

Учреждение образования «Полоцкий государственный университет»

**УТВЕРЖДАЮ:**

Проректор учреждения образования  
«Полоцкий государственный  
университет»

\_\_\_\_\_ Д. В. Дук

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2015

Регистрационный № \_\_\_\_\_

**ПРОГРАММА**

**практики по менеджменту формирования и продвижения  
туристического продукта**

**для специальности:**

**1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство»**

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

О. В. Штеер, преподаватель кафедры истории и туризма

**РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой истории и туризма  
(протокол № \_\_\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_).

Заведующая кафедрой  
истории и туризма

\_\_\_\_\_ А. И. Корсак

**ОДОБРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Советом историко - филологического факультета  
(протокол № \_\_\_\_ от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_)

Председатель  
Совета факультета

\_\_\_\_\_ Н. Б. Лысова

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа практики по менеджменту формирования и продвижения туристического продукта разработана с учётом требований законодательства, образовательного стандарта ОСВО 1-89 01 01-2013, типового учебного плана по специальности 1-89 01 01, учебного плана УО «ПГУ».

### 1.1 Цели и задачи практики

Цель практики по менеджменту формирования и продвижения туристического продукта в туристических организациях – развить необходимые умения и навыки для самостоятельного формирования и продвижения туристического продукта.

Задачи практики по менеджменту формирования и продвижения туристического продукта:

- формирование у студентов положительного отношения к профессии специалиста по в сфере туризма и гостеприимства;
- приобретение профессиональных качеств специалиста по туризму, расширение и углубление профессиональной подготовленности;
- приобретение навыков по процедурам создания и регистрации туристических организаций, порядка лицензирования и сертификации туристической деятельности;
- освоение современных теоретических и практических знаний, умений и навыков по формированию конкурентоспособных национальных пакетов туристических услуг, соответствующих мировым стандартам качества по обслуживанию иностранных туристов;
- освоение методик эффективного продвижения национальных туров, пакетов туристических услуг на международные туристические рынки;
- изучение затрат, включаемых в себестоимость туристических услуг;
- освоение моделей контроля качества обслуживания на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства.

В результате прохождения практики студент должен:

в рамках академических компетенций:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Проявлять инициативу и креативность, в том числе в нестандартных ситуациях.

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.

АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

в рамках социально-личностных компетенций:

СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

СЛК-4. Владеть навыками здоровьесбережения.

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

СЛК-6. Уметь работать в команде.

СЛК-7. Совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень, добиваться нравственного и физического совершенствования своей личности.

СЛК-8. Пользоваться одним из государственных языков Республики Беларусь, владеть иностранным языком как средством делового общения.

СЛК-9. Формировать и аргументировать собственные суждения и профессиональную позицию.

СЛК-10. Использовать в практической деятельности основы законодательства и правовых норм.

СЛК-11. Уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия.

СЛК-12. Обладать чувством ответственности.

обладая профессиональными компетенциями по видам деятельности, быть способным:

в организационно-управленческой деятельности

ПК-1. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей, планировать фонды оплаты труда.

ПК-2. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

ПК-3. Вести переговоры с другими заинтересованными участниками.

ПК-4. Готовить доклады, материалы к презентациям.

ПК-5. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.

ПК-6. Владеть современными средствами телекоммуникаций.

в проектно-аналитической деятельности

ПК-7. Разрабатывать инновационные технологии формирования и продвижения туров и пакетов туристических услуг.

ПК-8. Организовывать проведение маркетинговых исследований спроса и предложения на туристические услуги.

ПК-9. Анализировать и оценивать собранные данные.

ПК-10. Осуществлять разработку концепции программы тура и стоимости туристических услуг.

ПК-11. Обеспечивать разработку программ туристических маршрутов.

в производственно-технологической деятельности

ПК-12. Осуществлять серийное освоение результатов инновационного проектирования, проводить эффективную

туроператорскую, турагентскую, физкультурно-спортивную, рекреационно-оздоровительную, культурно-развлекательную деятельность по формированию, продвижению и реализации конкурентоспособной туристической продукции и услуг.

