

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
 ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
 УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
 «РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:  
 Декан Естественно-географического  
 факультета

С.В. Жеглов



(подпись)

(И.О. Фамилия)

« 31 » августа 2020 г.

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

**Производственная практика**

**Преддипломная**

Уровень основной профессиональной образовательной программы  
 бакалавриат

Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) подготовки Гостиничная деятельность

Форма обучения очная

Сроки освоения ОПОП Нормативный 4 года

Курс, семестр, трудоемкость 4 курс, 8 семестр, 216 часа, 6 з.е. (4 недели)

Факультет (институт) Естественно-географический

Кафедра Экономической и социальной географии и туризма

Рязань, 2020

## **1. ВИД (ТИП) ПРАКТИКИ**

### **Производственная практика (преддипломная практика)**

## **2. ЦЕЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Целями проведения преддипломной практики являются: получение навыков проектирования гостиничного продукта, закрепление теоретических знаний, приобретение практического опыта научной и производственной работы по своей специальности; осуществление общего ознакомления с деятельностью предприятия сферы гостеприимства и общественного питания; изучение работы различных служб управления гостиничного предприятия; закрепление и развитие навыков анализа и оценки функциональной деятельности различных подразделений предприятия гостеприимства и общественного питания, выявления направлений совершенствования профессиональной деятельности в различных подразделениях предприятия гостеприимства и общественного питания, сбор и структурирование практического материала для подготовки выпускной квалификационной работы; закрепление и расширение теоретических знаний студентов, приобретение более глубоких практических навыков применительно к специальности и профилю будущей работы; сбора, обобщения и анализа материалов для ВКР; изучение специфики функционирования предприятий и организаций гостеприимства и общественного питания разных форм собственности.

В процессе прохождения производственной практики (преддипломной практики) студенты овладевают навыками и компетенциями проектирования гостиничного продукта, продукта сферы общественного питания, разработки сбытовой стратегии. Совершенствуют и практически применяют теоретические знания о разработке продукта предприятия гостеприимства и общественного питания с учетом технологических и социально-экономических требований.

## **3. ФОРМЫ И СПОСОБЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

дискретная

## **4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО УНИВЕРСИТЕТА**

Производственная практика (преддипломная практика) реализуется в рамках обязательной части Блока 2.

Данная практика является завершающей в системе подготовки бакалавров направления подготовки «Гостиничное дело» профиль «Гостиничная деятельность».

Производственная практика (преддипломная практика) является обязательной и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Проходит практика в соответствии с программой, разработанной ведущей кафедрой. Срок проведения практики устанавливается в соответствии с учебным планом.

Прохождение практики является важной составляющей заключительного этапа подготовки бакалавров направления подготовки Гостиничное дело. Она

позволяет соединить накопленные в процессе обучения теоретические знания с практическим опытом в сфере туризма и гостеприимства. Данный вид практики является логическим продолжением других видов практики студентов.

Для ее проведения необходимы знания таких дисциплин как: Информационно-коммуникативные технологии в сфере гостеприимства и общественного питания, Менеджмент организаций сферы гостеприимства и общественного питания, Экономика организаций сферы гостеприимства и общественного питания, Маркетинг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, Технологии и организация обслуживания на предприятиях сферы гостеприимства и общественного питания, Организация обслуживания лиц с ограниченными возможностями, Организация службы приема и размещения, Экономика гостиничного предприятия, Технологии продвижения и продаж в сфере гостеприимства и общественного питания, Реклама в гостиничном бизнесе, Проектирование гостиничной деятельности.

Указанные дисциплины содержательно дополняют друг друга, являются «входными», дают необходимую для прохождения практики теоретическую подготовку по важнейшим дидактическим единицам и формируют такие знания, умения и готовности обучающихся как:

- организационные основы профессиональной деятельности предприятий гостеприимства и общественного питания,
- структуру индустрии гостеприимства и общественного питания,
- особенности и структуру гостиничного продукта,
- особенности организации деятельности гостеприимства и общественного питания в России и за рубежом
- требования к информационной безопасности индустрии гостеприимства и общественного питания;
- методы и принципы разработки, принятия и реализации управленческих решений на всех уровнях управления гостиницей и предприятия общественного питания;
- уметь применять теоретические знания и навыки работы при решении практических задач в профессиональной деятельности гостеприимства и общественного питания;
- владеть навыками анализа и обобщения полученной информации связанной с решением конкретных задач профессиональной деятельности предприятия гостеприимства и общественного питания;
- формирование системы функциональных процессов гостиниц и других средств размещения;
- анализировать исполнение профессиональных стандартов и технологий деятельности служб и подразделений предприятия гостеприимства и общественного питания;
- анализировать организационную систему формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей

- перечень стандартов работ и служб и подразделений предприятия гостеприимства и общественного питания;
- перечень технологических регламентов и инструкций предприятия гостеприимства и общественного питания;
- цикл гостиничного обслуживания и роль подразделений на каждом этапе
- характеризовать основные технологические, трудовые и информационные процессы осуществляемые в службах и подразделениях предприятия гостеприимства и общественного питания;
- процедуры построения контактов с клиентами гостиницы, эффективность работы с жалобами и просьбами и обращениями клиентов, работу с интернет-форумом гостиницы;
- виды и формы информационного сопровождения деятельности предприятий гостеприимства и общественного питания;
- квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников гостиницы: службы приема и размещения, службы обслуживания гостиничного фонда, службы питания;
- характеризовать основные показатели финансово-экономической деятельности предприятия гостеприимства и общественного питания;
- механизмы координации деятельности функциональных подразделений и служб гостиницы (совещания контакты менеджеров дежурных служб, передача смен, согласование рабочих планов и др.);
- анализировать процесс контроля и оценки качества обслуживания на предприятии гостеприимства и общественного питания и безопасности услуг;
- характеризовать критерии качества предоставления услуг применяемые в исследуемом предприятии гостеприимства и общественного питания;
- план маркетингового исследования рынка (регионального, местного районного и др.) гостиничных услуг и услуг питания, выбрать критерии для сравнения;
- выявлять и характеризовать целевой рынок предприятия гостеприимства и общественного питания;
- новые формы обслуживания потребителей в исследуемом предприятии гостеприимства и общественного питания;
- характеризовать информационные и коммуникационные технологии, применяемые на предприятии гостеприимства и общественного питания;
- характеризовать материальные и нематериальные механизмы мотивации персонала предприятия гостеприимства и общественного питания.

