

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД  
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

**КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Ректор ВНПЗ «Дніпровський  
гуманітарний університет»

**Олег КИРИЧЕНКО**

**ПРОГРАМА ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ  
методичні вказівки до її проходження**

Освітній ступінь бакалавр  
(назва ступеня вищої освіти – бакалавр або магістр)

Спеціальність 242 Туризм  
(шифр і назва)

Освітня програма Туризм  
(назва, дата і № наказу про затвердження ОП)  
**наказ №51-02 від 10.06.2021**

Статус навчальної дисципліни нормативна  
(нормативна або вибіркова)

Мова навчання: українська

Програма та методичні вказівки до проходження переддипломної практики  
– Дніпро: ВВПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2023. 33 с.

**РОЗРОБНИК:**

**Тесленко Т.В.**, завідувач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, кандидат економічних наук, доцент

**Яковлєва-Мельник Н.Г.**, викладач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, протокол від .0 .202 № .

Схвалено Вченою радою університету, рекомендовано для використання в освітньому процесі протягом 4 років \_\_.\_\_.202 , протокол № \_\_\_\_

## ЗМІСТ

Вступ	4
1. Мета і завдання практики	5
2. Структурно-логічна схема практики	8
3. Бази практик і вимоги до них	10
4. Організація та керівництво практикою	10
5. Зміст переддипломної практики	13
6. Методичні рекомендації щодо проходження практики	14
6.1. Загальна характеристика підприємства туристичної індустрії	14
6.2. Організаційна діяльність підприємства туристичної індустрії	14
6.2.1. Характеристика процесу організації подорожей туристичним підприємством	14
6.2.2. Аналіз технології надання послуг на підприємстві туристичної індустрії	14
6.3. Аналіз управлінської діяльності підприємства	15
6.3.1. Характеристика основних функцій та методів управління підприємством	15
6.3.2. Аналіз організаційної структури управління підприємством	17
6.3.3. Характеристика кадрової політики на підприємстві туристичної індустрії	18
6.4. Аналіз фінансово-економічної діяльності	20
6.4.1. Аналіз фінансового стану	20
6.4.2. Аналіз системи ціноутворення на підприємстві	21
6.4.3. Аналіз виробничої діяльності підприємства	21
6.5. Маркетингова діяльність підприємства туристичної індустрії	23
6.5.1. Характеристика системи маркетингу підприємства	22
6.5.2. Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства	23

6.6. Індивідуальне завдання здобувача вищої освіти	26
7. Вимоги до оформлення звіту переддипломної практики	27
8. Критерії оцінки якості практичної підготовки та оцінка набутої компетентності	30
Додаток А	33

## ВСТУП

Переддипломна практика здобувачів вищої освіти (далі – здобувачі) є обов'язковою частиною освітньо-професійної програми з підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм», невід'ємною складовою навчального процесу та заключним етапом їхньої освітньо-практичної підготовки.

Програма в повній мірі враховує вимоги Стандарту вищої освіти за спеціальністю 242 «Туризм» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 04.10.2018 № 1068. Переддипломна практика здійснюється на випускному курсі та орієнтована на закріплення і поглиблення теоретичних знань, здобуття умінь і навичок з виконання виробничих функцій та типових завдань діяльності, якими повинен володіти випускник-бакалавр для успішного виконання професійних обов'язків.

Таким чином, переддипломна практика розглядається як адаптація здобувачів до умов і характеру майбутньої професійної діяльності.

Після закінчення практики здобувачі виконують звіт та здають диференційований залік.

Направлення здобувачів на практику здійснюється відповідно до угод між університетом і установами, визначеними як бази практики, та оформляються відповідним наказом навчального закладу до початку практики.

В разі невиконання програми практики з неповажних причин здобувач відраховується з університету.

## 1. МЕТА І ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ

*Метою переддипломної практики є закріплення здобувачами вищої освіти професійної компетентності для подальшого застосування в реальних виробничих умовах, виховання потреби систематично поновлювати свої знання та творчо їх застосовувати в практичній діяльності, збір та аналіз практичного матеріалу для написання звіту з практики та кваліфікаційної роботи.*

*Основним завданням переддипломної практики є закріплення теоретичних знань, отриманих у процесі навчання; формування вміння приймати професійні рішення в конкретних умовах будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності, оволодіння сучасними методами, формами організації виробництва.*

*Цілями переддипломної практики є формування у здобувачів вищої освіти ступеня бакалавр зі спеціальності 242 «Туризм» таких компетентностей та результатів навчання:*

### *1. Загальні компетентності:*

*ЗК 1. Здатність реалізовувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.*

*ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.*

*ЗК 3. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.*

*ЗК 4. Здатність до критичного мислення, аналізу та синтезу.*

*ЗК 5. Прагнення до збереження навколишнього середовища.*

*ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.*

*ЗК 7. Здатність працювати в міжнародному контексті.*

*ЗК 8. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.*

*ЗК 9. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.*

*ЗК 10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.*

*ЗК 11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.*

*ЗК 12. Навички міжособистісної взаємодії.*

*ЗК 13. Здатність планувати та управляти часом*

*ЗК 14. Здатність працювати в команді та автономно.*

*ЗК 15. Навички здійснення наукової та проектної діяльності.*

*ЗК 16. Уміння займати активну життєву позицію та розвивати лідерські якості, здатність до критики та самокритики.*

*ЗК 17. Здатність здійснювати комунікаційну діяльність, логічно вірно, аргументовано доводити власну думку та відстоювати власну позицію.*

### *2. Спеціальні (фахові, предметні) компетентності.*

СК 18. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

СК 19. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

СК 20. Здатність аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал територій.

СК 21. Здатність аналізувати діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління.

СК 22. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів

СК 23. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного).

СК 24. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.

СК 25. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.

СК 26. Здатність забезпечувати безпеку туристів у звичайних та складних форс-мажорних обставинах.

СК 27. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

СК 28. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку.

### *3. Програмні результати навчання:*

ПРН 1. Знати ,розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.

ПРН 2. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.

ПРН 3. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ.

ПРН 6. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.

ПРН 7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

ПРН 8. Ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися.

ПРН 9. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

ПРН 10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкт туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПРН 12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.

ПРН 13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

ПРН 17. Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.

ПРН 18. Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

ПРН 19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.

ПРН 20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання.

