блюда	Общее кол-во реализованных блюд	Валовая прибыль от продажи блюд (цена - себестоимость)	Количество блюд на одного посетителя
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Завтрак	Холодные блюда:							
	Горячие блюда:							
	напитки:							
Обед								
Ужин								

На основании данных таблицы можно сделать следующие выводы:

- ✓ время наибольшей (наименьшей) загруженности ПП;
- ✓ время наибольшей (наименьшей) интенсивности работы персонала;
- ✓ основной ассортимент, характерный для определенного времени приема пищи;
- ✓ время приема пищи, дающего основную выручку;

- ✓ вкусы и предпочтения посетителей.

Анализ ряда экономических работы ПП служит основанием для предложений по повышению эффективности деятельности ПП.

### **Применение метода Д. Смита по качественному анализу меню**

При анализе меню необходимо учитывать следующие условия:

- ✓ различные группы блюд в меню;
- ✓ время еды и форму обслуживания;
- ✓ размер ресторана и тип управления.
- ✓ Анализ меню по методу Миллера производится согласно схеме, которая состоит из четырех позиций – «Дойные коровы» («рабочие лошадки»), «Звезды I», «Собачки», «Загадки». Данные позиции блюда меню занимают согласно объему продаж и приносимой ими валовой прибыли.

#### *Алгоритм составления матрицы Смита:*

1. Вычислить объем продаж каждого анализируемого блюда меню (табл.7, столб.7, с.36) общий объем продаж (сумму объемов продаж каждого блюда) отложить по вертикальной оси координат.
2. Вычислить валовую прибыль, которую приносит каждое блюдо («цена» – «себестоимость» (табл.7, столб. 8, с.36) и отложить ее значение на горизонтальной оси координат.
3. Построить график, где на горизонтали – значения валовой прибыли от проданных блюд (до максимального), а на вертикали – общий объем продаж (до максимального). Определить координаты каждого анализируемого блюда и отложить их на графике.
4. Определить на вертикальной оси промежутки «низкий» и «высокий» объем продаж блюд, на горизонтальной оси - промежутки «низкая» и «высокая» валовая прибыль от продаж блюд. Получившиеся четыре плоскости на графике определяют позиции блюд (см. рис.1).

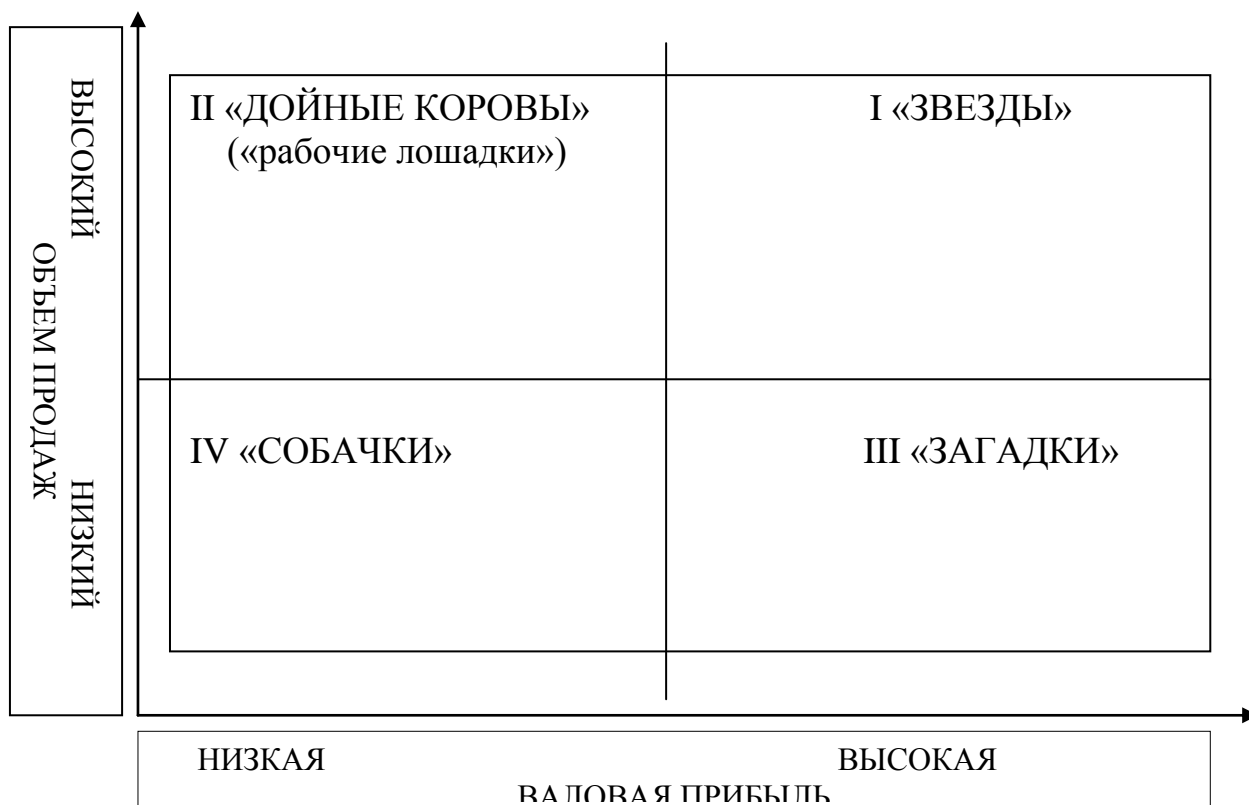


Рис. 1. Анализ меню по методу Д. Смита

На основе данного анализа можно прогнозировать жизненный цикл того или иного блюда, ассортиментную политику и рекламную стратегию ПОП. Проведя качественный анализ меню, разработайте предложения по данным направлениям деятельности предприятия.



Уровень подготовки студента оценивается по следующим критериям по пятибалльной шкале: полнота знаний; логичность изложения; научность излагаемой информации; умение приводить примеры из практики; самостоятельность при выполнении заданий.

Критерии оценки знаний, умений, навыков и сформированности компетенций для устного или письменного вида работы при текущем и промежуточном контроле:

**«Отлично»** – студент владеет знаниями предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину; самостоятельно, в логической последовательности и исчерпывающе отвечает на все вопросы, подчеркивал при этом самое существенное, умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделять в нем главное: устанавливать причинно-следственные связи; четко формирует ответы, решает ситуационные задачи повышенной сложности. Увязывает теоретические аспекты предмета с практической деятельностью предприятий сервиса.

**«Хорошо»** – студент владеет знаниями дисциплины в достаточном объеме программы (имеются пробелы знаний только в некоторых, особенно сложных разделах); самостоятельно и отчасти при наводящих вопросах дает полноценные ответы на вопросы; не всегда выделяет наиболее существенное, не допускает вместе с тем серьезных ошибок в ответах; умеет решать стандартные ситуационные задачи.

**«Удовлетворительно»** – студент владеет основным объемом знаний по дисциплине; проявляет затруднения в самостоятельных ответах, оперирует неточными формулировками, допускает незначительные ошибки. Студент способен решать лишь наиболее легкие задачи.

**«Неудовлетворительно»** – студент не освоил обязательный минимум знаний предмета, не способен ответить даже при дополнительных наводящих вопросах.

### Лист регистрации изменений

Номер изменения	Наименование, порядковый номер распорядительного документа	Дата введения в действие	Страницы с изменениями	Перечень измененных пунктов