#### 4.1. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Прохождение данной практики направлено на формирование у обучающихся универсальных (УК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики		
			В результате прохождения практики обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть
1.	ОПК-1 Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере гостеприимства и общественного питания	ОПК-1.2. Осуществляет поиск и применяет технологические новации в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.	Источники научной информации, современные технологии индустрии гостеприимства и общественного питания	Анализировать современные технологии, применяемые в сфере гостеприимства и общественного питания	Навыками работы с источниками научной информации, поиском современных технологий, применяемых в индустрии гостеприимства и общественного питания
		ОПК-1.3. Использует современные информационно-коммуникационные технологии специализированное программное обеспечение в организациях сферы гостеприимства и общественного питания.	Информационные технологии и современное программное обеспечение, применяемое на предприятиях гостеприимства и общественного питания	Находить современные информационно-коммуникационные технологии для внедрения на предприятия индустрии гостеприимства и общественного питания	Навыками работы с современным программным обеспечением, применяемым на предприятиях гостеприимства и общественного питания
2.	ОПК-2 Способен обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства и общественного	ОПК-2.2. Использует основные методы и приемы планирования, организации, координации и контроля деятельности подразделений организаций	Методы, этапы и формы планирования, организации, координации, мотивации, контроля	Анализировать методы мотивации работников сервисного предприятия, формы и виды контроля деятельности подразделен	Навыками применения функций управления в деятельности предприятия гостеприимства и общественного питания, организации

	питания	сферы гостеприимства и общественного питания	деятельность и структурных подразделений сферы гостеприимства и общественного питания,	ий, этапы планирования и определения потребностей отделов в материальных ресурсах и персонале	контроля за деятельностью подразделений сервисного предприятия
3.	<b>ОПК-3</b> Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.2. Обеспечивает, требуемое отечественными и международными стандартами, качество процессов оказания услуг в сфере гостеприимства и общественного питания (ИСО 9000, ХАССП, ГОСТ, интегрированные системы)	Содержание отечественных, международных стандартов качества услуг в сфере гостеприимства и общественного питания	Анализировать и сравнивать международные и отечественные стандарты, регулирующие качество оказываемых услуг предприятий гостеприимства и общественного питания	Разрабатывать услугу предприятия гостеприимства и общественного питания с учетом отечественных и международных стандартов качества.
4.	<b>ОПК-4</b> Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ОПК-4.2. Осуществляет продажи услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе с помощью онлайн технологий	Нормативные требования к организации продаж предприятий гостеприимства и общественного питания, сбытовую стратегию	Применять нормативные требования при организации сбыта услуг в сфере гостеприимства и общественного питания	Навыками характеристики сбытовой стратегии предприятий гостеприимства и общественного питания, организации сбытовых каналов, применения онлайн технологий.
		ОПК-4.3. Осуществляет продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет	Технологии продвижения услуг предприятий гостеприимства и общественного питания, коммуникационные стратегии	Характеризовать современные технологии продвижений услуг предприятий гостеприимства и общественного питания, рекламные компании предприятий	Навыками организации продвижения услуг предприятий гостеприимства и общественного питания, в том числе в сети Интернет, разрабатывать фирменный стиль предприятия, рекламу
5.	<b>ОПК-5</b> Способен	ОПК-	Экономичес	Анализируют	Навыками

	<p>принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности</p>	<p>5.2.Способен выполнять сопоставление экономических показателей и обосновано выбирать наиболее эффективное решение</p>	<p>кие показатели, характеризующие деятельность гостиничной индустрии и общественного питания, основные тенденции и направления развития гостиничной индустрии</p>	<p>ть факторы, влияющие на развитие индустрии гостеприимства и общественного питания, роль гостиничной индустрии в мировой экономике</p>	<p>сопоставления экономических показателей деятельности индустрии гостеприимства и общественного питания, характеристики влияния факторов на развитие индустрии гостеприимства и общественного питания</p>
		<p>ОПК-5.3. Способен рассчитывать показатели экономической эффективности производственной деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания и определять способы их достижения</p>	<p>Структуру отрасли, виды экономической деятельности ; экономические границы отрасли, развитие экономики ИГ в рыночных условиях, основные показатели, характеризующие использование средств размещения, занятость в сфере гостеприимства и общественного питания, мировые туристские потоки, доходы от индустрии гостеприимства</p>	<p>Анализировать виды экономической деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания, показатели экономической эффективности производственной деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания, анализировать источники доходов</p>	<p>Навыками расчетов показателей экономической эффективности производственной деятельности в сфере гостеприимства и общественного питания, оценивать занятость в индустрии, источники формирования доходов в индустрии, туристскую ренту</p>
6.	<p><b>ОПК-6</b> Способен применять</p>	<p>ОПК-6.2. Соблюдает</p>	<p>Знает нормативно-</p>	<p>Находить основные</p>	<p>Применять основные</p>

	законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности	законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности	правовые акты РФ, международное право действующее в индустрии гостеприимства и общественного питания	законодательные акты РФ, а также нормы международного права в сфере индустрии гостеприимства и общественного питания	нормативно-правовые акты как РФ, так и международные в деятельности предприятий сферы гостеприимства и общественного питания
		ОПК-6.3. Обеспечивает документооборот в соответствии с нормативными требованиями	Систему документооборота с учетом действующих нормативных требований	Характеризовать виды документооборота, принципы организации документооборота на предприятии	Навыками создания, обработки, приема, передачи, хранения и архивирования документов на предприятии
7.	<b>ОПК-7</b> Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	ОПК-7.1. Обеспечивает безопасность обслуживания потребителей услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Нормативная правовая база в сфере охраны труда, трудовое законодательство Российской Федерации, законодательство Российской Федерации о техническом регулировании, о промышленной, пожарной, транспортной, радиационной, конструкционной, химической, биологической безопасности, о санитарно-эпидемиологическом благополучии населения	применять государственные нормативные требования охраны труда при разработке локальных нормативных актов; применять нормативные правовые акты и нормативно-техническую документацию в части выделения в них требований, процедур, регламентов, рекомендаций для адаптации и внедрения в локальную нормативную документацию	Навыками применения нормативных правовых актов, содержащие государственные нормативные требования охраны труда, межгосударственных, национальных и международных стандартов в сфере безопасности и охраны труда при осуществлении деятельности предприятия
8.	<b>ПК-1</b> Способен применять технологии обслуживания с учетом	ПК-1.1. Формирует спецификацию услуг организаций	Понятие услуги, отличие услуги от товара,	Анализировать требования к оказываемой услуге, а также способы	Навыками формирования спецификации оказываемой услуги



	технологических новаций сфере в избранной профессиональной сфере.	сферы гостеприимства и общественного питания на основе современных технологий.	подходы к организации услуг сферы гостеприимства и общественного питания	определения ее качества	предприятием гостеприимства и общественного питания
		ПК-1.2. Применяет современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, отвечающих требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности	Требования к организации услуг предприятий гостеприимства и общественного питания, стандарты качества услуг, современные технологии оказания услуг	Анализировать требования потребителей к услуге, характеризовать качественные характеристики и услуги предприятия гостеприимства и общественного питания	Навыками применения современных технологий для оказания услуг соответствующего качества предприятий гостеприимства и общественного питания
9.	ПК-2 Способен проектировать объекты профессиональной деятельности	ПК-2.1. Определяет цели и задачи проекта, составляет технико-экономическое обоснование проектов, реализуемых организациями избранной сферы профессиональной деятельности	нормативно-правовую документацию по проектированию гостиничной деятельности. особенности и виды гостиничного продукта, правила проектирования номерного фонда, общественных помещений гостиницы, рекреационных зон, жилых номеров,	определять состав и содержание проекта гостиницы применять современные технологии и методы проектирования для проектирования функциональных процессов гостиниц и других средств размещения	планирования основных направлений гостиничной деятельности, проектирования различных групп помещений гостиницы, формирования документационного обеспечения проектной деятельности
		ПК-2.2. Осуществляет процесс проектирования и реализации проектов в организациях избранной сферы профессионально	современные технологии формирования гостиничного продукта в соответствии с требованиями потребителей, правила проектирован	использовать методы технологических расчетов и принципы разработки объемно-планировочных решений средств	вопросами зонирования гостиничного предприятия на начальном этапе проектирования; разработкой организационных мер деятельности гостиничного

		й деятельности	ия гостиницы с учетом требований противопожарной безопасности.	размещения; применять современные технологии и методы проектирования гостиничной деятельности, производить планировку и оснащение рабочих мест в соответствии с требованиями НОТ	предприятия по успешному проектированию гостиничной деятельности.
10	ПК-3 Способен обеспечить формирование и внедрение корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания, соответствия отраслевым стандартам сервиса	ПК-3.1. Разрабатывает внутренние стандарты и регламенты процессов обслуживания на уровне подразделения организации избранной сферы деятельности	Знает нормативные локальные документы, регламентирующие деятельность подразделений предприятий гостеприимства и общественного питания	Соотносить локальные нормативные акты с действующими стандартами, регламентирующими процесс оказания услуги в сфере гостеприимства и общественного питания	Навыками разработки внутренних стандартов и регламентов, способствующих организации процессов обслуживания на уровне подразделений на предприятии гостеприимства и общественного питания
		ПК-3.2. Обеспечивает внедрение разработанных стандартов и регламентов в практическую деятельность организации избранной профессиональной сферы	Подходы к разработке локальных стандартов, регламентирующих качество оказываемых услуг предприятия гостеприимства и общественного питания	Определять содержание локальных регламентов и стандартов качества оказываемых услуг подразделениями предприятия гостеприимства и общественного питания	Навыками разработки локальных регламентов и стандартов качества в соответствии с действующими нормативно-правовыми актами для оказания качественной услуги
		ПК-3.3. Организует работу по подготовке и прохождению процедуры соответствия действующим общеотраслевым стандартам и системам сертификации на уровне	Принципы государственного регулирования сферы гостеприимства, цели и задачи стандартизации и сертификации сферы гостеприимства	Анализировать законодательство, регулирующее процессы стандартизации и сертификации сферы гостеприимства, применять различные виды	Основными действующими национальными стандартами в сфере гостеприимства, знаниями организации и обеспечения контроля качества сферы гостеприимства, специфику

		департаментов (служб, отделов) организации избранной сферы деятельности	а, категории и основные виды стандарты в России.	стандартов на практике, проводить сертификацию по правилам, установленным законодательством сферы гостеприимства	стандартизации и сертификации гостиничной деятельности

#### 4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

Основной формой оценочного средства по производственной практики (преддипломной практики) является отчет.