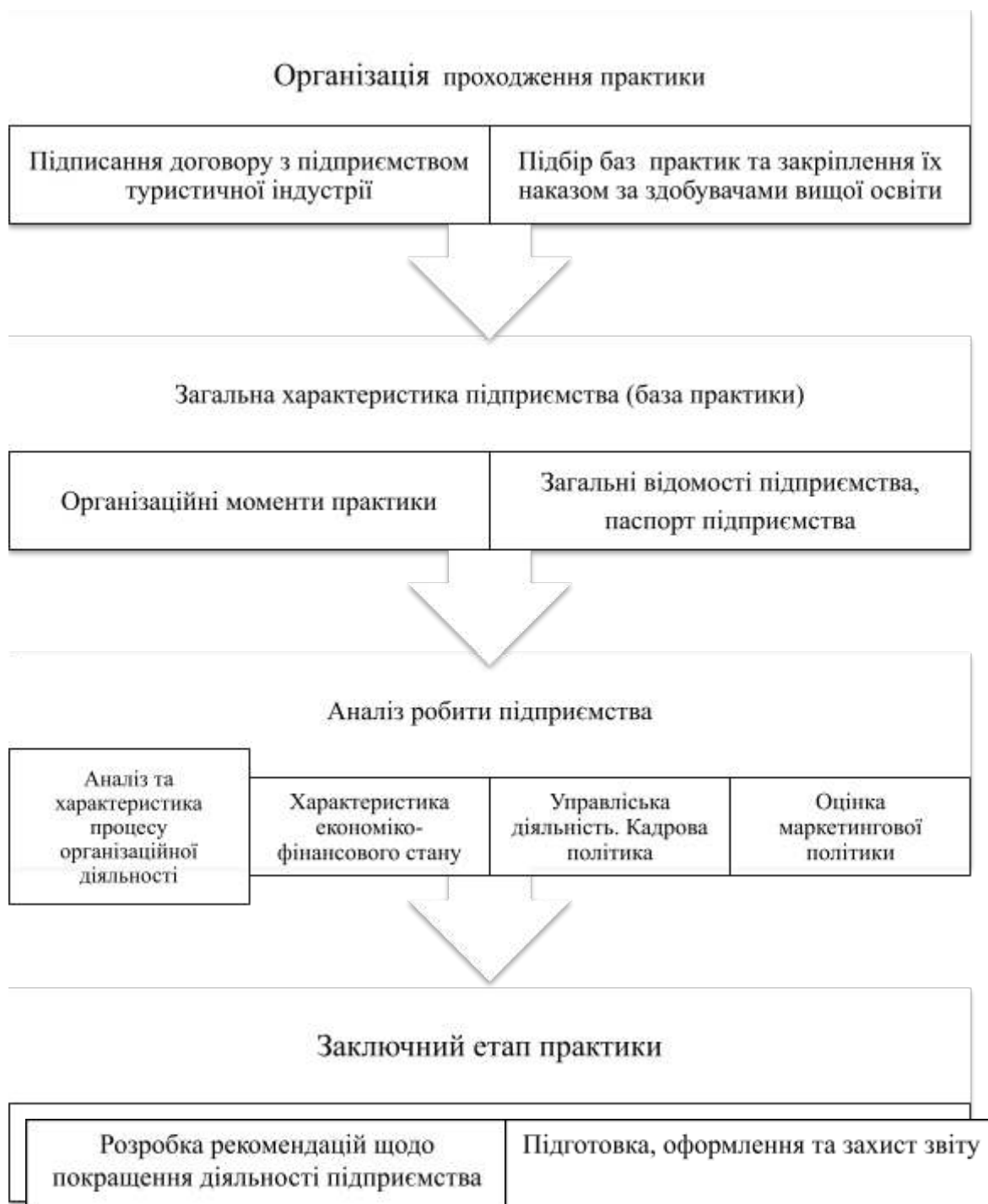
ПРН 21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

ПРН 22. Професійно виконувати завдання в невизначених і екстремальних ситуаціях.

ПРН26. Знати та використовувати у професійній діяльності тенденції розвитку світового туристичного ринку.



## 2. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПРАКТИКИ



### 3. БАЗИ ПРАКТИК І ВИМОГИ ДО НИХ

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

Практика здобувачів проводиться на сучасних підприємствах туристичної індустрії та відповідає вимогам програми практики і Положенню про проведення практики здобувачів ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет».

Базами проходження переддипломної практики виступають туристичні підприємства – оператори та агенти, підприємства індустрії туризму, державні органи управління з питань туризму тощо.

Визначення баз практики здійснюється на основі прямих договорів та угод із підприємствами, організаціями, установами незалежно від їх організаційно-правових форм і форм власності.

### 4. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА КЕРІВНИЦТВО ПРАКТИКОЮ

Навчально-методичне забезпечення і керівництво практикою здобувачів здійснюється викладачами кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу (далі – ТГРБ).

Закріплення здобувачів вищої освіти за базами практики, терміни її проходження, керівники практики від кафедри ТГРБ проводиться наказом ректора університету відповідно до укладених угод з підприємствами та за індивідуальними замовленнями підприємств, що узгоджені з університетом.

Керівник практики від кафедри ТГРБ проводить індивідуальну бесіду зі здобувачами освіти, видає направлення на практику, програму практики, щоденник, індивідуальне завдання.

По прибутті здобувачів освіти на підприємство, керівництвом установи видається наказ про зарахування його на практику, призначається керівник практикою з провідних фахівців, який в щоденнику робить позначки про прибуття здобувача (дата, підпис, печатка). Наприкінці практики в щоденнику керівник робить позначку про вибуття (дата, підпис, печатка), дає характеристику, в якій відображає відношення до роботи, участь здобувача освіти в організаційних заходах. Підписи керівника практики від підприємства в щоденнику та на титульному аркуші завіряються печаткою підприємства.

#### **Керівник практики від кафедри ТГРБ:**

- приймає участь в інструктивних зборах здобувачів, які направляються на практику;
- надає практикантам необхідні документи: програму практики, щоденник, календарний план, індивідуальне завдання;
- забезпечує прибуття здобувачів-практикантів на базу практики;
- відповідає за організацію нормальних умов праці, проведення зі здобувачами освіти обов'язкових інструктажів з охорони праці й

- техніки безпеки, карантинних обмежень за існуючими на час проведення практики вимогами;
- контролює виконання практикантами правил внутрішнього трудового розпорядку на підприємстві;
  - систематично контролює відвідування здобувачами бази практики;
  - відповідає за високу якість проходження практики відповідно до програми у тісному контакті з керівником практики від підприємства;
  - повідомляє здобувачів про систему звітності з практики, прийняту на кафедрі;
  - перевіряє звіти з практики та допускає їх до захисту;
  - приймає участь в роботі комісії кафедри із захисту звітів з практики.

