



1920

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Кубанский государственный университет»  
в г. Геленджике



**Рабочая программа учебной дисциплины**  
**ПП.04.01 Производственная практика (по профилю специальности)**  
специальность 43.02.11 Гостиничный сервис

2020

Программа производственной практики (по профилю специальности) ПП.04.01 разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис и утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 07.05.2014г., №475 и рабочих программ профессиональных модулей:

ПМ.04. Продажи гостиничного продукта

Организация-разработчик: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение Высшего образования «Кубанский государственный университет» филиал в г. Геленджике

Рассмотрена предметной (цикловой) комиссией специальности Гостиничный сервис

протокол заседания № 1 «31»августа 2020 г.

Одобрена на заседании ученого совета протокол №1 от «31» августа 2020г.

Рецензенты:

Директор ИП Стефанова Отель «Парадейсон»		З.К. Стефанова
Генеральный директор АО «Санаторий им.М.В.Ломоносова»		Н.Я.Алейников

## СОДЕРЖАНИЕ:

1. Паспорт программы производственной практики.....	4
1.1. Область применения программы.....	4
1.2. Цели и задачи производственной практики, требования к результатам освоения практики.....	4
2. Результаты освоения программы производственной практики.....	6
3. Тематический план и содержание производственной практики.....	6
3.1. Тематический план производственной практики.....	6
3.2. Содержание производственной практики.....	8
4. Условия реализации программы производственной практики.....	10
4.2. Перечень учебных изданий, интернет – ресурсов, дополнительных источников.....	11
5. Контроль и оценка результатов освоения производственной практики.....	12

# ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики профессионального модуля 04. Продажи гостиничного продукта, является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.11. Гостиничный сервис в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): организации обслуживания гостей в процессе проживания, и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1 Выявлять спрос на гостиничные услуги

ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт

ПК 4.3 Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг

ПК 4.4 Принимать участие в разработке комплекса маркетинга

## 1.2. Цели и задачи производственной практики, требования к результатам освоения практики

**Цель** производственной практики (по профилю специальности)– приобретение практического опыта, формирование общих и профессиональных компетенций.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

**иметь практический опыт:**

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;
- участия в разработке комплекса маркетинга;

**уметь:**

- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;
- проводить сегментацию рынка;
- разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;
- оценивать эффективность сбытовой политики;
- выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;
- формулировать содержание рекламных материалов;
- собирать и анализировать информацию о ценах;

**знать:**

- состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;
- гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;

- особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;
- потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;
- методы изучения и анализа предпочтений потребителя;
- потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения;
- последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;
- формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;
- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

По окончании практики обучающийся сдаёт отчетную документацию в соответствии с методическими рекомендациями по организации и прохождению производственной практики и содержанием заданий на практику.

<b>Вид профессиональной деятельности</b>	<b>Код</b>	<b>Наименование результатов практики</b>
ПМ 04Продажи гостиничного продукта	ПК 4.1	<b>Выявлять спрос на гостиничные услуги</b> Анализировать результаты деятельности службы гостиничного фонда и потребности в материальных ресурсах и персонале, принимать меры по их изменению.
	ПК 4.2.	<b>Формировать спрос и стимулировать сбыт.</b> Владеть методами стимулирования и повышения мотивации подчиненных, обеспечения их лояльности
	ПК 4.3.	<b>Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.</b>
	ПК 4.4.	<b>Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.</b> Гостиничный маркетинг и технологии продаж.

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы производственной практики (по профилю специальности), является сформированность у обучающихся практических навыков в рамках модулей, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной профессии/специальности ОПОП СПО по основным видам деятельности (ВД),

ПМ.04продажи гостиничного продукта

Код	Наименование результата освоения практики
ПК 4.1.	Анализировать результаты деятельности службы гостиничного фонда и потребности в материальных ресурсах и персонале, принимать меры по их изменению.
ПК 4.2.	Владеть методами стимулирования и повышения мотивации подчиненных, обеспечения их лояльности
ПК 4.3.	Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
ПК 4.4.	Гостиничный маркетинг и технологии продаж.

## 3.ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### 3.1 Тематический план производственной практики

КОД ПК	Код и наименование профессиональных модулей	К-во часов по ПМ	Виды работ	Наименование тем производственной практики
1	2	3	4	5
ПК 4.1, ПК4.2, ПК4.3, ПК 4.4	ПМ. 04продажи гостиничного продукта	<b>72</b>	Выявлять спрос на гостиничные услуги.	<b>Тема 1.1.</b> Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг; <b>Тема 1.2.</b> Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования; <b>Тема 1.3</b> Методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребители гостиничного продукта, особенности их поведения;

		<p>Формировать спрос и стимулировать сбыт.</p>	<p><b>Тема 1.4</b> Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта</p> <p><b>Тема 1.5</b> Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;</p> <p><b>Тема 1.6</b> Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;</p>
		<p>Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.</p>	<p><b>Тема 1.7</b> Специфика ценовой политики гостиницы, специфику рекламы услуг гостиницы и гостиничного продукта.</p>
		<p>Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.</p>	<p><b>Тема 1.8</b> Конкурентная среда. Маркетинговые исследования.</p>
			<b>Дифференцированный зачет</b>