Отчет по производственной практики (преддипломной практики) включает в себя выполнение индивидуального задания студента, связанного с темой ВКР, анализ деятельности предприятия гостеприимства и общественного питания, на котором обучающийся проходит практику, разработанный индивидуальный проект, связанный с темой ВКР и индивидуальным заданием, отзыв руководителя предприятия – базы практики.

### 5. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В НЕДЕЛЯХ

Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц, 4 недель.

### 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Этапы практики	Содержание деятельности обучающихся	Трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
			Контактная работа	Иные формы	
1	Подготовительный этап	<p>1.1 Проводится предварительное собрание по производственной практике. На данном этапе студент работает с фактическим (в том числе статистическим) материалом, электронными ресурсами, методической, научной и учебной литературой для усиления теоретической подготовки к преддипломной практике. Контроль этапа осуществляет факультетский руководитель практики</p> <p>1.2 Проводится подготовка необходимой документации, выбор базы прохождения преддипломной практики, проведение инструктажа по технике безопасности.</p>	<p>Участие в установочной конференции(1 час)</p> <p>Прохождение инструктажа по охране труда и технике безопасности (0,7 часа)</p>	40	<p>Устное собеседование</p> <p>Установочная конференция</p> <p>Журнал ТБ</p>

		1.3 Участвует в установочной конференции, на которой происходит установление целей и задач производственной практики (преддипломной практики)			
2	Производственный этап	<p>2.1 Обучающиеся направляются в места прохождения преддипломной практики. Знакомятся с предприятием, учредительными и нормативными документами, организационно-правовой формой, организационной структурой управления, должностными обязанностями основных категорий работников. Собирают материал, необходимый для выполнения индивидуального задания и выпускной квалифицированной работы</p> <p>2.2 Обучающиеся проводят анализ хозяйственной деятельности предприятия. Поводят анализ маркетинговой среды туристского предприятия. Изучают систему работы с клиентами.</p> <p>2.3 Составляют схемы производственной и организационной структур управления предприятием. Описать систему планирования, примеры расчета планируемых показателей.</p> <p>2.4 Описывает систему учета предприятия, привести примеры. Дать характеристику учетной политики предприятия. Перечислить партнеров предприятия и описать способы взаимодействия с ними.</p>	Консультации руководителей практики от Университета и от профильной организации (1 час)	70	Индивидуальные отчеты
		<p>2.5 Описать методы проектирования и реализации туристского продукта с использованием информационных коммуникативных технологий. Дать характеристику работы в трудовом коллективе предприятия, способов организации работы исполнителей.</p> <p>2.6 Описывают приемы эффективного общения с потребителями предприятия гостеприимства и общественного питания.</p>		60	
3	Аналитический этап	3.1 Анализируют и обрабатывают собранную информацию в	Консультации	32	Индивидуальное задания и Отчет

		<p>области деятельности предприятия гостеприимства и общественного питания с использованием информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>3.2 Анализируют и обобщают собранные данные по теме выпускной квалификационной работы.</p> <p>3.3 Оформляет индивидуальное задание. Завершает сбор и анализ материала для ВКР, оформляет макет ВКР при консультациях с научным руководителем.</p>	руководители практики от Университета и от профильной организаци и (0,15 часа)		Макет ВКР
4	Отчетный	4.1 На данном этапе студент сдает, а групповой руководитель проверяет Отчет по преддипломной практике. Студент, не сдавший Отчет в установленные сроки или не внесший необходимые исправления и дополнения по рекомендации группового руководителя, считается не аттестованным по преддипломной практике. Студенты, вовремя сдавшие Отчеты и не имеющие по ним нареканий, допускаются к защите на итоговой конференции.	консультации руководителей практики от Университета (1 час)	4	Проверка готовых отчетов и дневников
5	Итоговый этап	5.1 На данном этапе обучающиеся участвуют в итоговой конференции по производственной (преддипломной) практике, на которой выступают с презентацией своих Отчетов, рассказывают о важных и интересных моментах практики, анализируют удачные эпизоды практики и ошибки, высказывают мнения о практике и пожелания по ее усовершенствованию. Слушают отчет группового руководителя об итогах практики. Преддипломная практика завершается выставлением зачета в ведомость и зачетные книжки студентов.	Участие в итоговой конференции (2 часа)  Прохождение промежуточной аттестации (0,15 часа)	4	Итоговая конференция  Оценка за практику
<i>Итого часов по практике:</i>			6	210	

## 7. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

В период прохождения Производственной практики (преддипломной практики) обучающийся поэтапно формирует пакет документов, необходимых для промежуточной аттестации по итогам практики. Данные документы в установленные сроки студент предоставляет на выпускающую кафедру: индивидуальное задание (согласованное с руководителем практики от профильной организации); совместный рабочий график (план) проведения практики; отчет; характеристика с места прохождения практики. По итогам прохождения производственной практики (преддипломной практики) выставляется дифференцированный зачет.

Дифференцированный зачет по практике приравнивается к зачетам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости обучающихся.