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

- прийняття здобувачів на практику відповідно до календарного плану;
- організація робочого місця і створення необхідних організаційно-технічних умов для проходження практики;
- забезпечення здобувачів необхідною економічною, статистичною, бухгалтерською та іншою інформацією, документами, нормативними та іншими матеріалами з питань аналізу і планування господарської діяльності підприємства, здійснення комерційної та організаційно-технологічної діяльності тощо;
- залучення практикантів до активної участі в поточній роботі структурного підрозділу – місця практики (комерційного та інших відділів);
- здійснення контролю за виконанням як окремих завдань, так і програми практики в цілому;
- надання можливості проведення часу на практиці з максимальною користю, з метою придбання досвіду, а також, щоб цей час відповідав цілям програми практики, прогресу професійного становлення здобувачів вищої освіти як суб'єктів діяльності з організаційно-управлінських можливостей компанії;
- надання інформації університету про всі порушення практикантами правил внутрішнього трудового розпорядку;
- наприкінці проведення практики перевіряє письмовий звіт здобувачів освіти, готує відгук щодо підсумків проходження практики.

**Здобувач освіти вищого навчального закладу під час практики повинен:**

- до початку практики отримати у керівника практики консультацію з оформлення всіх необхідних документів;
- своєчасно прибути на базу практики;
- на підприємстві прослухати інструктаж з техніки безпеки і протипожежної техніки, підтвердити це підписом у відповідному журналі і суворо виконувати ці заходи;
- ознайомитися з Правилами внутрішнього трудового розпорядку підприємства, за якими планується проходження практики, посадовою інструкцією і підкорятися діючим на підприємстві правилам внутрішнього розпорядку;
- дотримуватися графіка проходження практики;
- погодити індивідуальне завдання з керівником практики від підприємства;
- вивчити законодавчі та інструктивні матеріали з охорони праці та техніки безпеки;
- вести щоденник, до якого систематично записувати роботу, яку виконано;
- мати щоденник на робочому місці, при відвідуванні баз практики здобувачів освіти керівники практики від кафедри роблять відповідні записи у щоденнику;
- мати копії правильно самостійно заповнених робочих документів, що є на підприємстві, їх копії додаються до звіту в додатку;
- виконувати індивідуальні завдання;
- оформити звіт з практики відповідно до вимог і надати його в термін, призначений кафедрою до захисту, на обкладинці звіту поставити підпис керівника і печатку підприємства;
- представити керівникам практики письмові звіти про виконання усіх завдань та захистити їх.

**Здобувачі вищого навчального закладу під час практики мають право:**

- обирати місце проходження практики з урахуванням своїх індивідуальних особливостей;
- відповідно до програми практики і графіку переміщуватися робочим місцем, що забезпечить необхідну ефективність проходження практики;
- використовувати необхідні матеріали для звіту з практики;
- користуватися наявною на підприємстві літературою, нормативною документацією.

## **5. ЗМІСТ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ**

Зміст практики обумовлений видом та спеціалізацією підприємства туристичної індустрії, але для всіх баз практики існує загальний перелік організаційних питань. Зміст основних етапів переддипломної практики наведено в таблиці 5.1.

Таблиця 5.1

## Зміст основних етапів переддипломної практики

№ з/п	Основні етапи та їх зміст	Тривалість практики, дні
1	<b>Загальна характеристика підприємства</b>	3
1.1	Організаційні питання проходження практики: оформлення на практику, інструктаж з техніки безпеки, охорони праці, правил протипожежної безпеки; складання графіка проходження практики від підприємства.	1
1.2.	Загальні відомості про підприємство: найменування підприємства, режим роботи, спеціалізація, форма власності, правовий статус, реквізити. Складання паспорту підприємства.	2
<b>2.</b>	<b>Аналіз роботи туристичного підприємства</b>	11
2.1.	Аналіз організаційної діяльності на підприємстві туристичної індустрії	3
2.2.	Характеристика управлінської діяльності. Оцінка трудових ресурсів підприємства та їх функціональні обов'язки	2
2.3.	Оцінка економіко-фінансового стану підприємства	3
2.4.	Оцінка маркетингової політики підприємства туристичної індустрії	3
<b>3.</b>	<b>Розробка рекомендацій щодо удосконалення діяльності підприємства відповідно до індивідуального завдання</b>	6
<b>4.</b>	<b>Оформлення результатів практики</b>	5
<b>5</b>	Оформлення звіту	4
<b>6</b>	Захист звіту	1
<b>7</b>	<b>Разом</b>	<b>30</b>

## 6. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ

Робочою програмою практики передбачено виконання комплексу типових завдань з організаційної, фінансової, маркетингової та управлінської діяльності підприємства, які повинен вміти виконувати бакалавр з туризму спеціальності 242 «Туризм».

### 6.1. Загальна характеристика підприємства туристичної індустрії

Перед початком практики здобувач знайомиться з керівником практики від підприємства, правилами внутрішнього розпорядку і своїм графіком виходу на роботу. Проходить інструктаж з протипожежної безпеки і техніки безпеки. На період проходження практики, відділ кадрів підприємства створює наказ, в якому закріплюється керівник від бази практики.

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

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

- реквізити об'єкта, повна і скорочена назви;
- юридична адреса;
- вид діяльності;
- П.І.П. власника та/або керівника;
- форма власності, статус підприємства за розміром;
- організаційно-правова форма;
- установчі документи (статут та інші);
- ліцензія на право здійснення даного виду діяльності;
- організаційна структура підприємства;
- матеріально-технічна база підприємства;
- кадрове забезпечення підприємства.

Звіт про практику повинен починатися із загальної характеристики підприємства, складеної на основі його Статуту.

## **6.2. Організаційна діяльність підприємства туристичної індустрії**

### **6.2.1. Характеристика процесу організації подорожей туристичним підприємством**

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

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

*Таблиця 6.1*

*Аналіз типів туристів за напрямками туристичних потоків*

№ з/п	Категорії клієнтів	Програми, що користуються популярністю (назви)	Особливості обслуговування	Середня ціна обслуговування, грн	Середня кількість туристів на місяць, осіб
1	Іноземні туристи				

2	Зарубіжні туристи				
3	Внутрішні туристи				

Здобувач визначає етапи створення туристичного продукту підприємства та процесів обслуговування на кожному з них, аналізує зміни в процесі створення або підбору турів для різних типів та категорій туристів (сімейний відпочинок, дитячі тури, молодіжні тури тощо) (табл. 6.2).