ПК-13. Сегментировать потребительский рынок для формирования туристических групп при организации маршрутов.

ПК-14. Оперировать деловыми логистическими приемами в профессиональной деятельности.

ПК-15. Принимать меры по обеспечению безопасности туристов в период путешествия, предоставлению страховых услуг участникам путешествия.

ПК-16. Предусматривать надежные способы связи туристов со спасательными службами, медицинскими учреждениями, органами охраны правопорядка местности, где осуществляется тур.

ПК-17. Разрабатывать экскурсионные маршруты; организовывать зрелищно-развлекательные программы; разрабатывать и организовывать спортивно-анимационные мероприятия, фестивали, слеты и пр.

ПК-18. Обеспечивать информационное сопровождение экскурсионных услуг на понятном для иностранных туристов языке.

ПК-19. Составлять планы проведения, сценарии спортивно-массовых, рекреационно - оздоровительных мероприятий.

ПК-20. Осуществлять эффективную организацию сервиса размещения, питания, развлечения, лечения и оздоровления, экскурсионно-сопроводительного, социокультурного и транспортного обслуживания туристов.

в научно-исследовательской и методической деятельности

ПК-21. Планировать направление научно-исследовательских работ в сфере туризма.

ПК-22. Квалифицированно проводить научные и мониторинговые исследования в туристической индустрии, сфере физической культуры и спорта.

ПК-23. Разрабатывать и использовать современное методическое обеспечение.

## **1.2 Базы практики**

Базами для проведения практики по менеджменту формирования и продвижения туристического продукта служат туристические организации г. Полоцка и г. Новополоцка (ЧУП «БелЮникс», компания «Викинг Туристик», ООО «АвиаТУР плюс», ЧУП «Фратекс», ЧТУП «АВВАТУР», турагентство «7 дорог», ОДО «Центр туристских услуг», ЧТУП «Мир вокруг нас», ООО «Алатан-тур» и др.), а также иные туристические предприятия на территории Республики Беларусь.

### 1.3 Организация проведения практики

Основанием для прохождения практики является приказ проректора по учебной работе. Практика по менеджменту формирования и продвижения туристического продукта проводится в два этапа: для студентов дневной формы получения высшего образования на 2 курсе, в пятом семестре (4 недели) и на 3 курсе в седьмом семестре (4 недели), для студентов заочной формы получения высшего образования на 2 курсе, в пятом семестре (4 недели) и на 4 курсе, в девятом семестре (4 недели). Практика организуется из расчёта 5 дней в неделю, по 6 часов в день. Общая продолжительность практики: 8 недель.

Учебно-методическое руководство практикой осуществляет кафедра истории и туризма историко-филологического факультета.

Кафедра истории и туризма, отвечающая за проведение практики:

- разрабатывает программу практики;
- совместно с деканатом готовит проекты решений по вопросам практики и приказ по практике;
- знакомит студентов с целями, задачами и программой практики, представляет информацию об организациях, в которых осуществляется проведение практики;
- проводит инструктаж по охране труда студентов;
- консультирует студентов по вопросам сбора и обработки практического материала для отчета;
- выполняет и своевременно устраняет недостатки в ходе проведения практики, а при необходимости сообщает о них руководству вузу и организации;
- после окончания практики организует принятие дифференцированного зачета у студентов.

Общее руководство практикой в организации возлагается на руководителя организации или иного уполномоченного им работника организации, которые осуществляют проведение практики в соответствии с программой практики.

Непосредственное руководство практикой студентов на объекте, в структурном подразделении организации осуществляет опытный работник организации, который назначается приказом руководителя организации.