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

### 8.1 Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1	Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 338 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/450320">https://urait.ru/bcode/450320</a> (дата обращения: 12.04.2020).
2	Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/453850">https://urait.ru/bcode/453850</a> (дата обращения: 12.04.2020).
3	Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09532-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/453848">https://urait.ru/bcode/453848</a> (дата обращения: 05.04.2020).

### 8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год
1	2
1	Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание : учебное пособие для вузов / С. Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05141-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/454312">https://urait.ru/bcode/454312</a> (дата обращения: 12.04.2020).
2	Загорская, Л. М. Маркетинг услуг : учебное пособие / Л. М. Загорская, В. А. Назаркина. — Новосибирск : НГТУ, 2017. — 130 с. — ISBN 978-5-7782-3207-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/118544">https://e.lanbook.com/book/118544</a> (дата обращения: 01.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3	Чуваткин, П. П. Управление персоналом гостиничных предприятий : учебник для вузов / П. П. Чуваткин, С. А. Горбатов ; под редакцией П. П. Чуваткина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12384-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/447423">https://urait.ru/bcode/447423</a> (дата обращения: 13.04.2020).
4	Лежнин, В.В. Локальные системы сферы туризма: управление и инновации / В.В. Лежнин, А.Н. Полухина ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2019. — 182 с. : табл., граф., схем., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=570636">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=570636</a> (дата обращения: 01.04.2020). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-8158-2106-4. — Текст : электронный.
5	Развитие предпринимательства и бизнеса в современных условиях: методология и организация: Монография / Под общей редакцией ректора Финансового

	университета при Правительстве Российской Федерации, д.э.н., профессора М.А. Эскиндарова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 466 с.
6	Мотышина, М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10440-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/456053">https://urait.ru/bcode/456053</a> (дата обращения: 13.04.2020).
7	Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/454344">https://urait.ru/bcode/454344</a> (дата обращения: 12.04.2020).
8	Родигин, Л.А. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве: лекции / Л.А. Родигин, Е.Л. Родигин. — Москва : Советский спорт, 2014. — 208 с. : табл., схем., ил. — (Профессиональное туристское образование). — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=438479">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=438479</a> (дата обращения: 01.04.2020). — Библиогр.: с. 182-183. — ISBN 5-9718-0743-8. — Текст : электронный.
9	Экономика отраслевых рынков. Формирование, практика и развитие. Самозанятость населения. Правовое и экономическое регулирование [Электронный ресурс]: сборник материалов межвузовской научной конференции и круглого стола/ О.В. Аксёнова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2017.— 272 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/70886.html">http://www.iprbookshop.ru/70886.html</a> .— ЭБС «IPRbooks»
10	Пенкина, Н. В. Туристско-рекреационный комплекс: теоретико-методологические подходы к анализу : 2020-03-05 / Н. В. Пенкина. — Нижневартовск : НВГУ, 2017. — 173 с. — ISBN 978-5-00047-411-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/136229">https://e.lanbook.com/book/136229</a> (дата обращения: 01.04.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
11	Полухина, А.Н. Оценка эффективности стратегических программ развития туризма (на примере Приволжского федерального округа) : монография / А.Н. Полухина, В.П. Рукомойникова ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2015. — 276 с. : схем., табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=459504">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=459504</a> (дата обращения: 01.04.2020). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-8158-1574-2. — Текст : электронный.
12	Развитие предпринимательства и бизнеса в современных условиях: методология и организация: Монография / Под общей редакцией ректора Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, д.э.н., профессора М.А. Эскиндарова. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 466 с.
13	Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02621-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/431801">https://urait.ru/bcode/431801</a> (дата обращения: 12.04.2020).
14	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/432145">https://urait.ru/bcode/432145</a> (дата обращения: 09.04.2020).
15	Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия : учебник для среднего профессионального образования / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 336 с. —

	(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07185-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/451271">https://urait.ru/bcode/451271</a> (дата обращения: 09.04.2020).
16	Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11785-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/450865">https://urait.ru/bcode/450865</a> (дата обращения: 09.04.2020).

### 8.3 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы, Интернет-ресурсы

1. Сайт «Университетская библиотека Online» - URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения 18.11.2019)
2. Сайт электронной библиотеки диссертаций Российской государственной библиотеки. URL: <https://www.rsl.ru/> (дата обращения 18.11.2019)
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – URL: <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 18.11.2019)
4. Сайт научной библиотеки РГУ им. С.А. Есенина . – URL: <http://library.rsu.edu.ru/> (дата обращения 18.11.2019)
5. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://www.biblio-online.ru/> (дата обращения 18.11.2019)
6. Академия Google – поисковая система, разработанная специально для студентов, ученых и исследователей, предназначена для поиска информации в онлайн-официальных академических журналах и материалах, прошедших экспертную оценку <https://scholar.google.ru/> (дата обращения 18.11.2019)
7. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань». – URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 18.11.2019)
8. Российское образование – федеральный портал, где представлены нормативные документы, государственные образовательные стандарты, публикации - <http://www.edu.ru/> (дата обращения 18.11.2019)

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

### 9.1 Информационные технологии

При проведении практики возможно использование следующих информационных технологий: использование сервисов электронной почты и социальных сетей для обмена оперативной информацией; дистанционное консультирование посредством университетской системы e-learn.rsu.edu.ru; работа в электронных библиотечных системах; мультимедийные презентации проектов, отчетов по практике.