Таблиця 6.2

*Характеристика наявних програм для різних категорій туристів за метою подорожі*

№ з/п	Типи подорожей за метою	Приклади наявних програм	Особливості обслуговування
1	Рекреаційний відпочинок		
2	Оздоровчий відпочинок		
3	Пізнавальний відпочинок		
4	Спортивний відпочинок		
5	Шопінг-тури		
6	Пригодницький		
7	Паломницький		
8	Екзотичний		
9	Екотуризм		
10	Бізнес		
11	Інше		

Для повного аналізу організаційної діяльності туристичного підприємства необхідно проаналізувати ділові контакти із закордонними та вітчизняними виробниками туристичних послуг, дати характеристику договірних відносин з партнерами щодо організації туристичних подорожей (табл. 6.3).

Таблиця 6.3

*Аналіз ділових контактів з виробниками туристичних послуг*

№ з/п	Назва компанії	Країна	Характеристика договірних відносин	Термін співробітництва	Напрями співробітництва
Туристичні оператори					
1					
2					
...					
Транспортні організації					
1					
2					
...					
Організація екскурсійного супроводу					
1					

2					
...					

### 6.2.2. Аналіз технології надання послуг на підприємстві туристичної індустрії

Здобувач вищої освіти повинен вивчити процеси резервування та бронювання на підприємстві як важливу складову організаційної діяльності (табл. 6.4); безпосередньо саму організацію обслуговування; контроль за дотриманням умов надання послуг; умови розрахунків за обслуговування між клієнтами та підприємством (туристичним підприємством), між турфірмою та виробниками турпослуг, облік та контроль туристичного обслуговування.

Навести приклади документального оформлення всіх вищезазначених процесів у додатках.

Особливо в аналізі організації роботи підприємства туристичної індустрії слід звернути увагу на його режим роботи та проаналізувати його з точки зору зручності для відвідувачів.

Таким чином, суттєву частину організації роботи підприємства туристичної індустрії становить власне організаторська діяльність, яка поєднує:

- організацію структури системи у вигляді взаємовідносин, прав, цілей, ролей, видів діяльності та інших факторів, які виникають тоді, коли люди об'єднані спільною працею;
- акумулювання ресурсів для досягнення поставлених цілей.

*Таблиця 6.4*

*Характеристика процесів резервування та бронювання на підприємстві*

№ з/п	Системи бронювання та резервування, що використовуються підприємством	Характеристика можливостей програми	Скільки підприємство працює з системою	Вартість користування залежно від видів
1				
2				

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

Впродовж переддипломної практики здобувач повинен вивчити та відобразити в звіті відповідно до діяльності, що здійснює підприємство, наступні дані, а саме:



- організацію бронювання туристичної подорожі;
- обслуговування індивідуальних туристів та туристичних груп на туристичному підприємстві;
- автоматизацію робочого місця менеджера;
- організацію надання додаткових послуг на підприємстві, що є базою практики;
- методи обслуговування, що використовуються;
- забезпечення безпеки подорожей;
- організацію роботи з документального оформлення груп та індивідуальних туристів на виїзд за кордон та подорожей Україною.

Навести приклади документального оформлення групових та індивідуальних поїздок.

Як висновок надати рекомендації (пропозиції) щодо вдосконалення технології та організації обслуговування туристів, документального оформлення процесів обслуговування туристів.

### **6.3. Аналіз управлінської діяльності підприємства**

#### **6.3.1. Характеристика основних функцій та методів управління підприємством**

З метою оцінки системи менеджменту підприємства необхідно проаналізувати ступінь реалізації основних функцій управління на підприємстві; їх вплив на результати праці. Зупинитись більш детально на аналізі таких функцій, як: планування, організація, мотивація, координація, контроль.

Показати взаємозв'язок функцій і методів, які реалізуються на підприємстві (табл. 6.6).

*Таблиця 6.6*

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

№ з/п	Функції управління	Методи управління підприємства	Експертна оцінка
1	Планування		
2	Організація		
3	Мотивація		
4	Координація		
5	Контроль		

#### **6.3.2. Аналіз організаційної структури управління підприємством**

Здобувач повинен визначити управління на підприємстві та їх функціональне призначення; графічно зобразити органіграму (схему організаційної структури) управління підприємством, визначити її недоліки та переваги, запропонувати основні напрямки її вдосконалення.

### 6.3.3. Характеристика кадрової політики на підприємстві туристичної індустрії

Кадри підприємства – це сукупність постійних працівників, які отримали необхідну професійну підготовку і/або мають досвід практичної роботи.

В цьому пункті звіту здобувач вищої освіти повинен ознайомитися зі штатним розкладом працівників (табл. 6.7), посадовими інструкціями (надати приклади посадових інструкцій), положеннями про підрозділи, тощо.

Таблиця 6.7

*Штатний розклад підприємства*

Найменування відділу	Посада	Кількість осіб	Оклад	Фонд оплати праці	
				Міс.	Рік.
....					
Разом			-		

Кадровий стан підприємств турбізнесу характеризується рядом абсолютних і відносних показників, які практикант має розрахувати в своєму звіті (табл.6.8).

Таблиця 6.8

*Показники кадрового стану на підприємстві*

№ з/п	Показник	Визначення показника	Значення
1	Облікова кількість працівників (Чпр облік)	всі наймані працівники, які уклали письмовий трудовий договір (контракт) і виконують постійну, тимчасову або сезонну роботу один день і більше, а також власники підприємства, якщо вони отримують заробітну плату	1
2	Явочна кількість працівників (Чпр яв)	кількість працівників, що знаходиться на робочих місцях відповідно до режиму роботи підприємства	2
3	Середньооблікова кількість працівників за визначений період часу	розраховується на основі щоденних даних про облікову чисельність. До середньооблікової штатної чисельності не включаються працівники, які знаходяться у відпустках по вагітності, родах, догляду за дітьми до досягнення встановленого законом віку	3
4	Структура кадрів (Стр)	частка кожної категорії працівників (керівників, спеціалістів, службовців і робітників) у загальній чисельності персоналу	4

5	Якість підготовки фахівців (Яфах)	$Яфах = Чпр\ во / Чпр\ сер$ , де Чпр во – спеціалісти з вищою або середньою фаховою освітою	5
6	Коефіцієнт стабільності (Кст)	$Кст = Чст / Чпр\ сер$ , де Чст – кількість працівників, що працювали стабільно протягом усього звітнього року.	6
7	Коефіцієнт загального обороту (Коб)	$Коб = (Чп + Чзв) / Чпр\ сер$ , де Чп та Чзв – кількість прийнятих і звільнених працівників за звітний період.	7
8	Коефіцієнт плинності кадрів (Кпл)	$Кпл = Чзв\ пор / Чпр\ сер$ , де Чзв пор – кількість звільнених працівників за звітний період, а також за власним бажанням (крім поважних причин)	8
9	Коефіцієнт відновлення кадрів (Квід)	$Квід = Чп / Чзв$	9
10	Стабільність персоналу	середній стаж роботи на підприємстві	10

Необхідно дослідити систему набору, підбору, адаптації, розстановки, оцінки та підготовки кадрів на підприємстві. Виявити вимоги та критерії відбору нових співробітників.