На студентов в период практики распространяются законодательство об охране труда и правила внутреннего трудового распорядка организации; на принятых на работу на вакантные должности, распространяется также законодательство о труде.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

### 2.1 График проведения практики по менеджменту формирования и продвижения туристического продукта в 5 семестре

Таблица 1

Номер недели	Выполняемая работа	Продолжительность дней
1	<p>Организационное собрание в университете:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомление с программой практики;</li> <li>- оформление направлений на практику;</li> <li>- получение индивидуального задания;</li> <li>- проведение инструктажа по охране труда.</li> </ul>	1
	<p>Прибытие на место прохождения практики. Знакомство с организацией. Согласование индивидуального плана на 4 недели прохождения практики по менеджменту формирования и продвижения туристического продукта. Характеристика туристического предприятия. Изучение нормативных документов, определяющих порядок работы предприятия, тип, место расположения, материально-техническую базу, планировочные решения. Описание. Привести в приложении копии документов, регламентирующих деятельность туристического предприятия.</p>	4
2	<p>Организационно-управленческая деятельность:</p> <p>Анализ и оценка эффективности использования трудовых ресурсов (кадрового потенциала). Трудовые ресурсы туристического предприятия. Динамика, численность, состав структуры штата, движения кадров, производительности труда. Оценка эффективности использования труда. Необходимо: изучить организационную структуру управления туристическим предприятием, показать ее преимущества и недостатки, сделать предложения по совершенствованию; показать реализацию функций и методов менеджмента в практике руководства туристическим предприятием; проанализировать работу кадровой службы, формы и методы управления персоналом; выделить основные виды управленческих решений, принимаемых руководством предприятия, раскрыть процесс их принятия и реализации.</p>	5

3	Изучение организации труда работников туристического предприятия: основные категории работников и их функции; формы материальной ответственности и ее документальное оформление; организация рабочих мест и их соответствие современным требованиям; режим работы сотрудников фирмы; методы учета рабочего времени, изучить и представить формы участия различных категорий работников в управлении организацией.	5
4	Анализ маркетинговой деятельности предприятия: маркетинговая служба, ее состав; организация исследования рынка туристических услуг, отдельных сегментов (методы исследования, результативность); организация изучения спроса на туристический продукт (методы изучения спроса, использование результатов в практической деятельности) Определить коэффициент устойчивости спроса на туристический продукт за 1-3 месяца активного и «мертвого» сезонов (по выбору студента); произвести оценку уровня культуры обслуживания потребителей в туристическом предприятии.	3
	Сбор материалов для подготовки отчета по практике. Оформление отчета.	2
	Итого	20

## **2.2 График проведения практики по менеджменту формирования и продвижения туристического продукта в 7 семестре (9 семестре для студентов заочной формы получения высшего образования)**

Таблица 2

Номер недели	Выполняемая работа	Продолжительность дней
1	Характеристика рекламной деятельности туристического предприятия, используемой с целью продвижения на рынок и последующей продажи производимых туристических услуг. Изучить и дать характеристику рекламной деятельности турпредприятия, выполнить анализ эффективности рекламной деятельности в виде таблицы оценки эффективности рекламного объявления; расчета целевой аудитории и пересекающейся; мероприятий по повышению	5



	эффективности использования рекламы.	
2	<p>Маркетинговые исследования.</p> <p>Основные вопросы для наблюдения и анализа:</p> <p>Характеристика потребностей населения в туруслугах предприятия.</p> <p>Характеристика сегмента рынка предприятия.</p> <p>Характеристика маркетинговой стратегии предприятия. Особенности продукта и сервиса, товара предприятия. Характеристика маркетинговых коммуникаций, устанавливаемых на предприятии в процессе обслуживания клиентов.</p> <p>Основные методы стимулирования продаж, используемые на предприятии. Каналы распространения товаров и услуг.</p> <p>Культура обслуживания клиентов. Преодоление коммуникационных барьеров в общении с потребителями.</p>	5
3	<p>Формирование и продвижение туристического продукта.</p> <p>Этапы подготовки туристического продукта к реализации:</p> <p>порядок заключения договоров с предприятиями приема, размещения, питания, транспортного обеспечения (авиа, железнодорожный, автобусный), страховыми компаниями;</p> <p>методическое обеспечение;</p> <p>подготовка кадров;</p> <p>рекламно-информационное обеспечение.</p> <p>Реализация туристического продукта:</p> <p>реклама, виды рекламы в туристическом предприятии;</p> <p>анализ организации планирования рекламных мероприятий.</p> <p>формы и методы продажи туристического продукта на предприятии (провести анализ, дать оценку). Опыт продаж на туристических ярмарках;</p> <p>Организация продаж дополнительных услуг потребителям (перечень, доля в общем доходе реализации туристического продукта).</p> <p>Этапы разработки и утверждения туристического маршрута, тура, экскурсионных программ, программ активных форм туристической деятельности: туристических походов, туристических путешествий; предоставления основных и дополнительных услуг.</p>	5