### 9.2 Требования к программному обеспечению

#### Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
-------------	------------



Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

### **Стандартный набор ПО (для кафедральных ноутбуков):**

Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows <sup>1</sup>	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

## **10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ**

Местом проведения практики (базой практики) являются предприятия индустрии гостеприимства и общественного питания. Кафедра формирует банк данных о базах практики, который ежегодно обновляется и дополняется. В случае возможности долговременного сотрудничества кафедры с предприятиями по организации производственной практики студентов и необходимости его юридического оформления, может быть заключен договор-соглашение между университетом и предприятием о проведении производственной практики студентов. Производственную практику (преддипломную практику) обучающийся должен пройти на предприятии (организации) сферы гостеприимства и общественного питания, выполнить индивидуальное задание, подготовить и защитить отчет по практике. Время прохождения практики – апрель - май. В качестве постоянной базы производственной практики (преддипломной практики) используются мощности предприятий рекреации и туризма: Конгресс-отель Форум, Пик-отель, А-лива, Старый город, Парк-отель Фестиваль, Парк-отель Сова. Для полноценного прохождения производственной практики (преддипломной практики) в необходимо

наличие компьютерной техники, оргтехники, возможности выхода в сеть Интернет, телефона, факса, электронной почты.

## **11. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРАКТИКИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Практика для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Выбор мест прохождения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с учетом их доступности для данной категории обучающихся.

## **12. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И МАТЕРИАЛЫ**

Задания к преддипломной практике

### **Задание 1. План характеристики деятельности предприятия**

При выполнении данного задания необходимо провести анализ предприятия, на котором студент проходит преддипломную практику на основе изучения организационных и иных документов предприятия, интервьюируя руководителя предприятия. Характеристика предприятия дается в соответствии с предложенным планом.

#### *1. Предприятие.*

Название предприятия (полное и сокращенное), организационно-правовая форма предприятия, адрес (юридический и фактический).

Отраслевая принадлежность – дается на основании ОКВЭД, ОКУН.

Виды деятельности предприятия (основные и дополнительные).

Учредительные и нормативные документы.

Миссия организации.

Краткая история деятельности предприятия.

Государственное регулирование отрасли, в которой действует предприятие.

Этап жизненного цикла, на котором находится предприятие, оценка перспектив дальнейшего развития предприятия.

Анализ местоположения предприятия (центр, спальный район, пригород, транспортная доступность, близость остановок, наличие парковки, «соседи» предприятия).

#### *2. Организационная структура управления предприятием.*

Схема организационной структуры управления предприятием, звенья и уровни управления.

Структурные подразделения предприятия, их функции, взаимодействие подразделений. Нормы, правила, процедуры распределения прав и обязанностей, иерархия подчинения на предприятии.

Основные методы и стили управления, применяемые на предприятии.

Конкурентные стратегии, используемые предприятием (лидерство по затратам, индивидуализация, фокусирование и др.).

Планирование деятельности предприятия (текущее и оперативное планирование), долгосрочные цели предприятия.

Организация контроля деятельности предприятия и его подразделений (методы контроля, объекты контроля, система стандартов контроля предприятия).

Взаимодействие руководителей подразделений, их должностные обязанности.

Наличие информационных систем управления.

Система коммуникаций на предприятии.

#### *3. Подразделение, в котором студент проходит практику*

Характеристика подразделения (Положение о структурном подразделении: место в оргструктуре, основные функции, количество сотрудников, руководство подразделением, взаимодействие с другими подразделениями).

Должностные инструкции работников подразделения.

#### *4. Характеристика деятельности предприятия.*

Характеристика основного продукта или услуги предприятия.

Характеристика дополнительных продуктов или услуг оказываемых предприятием.

Материально-техническая база предприятия (основные средства, нематериальные активы, оборотные активы).

Объем реализованной продукции (среднее количество проданных туров, среднее количество туристов, которое обслуживает предприятие за год).

Рентабельность по основному виду деятельности предприятия. Подходы к нормированию оборотных средств.

Квалификационные требования, предъявляемые к работникам руководством предприятия. Их соответствие Постановлению Министерства труда и социального развития «Квалификационные требования (профессиональные стандарты)», а также квалификационным характеристикам Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий.

Оценка результатов труда и система стимулирования работников на предприятии.

Численность работающих на предприятии, возрастная и половая структура работников, профессионально-образовательная структура персонала,

Стандарты, применяемые на предприятии.

Нормирование труда работников: нормы времени работы горничных, администраторов и представителей других подразделений. Графики работы персонала, применяемые на предприятии.

Стратегия маркетинга, применяемая на предприятии (продуктовая, ценовая, сбытовая, коммуникационная).

Особенности организации сбыта продукта (услуги), структура каналов сбыта.

Рекламная деятельность предприятия: виды и средства используемые в рекламе предприятия, частота упоминания предприятия в СМИ и Интернете.

Тенденция внедрение новых услуг на предприятии, деятельность по разработке и внедрению новых туров.

Система маркетинговой информации. Применение методов исследования туристского рынка. Способы использования полученной информации.

Конкурентоспособность оказываемых услуг (результаты сравнения «своих» продуктов и услуг с продуктами и услугами конкурентов, данные о спросе).

Анализ сайта гостиничного предприятия. Соответствие сайта нормативным требованиям.

Оценка уровня осведомленности о гостиничном предприятии и предлагаемых им услугах, восприятие имиджа компании, представления о качестве услуги и уровне обслуживания на предприятии в регионе, в котором действует фирма.

Анализ клиентов предприятия: социальное положение, референтные группы, род занятий, экономическое положение, культурная среда существования туриста.

Доля, занимаемая предприятием на туристском рынке региона.

Факторы успеха в конкурентной борьбе на рынке.