## 6.4. Аналіз фінансово-економічної діяльності

### 6.4.1. Аналіз фінансового стану

Туристична діяльність підприємства забезпечується власними, або залученими ззовні коштами. Змістовну і об'єктивну інформацію можна отримати на підставі вертикального і горизонтального аналізу, тобто досліджуючи структуру активу балансу (форма №1), аналізуючи напрями зміни балансових статей (табл.6.9).

Таблиця 6.9

#### Горизонтальний й вертикальний аналіз балансу підприємства

Найменування статей	2021 рік		2022 рік		Відхилення 2021 /2022 рр.		
	сума, тис. грн.	питома вага, %	сума, тис. грн.	питома вага, %	+/-	%	п.стр., %
Валюта балансу (Б)							
<b>Актив</b>							
I. Основні засоби, тис. грн.							
<b>Пасив</b>							
I. Власний капітал, тис. грн.							

Аналіз доходів та витрат підприємства варто проводити на основі Форми №2 «Звіт про фінансові результати» та останнього розділу статистичних форм звітності підприємств туристичної індустрії (наприклад, основні показники фінансово-господарської діяльності колективного засобу розміщення наведені в розділі V (для КЗР фізичних осіб) і в розділі VII (для КЗР юридичних осіб) в динаміці (табл. 6.10).

Таблиця 6.10

*Витяг зі звіту про фінансові результати*

Назва статті	Абсолютні показники		Питома вага статей у виручці від реалізації, %		Відхилення 2021/2022 рр.		
	Попередній рік	Звітний рік	Попередній рік	Звітний рік	Абс., тис.грн	В структурі,%	Темп росту,%
1	3	4	5	6	7=4-3	8=6-5	9=4:3x100
Доход (виручка) від реалізації продукції							
...							

На основі Форми №1 «Баланс» та Форми №2 «Звіт про фінансові результати» необхідно провести коефіцієнтний аналіз діяльності підприємства за основними групами показників: рентабельність ліквідність та фінансова сталість (табл. 6.11).

Таблиця 6.11

*Основні показники фінансової оцінки підприємства туристичної індустрії*

№ з/п	Коефіцієнт	Формула розрахунку	Рекомендована тенденція зміни
<b>Фінансова стійкість</b>			
1	Концентрації власного капіталу (КК <sub>ВК</sub> )	$КК_{ВК} = ВК/ВБ$ , де ВБ – валюта балансу, тис. грн.	Збільшення
2	Концентрації залученого капіталу(КК <sub>ЗК</sub> )	$КК_{ЗК} = ЗК/ВБ$ , де ЗК – залучений капітал, тис. грн.	Зменшення
3	Фінансової стабільності (КФС)	$КФС = ВК/ПК$ де ВК – позиковий капітал, тис. грн.	>0,8
<b>Ліквідність</b>			
4	Абсолютна	$К_{Ал} = А_1/ПЗ$ , де А <sub>1</sub> – найбільш ліквідні активи (грошові кошти), тис. грн.	>0,2 – 0,35
5	Швидка	$К_{Шл} = (А_1+А_2)/ПЗ$ , де А <sub>2</sub> – активи, що швидко реалізуються (короткострокові фінансові вкладення та дебіторська заборгованість), тис. грн.	1,0-2,0
6	Покриття (поточна)	$К_{П} = А_3/ПЗ$ ,	1,5-2,5

		де $A_3$ – активи, що повільно реалізуються (поточні активи)	
Рентабельність			
7	Підприємства	$R_B = \text{ЧП}/B \times 100$ , де ЧП – чистий прибуток, тис. грн. B – загальні витрати, тис. грн.	Збільшення
8	Туристичної діяльності	$R_{\text{ТД}} = \text{ЧП}/\text{ЧД} \times 100$ , де ЧД – чистий дохід (виручка) підприємства від туристичної діяльності, тис. грн.	Збільшення
9	Праці	$R_{\text{праці}} = \text{ЧП}/\text{ФОП} \times 100$ , де ФОП – витрати на оплату праці, тис. грн.	Збільшення
10	Активів	$R_A = \text{ЧП}/A \times 100$ ,	Збільшення
11	Власного капіталу	$R_{\text{ВК}} = \text{ЧП}/\text{ВК} \times 100$ ,	Збільшення

На основі розрахунків необхідно зробити загальний висновок про фінансовий стан підприємства.

#### 6.4.2. Аналіз системи ціноутворення на підприємстві

В даному розділі необхідно:

- охарактеризувати систему цін і тарифів, що застосовується на підприємстві, додаткові та спеціальні послуги (товари і продукцію) у національній та/або вільноконвертованій валюті в динаміці;
- визначити основні фактори, що впливають на рівень цін на досліджуваному підприємстві;
- узагальнити інформацію щодо застосування цінових знижок на підприємстві;
- визначити вплив цінового фактора на кінцеві результати господарської діяльності (факторний аналіз).

#### 6.4.3. Аналіз виробничої діяльності підприємства

Наприклад, звіт про туристичну діяльність дозволяє визначити цінову політику суб'єкта туристичного підприємництва та проаналізувати її за видами туризму на основі даних кількості реалізованих туристичних путівок та кількості наданих туроднів (табл. 6.12).

Таблиця 6.12

*Аналіз динаміки туристичних потоків туристичного підприємства за видами туризму (2020-2022 рр)*

№ з/п	Напрямок	Роки			Ланцюговий індекс приросту (падіння), %	
		2020	2021	2022	2021	2022
Кількість туристів, осіб						
1	Візитний туризм					
2	Внутрішній туризм					
3	Разом					

Кількість туроднів, дні			
4	Виїзний туризм		
5	Внутрішній туризм		
6	Разом		

За розділом VI Кількість обслугованих туристів та V Розподіл туристів за метою поїздки визначається динаміка кількості туристів за видами туризму та країнами відвідування й аналізується мета подорожі (табл. 6.13).