4	<p>Организация работы, связанной с обеспечением и соблюдением туристических формальностей: паспортные, визовые, таможенные формальности, валютный контроль и обмен валюты; санитарный и эпидемиологический контроль.</p> <p>Экономическая характеристика туристического предприятия:</p> <p>Хозяйственно-правовая форма и учредители предприятия. Уставной капитал, источники его формирования, распределение между учредителями. Виды деятельности. Доля предприятия на рынке региона. Учетная политика туристического предприятия: наличие, характеристика, особенности составления.</p>	3
	<p>Сбор материалов для подготовки отчета по практике.</p> <p>Оформление отчета.</p>	2
	Итого	20

### **3. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

#### **3.1 Индивидуальное задание**

Каждому студенту на первом этапе практики надлежит выполнить индивидуальное задание: составить проект национального туристического продукта (уникального и не имеющего аналогов).

Необходимо составить характеристику турмаршрута (приложить: технологическую карту, информационный лист, паспорт маршрута, памятку туриста, буклет, смету).

На втором этапе необходимо разработать рекламную компанию по продвижению разработанного ранее в рамках практики туристического продукта.

#### **3.2 Порядок подготовки письменного отчета**

По каждому этапу практики по менеджменту формирования и продвижения туристического продукта составляется отчёт.

Отчёт должен содержать творческий анализ и обобщение проведённой работы с указанием своих достижений, недочётов и пожеланий для повышения профессиональной подготовки в качестве специалиста по туризму.

Структура отчета по практике:

- титульный лист (приложение 1);
- содержание;
- основной текст;
- список использованных источников;
- приложение.

Объём отчета 10-15 страниц.

Все материалы сшиваются в папку или переплетаются.

Отчет оформляется в соответствии с требованиями технических нормативных правовых актов, предъявляемых к текстовым документам.

Отчёт по практике должен быть подписан руководителем практики от организации.

#### **3.3 Подведение итогов практики**

Дифференцированный зачет студент может сдавать руководителю практики от кафедры в течении первых двух недель следующего учебного года, так как практика проходит после летней экзаменационной сессии.

При проведении дифференцированного зачета студент представляет отчет о выполнении программы практики и письменный отзыв непосредственного руководителя практики от организации о прохождении практики студентом.

Студент, не выполнивший программу практики, получивший неудовлетворительную отметку при сдаче дифференцированного зачета руководителю практики от кафедры, повторно направляется на практику в свободное от обучения время.

Министерство образования Республики Беларусь  
Учреждение образования «Полоцкий государственный университет»

Историко-филологический факультет  
Кафедра истории и туризма

**ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ**  
**практики по менеджменту формирования и продвижения турпродукта**  
на \_\_\_\_\_  
в период с «\_\_\_» по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Студента (ки) историко-филологического факультета

2 курса группы \_\_\_ ТГ \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_, (ФИО)

Руководитель практики  
от кафедры \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (ФИО)

Руководитель практики  
от организации \_\_\_\_\_ (подпись) \_\_\_\_\_ (ФИО)

Новополоцк 20\_\_\_\_ г.