Оценка основных конкурентов предприятия: организационно-правовая форма; численность персонала; активы; доступ к другим источникам средств; объемы продаж; доля рынка; рентабельность; руководители фирмы; наличие и размеры сети филиалов; перечень основных видов услуг; другие количественные данные (например, стоимость услуг, расходы на рекламу и т.д.), репутация конкурентов; известность, престиж; опыт руководства и сотрудников; частота трудовых конфликтов; приоритеты на рынке; гибкость маркетинговой стратегии; эффективность продуктовой стратегии; работа в области внедрения на рынок новых продуктов; ценовая, сбытовая и коммуникационная стратегии; организация

маркетинга; контроль маркетинга; уровень обслуживания клиентов; приверженность клиентов; реакция конкурентов на изменение рыночной ситуации.

##### 5. Анализ маркетинговой среды предприятия

Характеристика и анализ факторов внутренней среды (организация управления, технологии, основные средства, персонал и др.).

Характеристика и анализ факторов внешней среды:

- характеристика возможных покупателей предлагаемых услуг (по трем-четырем основным характеристикам, например демографическим, экономическим, социальным, психологическим и т. п.) и их потребностей.

- факторы, формирующие покупательские предпочтения и влияющие на их рыночное поведение, потребности, неудовлетворенные предоставленными услугами;

- анализ поставщиков и смежников предприятия, их краткая характеристика, виды предоставляемых услуг предприятию (транспортные, гостиничные предприятия, предприятия питания, страховые и кредитные компании);

- основные конкуренты предприятия: намерения конкурентов, текущие стратегии конкурентов (лидерство в области затрат; дифференциация; концентрация), возможности конкурентов.

##### 6. Проведите анализ туристского рынка региона, на котором действует предприятие.

- регион, в котором действует предприятие: площадь, численность населения, возрастной состав населения, уровень экономического развития, относительно соседних регионов, группы влияния в регионе;

- социально-культурная характеристика: здоровье, образование и социальная мобильность населения, общественное мнение, нормы поведения и ограничения, уровень и стиль жизни и т.д.;

- масштаб рынка (его емкость, объем продаж туристского продукта и услуг, количество предприятий, действующих на туристском рынке региона, выделите турагентов и туроператоров, укажите основные туристские направления, по которым они работают);

- тип рынка (конкурентный, монополистический, и т.д.);

- наличие сезонных колебаний спроса и их влияние на деятельность предприятия;

- основные туристские направления, предлагаемые турпредприятиями, средние цены на рынке по предлагаемым турам, предприятия с максимальной и минимальной ценой на схожие турпродукты.

##### 7. Проведите SWOT-анализ предприятия.

Укажите перспективы дальнейшего развития предприятия, исходя из результатов SWOT-анализа.

Результат анализа деятельности предприятия отражается в Отчете отдельной главой. Описание должно сопровождаться графиками, диаграммами и статистическим материалом 8. Проведите анализ соответствия услуг предприятия - базы практики в соответствии с Приказом от 25 января 2011 г. N 35 «ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПОРЯДКА КЛАССИФИКАЦИИ ОБЪЕКТОВ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ, ВКЛЮЧАЮЩИХ ГОСТИНИЦЫ И ИНЫЕ СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ, ГОРНОЛЫЖНЫЕ ТРАССЫ, ПЛЯЖИ».

Для выполнения задания необходимо отразить в виде таблицы, где установить соответствие предоставляемых услуг требованиям данного приказа.

Требования	Соответствие

Проведите анализ сайта предприятия по следующим параметрам: обязательно должно быть указано на сайте:

- о гостинице — общее описание, история, особенности, позиционирование, географическое расположение,
- описание номеров с фотографиями

- расценки на различные категории номеров,
- предоставляемые гостиницей услуги (room-сервис, трансфер, доставка билетов и т.д.), цены на услуги, о специальных предложениях — описание и расценки на спец. предложения (weekend-цены, скидки на долгое пребывание, пакеты для новобрачных и т. д.)
- о ресторане (если есть) — описание ресторана, особенности кухни, выдержки из меню и карты бара,
- полная контактная информация.
- информация представлена хотя бы на двух языках (русский и английский)

### **Задание 2. Индивидуальное задание (соответствующее теме ВКР)**

Индивидуальное задание студент разрабатывает в соответствие с темой ВКР. В качестве индивидуального задания может быть разработка и составление туристского маршрута, новая инновационная услуга для индустрии туризма, разработка социальных и иных проектов, способных увеличить привлекательность региона для туристов.

В качестве предполагаемых проектов могут быть:

- разработка социального или научного проекта в гостиничной индустрии,
- инновационная услуга для гостиничного предприятия,
- разработка анимационной программы для гостиничного предприятия;
- разработка рекламной компании, по продвижению гостиничного продукта;
- разработка бизнес-плана для внедрения новой услуги или открытия новой гостиницы;
- . проанализировать организационную структуру гостиницы ...;
- проанализировать стратегию и тактику административного управления гостиницы .....
- организация работы с запросами и претензиями гостей в гостинице ...
- организация рабочего места работника, культура межличностного общения в гостинице .....
- анализ соблюдения требований к стандартам и качеству обслуживания клиентов в гостинице....
- технология бронирования и оформление сервисных услуг в гостинице...
- организация и проведения гостиничных услуг гостиницы ....
- . Разработка рекомендаций по организации выставочной деятельности на гостиничных предприятиях (на примере конкретного предприятия)
- разработка рекламной компании для гостиницы ....
- и другие темы, связанные с темой выпускной квалификационной работы.