*Таблиця 6.13*

*Аналіз динаміки туристичних потоків за цілями  
(2020-2022 рр)*

№ з/п	Мета	Роки			Ланцюгові індекси приросту (зниження), %	
		2020	2021	2022	2021	2022
1	Разом туристів, в т.ч., осіб					
2	лікувально-оздоровча					
3	відпочинок					
4	бізнес					

Аналітична обробка розрахунків повинна супроводжуватись складанням таблиць, графіків, діаграм, рисунків з поясненнями до них. Аналіз тенденції зміни одного показника слід освітлювати не у формі таблиці, а графіка. В останньому бажано розміщувати не тільки абсолютні значення, а й темпи щорічного росту.

При аналізі доцільним є співставлення показників діяльності окремого суб'єкта туристичного підприємництва з загальними по області або країні в цілому, тобто визначення частки.

## **6.5. Маркетингова діяльності підприємства туристичної індустрії**

### **6.5.1. Характеристика системи маркетингу підприємства**

В цьому пункті необхідно проаналізувати організацію маркетингової діяльності на підприємстві. Слід описати функціональні обов'язки співробітників служби маркетингу, представити схему організаційної структури служби маркетингу. В разі відсутності функціональної служби треба визначити хто виконує функції, пов'язані з маркетинговою діяльністю та зміст цих обов'язків.

Необхідно в звіті надати характеристику організації практичної реалізації основних функцій маркетингу (табл. 6.14)

*Таблиця 6.14*

*Аналіз реалізації функцій маркетингу на підприємстві*

№ з/п	Функція маркетингу	Спеціаліст підприємства, що відповідає за напрям	Завдання та обов'язки, що виконує спеціаліст в межах даної функції	Експертна оцінка якості виконання функцій маркетингу (за 5-бальною шкалою)
1	<i>Аналітична</i> (як на підприємстві функціонує система збору та аналізу маркетингової інформації, чи визначено чітко цільовий сегмент споживачів)			
2	<i>Планова</i> (хто відповідає за розробку стратегії і тактики маркетингу)			
3	<i>Виробнича</i> (хто здійснює практичну реалізацію маркетингової політики)			
4	<i>Контролююча</i> (на кого покладені обов'язки по маркетинговому контролю)			

Важливе значення для ефективної роботи підприємства туристичної індустрії має його маркетингова політика. Тому практиканту необхідно провести характеристику маркетингової політики досліджуваного підприємства за наступною схемою.

А саме необхідно:

- визначити широту та глибину асортименту;
- визначити, які цінові стратегії використовує підприємство та охарактеризувати застосовані методи ціноутворення;
- здійснити аналіз системи розповсюдження послуг підприємства за наступними показниками: види посередників підприємства, їх особливості, переваги і недоліки застосованих каналів розповсюдження;
- охарактеризувати систему маркетингових комунікацій підприємства, визначивши та описавши її структуру (табл. 6.15).

Таблиця 6.15

*Аналіз структури маркетингових комунікацій підприємства*

№ з/п	Елемент маркетингової комунікаційної політики	Різновиди, що використовуються на підприємстві	Питома вага, %
1	Реклама		
2	Стимулювання збуту		

3	Паблік рiлейшинз		
4	Особистий продаж		
5	Дiрект-маркетинг		
		Всього	100 %

### 6.5.2. Оцiнка ефективностi маркетингової дiяльностi пiдприємства

В цьому пункті здобувач вищої освіти повинен проаналізувати та оцінити ефективність маркетингової діяльності підприємства – бази практики. Оцінити рекламну діяльність підприємства, дати характеристику видів реклами, що застосовуються на підприємстві (табл. 6.16).

Таблиця 6.16

#### Розподіл бюджету по засобах поширення реклами

Засоби поширення реклами	Питома вага, % середнє значення в галузі	Питома вага, % на досліджуваному підприємстві
Реклама в пресі	30	
Друкарська реклама	15	
Участь у виставках	15	
Пряма поштова реклама	10	
Сувенірна реклама	8	
Зовнішня реклама	12	
Непередбачені витрати	10	

Слід визначити доцільність використання окремих рекламних заходів, виявити резерви та дати пропозиції щодо поліпшення організації рекламних заходів та інформування покупців. Доцільно оцінити ефективність маркетингової діяльності для найпопулярніших послуг (табл. 6.17).

Таблиця 6.17

#### Показники оцінки ефективності маркетингової діяльності туристичної послуги

№ з/п	Показники	Формула розрахунку	Дані підприємства	
			Попередній період	Поточний період
Показники ефективності товарної політики				
1	коефіцієнт ринкової частки (КРД)	$КРД = \frac{ОП}{Е}$ де ОП – обсяг продажів продукції підприємством; Е – загальний обсяг продажів продукції на ринку		



2	коефіцієнт передпродажної підготовки (КПП)	$K_{ПП} = V_{пп}/V_{в}$ де $V_{пп}$ – сума витрат на передпродажну підготовку; $V_{в}$ – сума витрат на виробництво (придбання) продукції	
3	коефіцієнт зміни обсягу продажів (КЗОП)	$K_{ЗОП} = O_{пк}/O_{пп}$ де $O_{пк}$ – обсяг продажів на кінець звітного періоду; $O_{пп}$ – обсяг продажів на початок звітного періоду	
Показники ефективності цінової політики			
4	коефіцієнт рівня цін (КРЦ)	$K_{РЦ} = (C_{мак} + C_{мін}) / (2 * C_{тов})$ де $C_{мак}$ – максимальна ціна послуги на ринку; $C_{мін}$ – мінімальна ціна послуги на ринку; $C_{тов}$ – ціна послуги, встановлена підприємством	
Показники ефективності політики розподілу			
5	коефіцієнт доведення послуги до споживача (КСБ)	$K_{СБ} = K_{ЗОП} * V_{зк}/V_{зп}$ де $V_{зк}$ – сума витрат на функціонування системи збуту на кінець звітного періоду; $V_{зп}$ – сума витрат на функціонування системи збуту на початок звітного періоду	
Показники ефективності політики просування			
6	коефіцієнт рекламної діяльності (Крекл.д)	$K_{рекл.д} = K_{ЗОП} * V_{рк}/V_{рп}$ де $V_{рк}$ – витрати на рекламну діяльність на кінець періоду; $V_{рп}$ – витрати на рекламну діяльність на початок періоду	
Показники ефективності маркетингової діяльності			
7	проміжний коефіцієнт ефективності маркетингової діяльності для конкретної послуги	$K_{пром} = (K_{РД} + K_{ПП} + K_{ЗОП} + K_{РЦ} + K_{СБ} + K_{рекл.д}) / 6$	
8	Підсумковий коефіцієнт ефективності маркетингу	$K_{до} = K_{пром} * K_{пл} * K_{вз}$ де $K_{пл}$ – коефіцієнт поточної ліквідності; $K_{вз}$ – коефіцієнт забезпеченості власними засобами	

Залежно від набутих значень підсумкового коефіцієнта ефективності маркетингової діяльності для певної послуги, підприємства поділяються на наступні групи:

1. Ринкові лідери (більше 9) – організації, що мають максимальний коефіцієнт конкурентоспроможності. Як правило, ці організації мають максимальну ринкову частку при продажах і є лідерами в ціновій політиці, оптимізації витрат і так далі. Характерною їх поведінкою є оборона.