#### **Задание 2.1. Разработка проекта (по теме ВКР)**

*Введение* (название проекта, актуальность проекта; на кого направлен проект (целевая аудитория), планируемый результат; способы достижения поставленных целей; сроки осуществления проекта; ожидаемые результаты). *На данном этапе проводится исследование рынка гостиничных услуг, направленное на изучение потребности в развитии предлагаемого проекта.*

*Анализ полученной информации может быть оформлен в виде таблицы, в которой необходимо отразить следующую информацию:*

Таблица – 1 – Анализ исследования туристских предпочтений

Вопрос 1	Вопрос 2	.....
Анализ результатов	Анализ результатов	Анализ результатов

*Анализ* положения дел в области проводимых работ по проекту. В этом разделе дается анализ текущего состояния, тенденций и прогноза развития сферы применения инноваций (туризм, средства размещения, предприятия общественного питания). Перечисляются сильные и слабые стороны последних новшеств и возможных конкурентов, а также вероятные категории потребителей, на которых рассчитан проект.

*Общие положения.* Данный раздел содержит описание целей, задач, стратегии и предмета предлагаемого проекта или продукта. В данном разделе дается характеристика гостиничного предприятия (юридический статус, организационно-правовая форма, виды деятельности и др.), анализ текущего состояния рынка сбыта гостиничных услуг и оценку перспектив создания или развития того или иного сегмента рынка гостиничных услуг.

*Содержание.* В данном разделе необходимо полностью раскрыть тему проекта, представить свойства и наглядные данные предлагаемого продукта или услуги, описание его уникальности, следует представить описание, модели, фотографии, а также предоставить сведения о потенциальных потребителях услуги и потребностях, на удовлетворение которых направлен этот товар или услуга. Рекомендуется сделать прогноз цен, по которым планируется реализовать предлагаемый продукт или услугу.

*Анализ конкуренции.* Необходимо раскрыть информацию о конкурентах. При этом анализируется количество конкурентов. Необходимо сделать сравнительный анализ предлагаемых в проекте продуктов или услуг, объемы реализации предлагаемых продуктов (услуг, работ), цены, а также сильные и слабые стороны конкурентов по бизнесу.

Критерии сравнения	Услуга предприятия	Конкурент 1	Конкурент 2
Название услуги или продукта (насколько оно отражает содержание)			
Уникальность предлагаемой услуги или продукта			
Структура услуги или продукта			
Возможности предоставления скидок для разных категорий туристов			
Возможность изменения структуры тура по желанию гостя			
Преимущества и недостатки рассмотренных услуг или продуктов и т.д.			

*План маркетинга.* В данном разделе рассматриваются: сбытовая политика предприятия по продвижению предлагаемого продукта или услуги (контакты с потребителем, учет его запросов); методы распространения услуги (каналы сбыта); методы ценообразования; рекламная политика компании; стимулирование продаж (скидки и др.); формирование имиджа предприятия.

*Персонал.* В данном разделе необходимо определить численность персонала; провести формирование штатного расписания; определить квалификационные требования к персоналу; выбрать формы оплаты и методы стимулирования труда; определение режима работы; разработка кадровой политики, системы подготовки кадров и др.

*Организационный и производственный план.* Указываются производственные процессы, применяемые информационные технологии, необходимое дополнительное оборудование для оснащения рабочих мест, количество новых сотрудников, новых точек продаж и другие вопросы, связанные с производством и реализацией продукта (услуг). Описывается схема организации продаж продукта (услуги), количество и квалификация персонала (необходимость его обучения, привлечения консультантов со стороны).

*Финансовый план.* В этом разделе определяют средства, необходимые для финансирования проекта, а также источники их получения. Рассматривается порядок расчетов с поставщиками и потребителями, срок возврата кредитов и проценты по ним, методы определения себестоимости услуг и др., прогнозы финансовых результатов.

*Заключение.* В данном разделе даются общие выводы по проекту, обзор использованной литературы.

## **Разработка анимационной программы**

Для формирования анимационной программы ее организаторам следует ответить на вопросы:

**1.** Для кого делается программа, где определяется:

- возраст и пол будущих зрителей (если это семейный отель, какой его контингент, будут ли смотреть нашу программу дети, люди старшего поколения и т.д.);
- социальное положение и профессиональную занятость (является ли наш отель закрытым клубом для аристократов и избранной части бизнесменов или это молодежный лагерь для студентов)
- национальность (особенности культур и традиций);
- стиль жизни отдыхающих в отеле людей (классический, экстремальный, «домострой», и т.д.);
- состояние здоровья (особенно это важно в разработке спортивно-оздоровительных программ);

**2.** Что заложено в основу анимационной программы (главная идея и цели ее достижения);

**3.** Программа анимационного мероприятия.

Работа по подготовке и проведению анимационной программы разделяется на несколько этапов.

**Первый этап** - подготовительный, который включает следующие действия:

- определение целей и задач;
- выбор места и времени проведения программы;
- проектирование анимационной программы с учетом возрастных, этнических и других особенностей потребителей данной услуги
- создание и подбор сценариев анимационных мероприятий, включаемых в анимационную программу;
- разработка расходов на проведение программы;
- техническую подготовку (подбор материальных руководств, закупку инвентаря, изготовление декораций, костюмов, реквизита и т. д.);
- проведение рекламной компании анимационных мероприятий.

**Второй этап** - начальный, в течение которого предполагаемые участники информируются о наличии и содержании анимационной программы для различных групп и категорий туристов;

**Третий этап** - содержательный этап.

Непосредственное проведение анимационного мероприятия.

**Четвертый этап** - заключительный, в течение которого происходит подведение итогов:

- награждение участников;
- анализ проведенной программы;
- анкетирование потребителей с последующим анализом;
- работа над совершенствованием программы.