2. Ринкові претенденти – це організації, розрахунковий коефіцієнт конкурентоспроможності яких лежить в діапазоні від 3,1 до 9. Зазвичай такі організації борються за збільшення ринкової частки продажів, проводять ціновий демпінг. Для них характерна стратегія атаки за усіма напрямками діяльності.
3. Ринкові послідовники – організації, розрахунковий коефіцієнт конкурентоспроможності яких знаходиться в діапазоні від 1 до 3. Вони проводять політику того, що йде за галузевим лідером, не ризикують, але і не проявляють пасивності. Такі організації копіюють діяльність лідера, але діють обачніше і розраховують на менші ресурси. Вони, як правило, схильні до атак з боку ринкових претендентів.
4. Організації, що діють в ринковій ніші, розрахунковий коефіцієнт конкурентоспроможності яких знаходиться в діапазоні від 0,99 до 6,9. Організації цієї групи обслуговують невеликі ринкові сегменти, які інші учасники конкуренції не враховують, і відрізняються високим рівнем спеціалізації. Коло клієнтів обмежене, характерний високий рівень цін. У своїй діяльності такі організації спираються на клієнтів і максимально залежать від них.
5. Банкроти – організації з коефіцієнтом конкурентоспроможності від 7 до 10. Вони приймають режим зовнішнього управління і здійснюють заходи щодо виходу з банкрутства або проводять розрахунки з кредиторами і ліквідовуються.

Залежно від виявленого типу підприємства запропонувати маркетингову стратегію розвитку підприємства на ринку.

### **6.6. Індивідуальне завдання здобувача вищої освіти**

Грунтуючись на отриманих теоретичних знаннях та практичному досвіді, а також власних наукових інтересах і побажаннях здобувач вищої освіти повинен розробити конкретні та обґрунтовані пропозиції щодо удосконалення окремого напрямку (напрямів) роботи підприємства або впровадження певного нововведення (інновації).

Пропозиції можуть стосуватися удосконалення існуючих функціональних напрямів діяльності підприємства (організаційно-технологічної, фінансово-економічної діяльності, управління персоналом, маркетингової діяльності і т.п.), впровадження принципів продуктів чи процесів (впровадження нового туристичного маршруту і .п).

Рекомендовані пропозиції повинні ґрунтуватися на виявлених недоліках в організації роботи підприємства, наявних резервах її удосконалення, вивченні вітчизняного та закордонного досвіду підприємств аналогічного та споріднених профілів діяльності.

Результати проведеної роботи викладаються за такою структурою:

- загальна характеристика суті пропозиції (нововведення, що пропонується здійснити).

- обґрунтування доцільності застосування пропозиції (нововведення) та очікувані результати від її реалізації, в тому числі розрахунок економічного ефекту.

- стан готовності підприємства до введення пропозиції (нововведення).
- план організаційно-економічних заходів, необхідних для впровадження даної пропозиції.

## **7. Вимоги до оформлення звіту переддипломної практики**

Звіт повинен мати обов'язкові складові частини, що розташовуються у послідовності:

- титульний аркуш;
- зміст;
- вступ;
- основна частина;
- висновки;
- додатки (при наявності).

Обсяг звіту повинен складати до 20-25 друкованих сторінок тексту.

Першою сторінкою звіту є титульний аркуш (додатк А), який входить до загальної нумерації сторінок роботи. Другою сторінкою є зміст звіту проходження практики. На титульному аркуші та змісті номер сторінки не ставлять. Нумерація сторінок звіту розпочинається зі вступу (сторінка 3) і має бути наскрізною. Номер сторінки проставляється арабськими цифрами у правому нижньому куті сторінки без крапки в кінці.

Розділи позначаються порядковими номерами арабськими цифрами, після номера розділу крапка не ставиться, після якої в тому ж рядку наводиться назва розділу.

Нумерацію ілюстрацій (схеми, графіки, рисунки), формули і таблиці необхідно подавати в звіті безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Ілюстрації і таблиці, які розміщені на окремих сторінках звіту, не включають до загальної нумерації сторінок. На всі ілюстрації мають бути посилання в тексті. Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу, за винятком ілюстрацій, поданих у додатках.

Номер ілюстрації повинен складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка (наприклад, Рис. 1.2. Назва – це другий рисунок першого розділу). Номер ілюстрації та її назву розташовують під ілюстрацією симетрично до тексту (вирівнювання по центру).

Таблиці нумерують послідовно в межах розділу, за винятком таблиць, поданих у додатках. У правому верхньому куті над відповідним заголовком таблиці розташовують напис «Таблиця» із зазначенням її номера, який складається із номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка (наприклад: Таблиця 1.2. – це друга таблиця першого розділу або теми). Назва таблиці міститься нижче, по центру сторінки.

При переносі частини таблиці на інший аркуш слово «Таблиця» та її номер вказують разом із назвою один раз над першою частиною таблиці, над іншими частинами таблиці пишуть слова «Продовження табл.» і зазначають її номер, наприклад: «Продовження табл. 1.2.».

В звіті подається список використаних джерел. Відомості про джерела, внесені до списку, необхідно подавати відповідно до вимог державного стандарту з обов'язковим наведенням назв праць, авторів та ін. (додаток Д).

Додатки оформлюють як продовження звіту проходження практики. Dodatok повинен мати заголовок, надрукований симетрично відносно тексту сторінки. Всі додатки, незалежно від характеру (звітні форми, аналітично-розрахункові таблиці, громіздкі ілюстративні схеми, комп'ютерні розрахунки, програмний код, екранні копії тощо), повинні мати заголовок, у якому відображено зміст інформації, що містить той чи інший додаток. Додатки позначають великими літерами української абетки, починаючи з А, за винятком літер Г, І, Є, З, І, І, Й, О, Ч, Ї. Після слова «Додаток» друкують літеру, що позначає його послідовність. Наприклад: Додаток А; Додаток Б і т.д.

Звіт друкують з використанням комп'ютерної техніки на одній стороні стандартного листа білого паперу (А4, 210 x 297 мм). При друку звіту мають бути такі береги: зліва – не менше 25 мм, зверху та знизу – не менше 20 мм, справа – не менше 10 мм. Гарнітура шрифту – Times New Roman, кегль -14, колір друку – чорний, міжрядковий інтервал – півтора при друку на комп'ютері. Щільність тексту повинна бути рівномірною (без розрідження та ущільнень).

Текст основної частини звіту поділяється на розділи, параграфи, пункти. Заголовки структурних частин «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ», «ДОДАТКИ» друкуються тим самим кеглем, але напівжирними і великими літерами без абзацу симетрично тексту з вирівнюванням по центру.

Заголовки розділів друкуються звичайними літерами (крім першої великої) з абзацу. Крапку в кінці заголовку не ставлять. Якщо заголовок складається з двох чи більше складових речень, їх розділяють крапкою. Заголовок розділу, параграфу не повинен бути останнім рядком на сторінці. Заголовки пунктів пишуться звичайними літерами (крім першої великої) з абзацу в підбір до тексту напівжирним шрифтом. У цьому випадку в кінці заголовку, ставлять крапку. Підкреслення назв будь-яких заголовків та перенесення слів у заголовках не допускається.

Відстань між заголовком та підзаголовком повинна становити один пропущений рядок. Такий самий відступ від назви підзаголовку до основного тексту. Приклад:

## **РОЗДІЛ 1.**

### **ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА „XXX”**

#### **1.1. Відомості про місце розташування бази практики**

Кожен новий розділ починається з нової сторінки. Це правило відноситься до інших основних структурних частин роботи: вступу, висновків, додатків.

## 8. Критерії оцінки якості практичної підготовки та оцінка набутої компетентності

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою (екзамен /залік)	Оцінка за шкалою ЄКТС	
		Оцінка	Пояснення
90–100	Відмінно	А	<p>«Відмінно» – здобувач демонструє <b>повні й міцні знання</b> навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі практики, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях.</p> <p><b>Вміє реалізувати</b> теоретичні положення в практичних розрахунках, може <b>аналізувати та співставляти</b> дані об'єктів діяльності фахівця (окремих складових частин споруд, пристроїв, обладнань, технологічних процесів, механізмів, апаратних та програмних засобів тощо) на основі набутих практичних знань та умінь. Під час виконанні індивідуальних завдань <b>проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання</b>, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосується завдань практичної підготовки, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або здобувач проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.</p>

83–89	Добре	<b>В</b>	« <b>Дуже добре</b> » – демонструє <b>гарні знання</b> , добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі практики, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та <b>вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач</b> , але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. За час проходження практики, при виконанні індивідуальних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.
75–82		<b>С</b>	«Добре» – здобувач <b>загалом добре володіє матеріалом</b> , знає основний. Вміє самостійно <b>виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною</b> . За час проходження практики, при виконанні індивідуальних завдань дає <b>вичерпні пояснення положення матеріалу</b> , що відповідають робочій програмі практики, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та використовує для рішення характерних/типових практичних завдань на професійному рівні. <b>Вміє пояснити основні положення виконаних завдань</b> , та дати правильні відповіді про зміну результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять під час проходження практики, при виконанні індивідуальних завдань.
68–74	Задовільно	<b>Д</b>	« <b>Задовільно</b> » – здобувач <b>засвоїв основний теоретичний</b> матеріал, передбачений робочою програмою практики, та <b>розуміє постанову стандартних практичних завдань</b> , має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні положення, <b>може вирішувати подібні</b> завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.
60–67		<b>Е</b>	« <b>Достатньо</b> » – здобувач <b>має певні знання</b> , передбачені робочою програмою практики, <b>володіє основними</b> положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, <b>здобувач з труднощами пояснює</b> правила вирішення практичних завдань. Виконання практичних та індивідуальних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.
35–59	Незадовільно	<b>FX</b>	« <b>Умовно незадовільно</b> » – здобувач <b>може відтворити окремі фрагменти з практичної підготовки</b> . Незважаючи на те, що програму навчальної практики виконав, працював здобувач пасивно, його відповіді під час практичних робіт (захисту звіту) <b>в більшості є невірними, необґрунтованими</b> . Цілісність розуміння матеріалу з практики у здобувача відсутня.
1–34		<b>F</b>	« <b>Безумовно незадовільно</b> » – здобувач <b>повністю не виконав</b> вимог робочої програми навчальної практики.

			Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Здобувач не допущений до здачі екзамену/заліку.
--	--	--	--

**Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти**

<b>ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ</b>			
<b>Поточний контроль (ПК)</b>		<b>Підсумковий контроль</b>	
Аудиторна робота	Самостійна (індивідуальна) робота	<b>ЗАЛІК (З)</b>	
$\leq 40$	$\leq 20$		
$\leq 60$		$\leq 40$	
<b>Підсумкова оцінка у випадку заліку (П) = ПК+ З <math>\leq 100</math></b>			
<b>ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ</b>			
<b>Поточний контроль (ПК)</b>		<b>Підсумковий контроль</b>	
$\leq 20$	$\leq 40$	<b>ЗАЛІК (З)</b>	
$\leq 60$		$\leq 40$	
<b>Підсумкова оцінка у випадку заліку (П) = ПК+ З <math>\leq 100</math></b>			

**Приклад оформлення та вимоги до звіту**

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД  
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

**КАФЕДРА ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

***ЗВІТ***

***ПРО ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ***  
здобувачем вищої освіти ІV курсу групи Т-20 денної форми навчання

***Іваненко Сергія Васильовича***

Спеціальність: 242 «Туризм»  
Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр  
База практики: \_\_\_\_\_

Керівники практики:

**від бази практики:**

\_\_\_\_\_  
(ПІБ, посада)

\_\_\_\_\_  
(підпис, печатка під-ва)

**від кафедри комісія у складі:**

\_\_\_\_\_  
(ПІБ, посада)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ПІБ, посада)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(ПІБ, посада)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Звіт захищений з оцінкою: \_\_\_\_\_

Завідувач кафедри туристичного та готельно-ресторанного  
бізнесу

\_\_\_\_\_  
(підпис, печатка під-ва)