### 3.2 Содержание производственной практики

Код и наименование профессиональных модулей, виды работ, темы производственной практики	Содержание учебных занятий
1	2
<b>ПМ 04.Продажи гостиничного продукта</b>	
<p><b>Тема 1.1.</b>Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;</p>	<p>Каналы распределения и товародвижения. Спрос, формирование спроса и стимулирование сбыта. Торговые посредники и их классификация. Организация оптовой и розничной торговли. Дилеры и дистрибьюторы. Мерчендайзинг. Компоненты организации эффективного сбыта. Методы персональных продаж. Подходы к формированию прямого сбыта на основе клиентского анализа. Особые формы коммерческого взаимодействия франчайзинг, многоуровневый маркетинг</p>
<p><b>Тема 1.2.</b> Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;</p>	<p>Гостиничный продукт и гостиничная услуга: понятие, отличие от товара. Показатели конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Качество гостиничного продукта: понятие, показатели, методы оценки. Управление качеством гостиничного продукта. Правила предъявления и рассмотрения претензий по качеству. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия; потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом; методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребители гостиничного продукта, особенности их поведения.</p>
<p><b>Тема 1.3</b> Методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребители гостиничного продукта, особенности их поведения;</p>	<p>Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС): виды, назначение. Информационные методы: пропаганда, консультации. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, PR; возможности, достоинства и недостатки. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности. Сущность планирования сбытовой политики отеля. Каналы сбыта гостиничного продукта. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирование. «Паблик рилейшенз»: понятия, назначение, виды мероприятий. Глобальные системы дистрибьюции. Альтернативные дистрибьютивные сети. Организация продаж через глобальные сети. Формирование программ лояльности клиентов. Льготные программы и цепочка гостиниц.</p>
<p><b>Тема 1.4</b>      Последовательность</p>	<p>Понятие и значение сегментации рынка</p>

<p>маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;</p>	<p>гостиничных услуг. Характеристика признаки и методов сегментации, основные критерии сегментации. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта; формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице. Этапы разработки новых гостиничных продуктов.</p>
<p><b>Тема 1.5</b> Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;</p>	<p>Номенклатуру услуг гостиничного предприятия можно описать с помощью следующих основных характеристик - широта, насыщенность, глубина и гармоничность. Все нижеперечисленные характеристики номенклатуры характеризуют продуктовую политику гостиничного предприятия.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Широта номенклатуры услуг определяется общим количеством всех существующих на гостиничном предприятии ассортиментных групп и арифметически эквивалентна их сумме. Она определяется классностью отеля. Чем выше классность, тем шире должна быть номенклатура услуг отеля.</li> <li>· Насыщенность номенклатуры услуг - это общее число предлагаемых отелем продуктов, которое определяется как сумма всех продуктов (услуг), производимых гостиничным предприятием внутри всех ассортиментных групп. Это сумма всех предлагаемых потребителю конечных продуктов.</li> <li>· -Глубина номенклатуры услуг является вертикальной характеристикой и эквивалентна количеству вариантов предложений каждого отдельного продукта внутри ассортиментной группы.</li> <li>· Гармоничность номенклатуры услуг - более абстрактная характеристика, чем предыдущие, и определяется степенью близости друг к другу ассортиментных групп в целом и продуктов различных ассортиментных групп в отдельности, с точки зрения конечного потребления, взаимодополняемости, каналов сбыта, требований к производству, качеству и т. д.</li> </ul>
<p><b>Тема 1.6</b> Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;</p>	<p>На современном этапе рыночных отношений в нашей стране стимулирование сбыта продукции начинает играть важную роль для успешной деятельности любого предприятия. Возросшая конкуренция вынуждает предприятия идти на все большие уступки потребителям и посредникам в сбыте своей продукции с помощью стимулирования. Кроме того, объективным фактором возрастания роли стимулирования является то, что эффективность рекламы снижается из-за растущих издержек и рекламной тесноты в средствах массовой информации. Поэтому все</p>

	<p>большее число предприятий прибегает к стимулированию сбыта, как к средству, которое может эффективно поддержать рекламную кампанию.</p>
<p><b>Тема 1.7</b> Специфика ценовой политики гостиницы, специфика рекламы услуг гостиницы и гостиничного продукта.</p>	<p>Цена гостиничного места зависит от разряда гостиницы, категории номера, качества услуги, скидок или надбавок за определенные услуги.</p> <p>При предоставлении гостиничных услуг цены должны быть определены одинаковыми для всех потребителей, в том числе для юридических лиц.</p> <p>Изменение цен возможно только в случае, если условия предоставления услуг отличаются от условий, предусмотренных публичным договором. Однако все это не лишает гостиницу возможности применять скидки, установленные ею самостоятельно. Но эти скидки при выполнении условий их предоставления должны предоставляться всем потребителям.</p>
<p><b>Тема 1.8</b> Конкурентная среда. Маркетинговые исследования.</p>	<p>Конкурентная среда окружает все фирмы, существующие в условиях рынка, ведь лишь в единичных ситуациях конкуренты отсутствуют, например, так бывает, когда компания внедряет на рынок некий инновационный товар. Тем не менее в большинстве случаев каждый новый товар – это некая модификация уже имеющегося на рынке, следовательно, можно говорить о том, что он вступает в отношения косвенной конкуренции. Чтобы грамотно спланировать маркетинговую составляющую бизнеса, необходимо провести детальный анализ конкурентной среды.</p>
<p><b>Дифференцированный зачет</b></p>	

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

### **4.1. Организация практики**

Производственная практика (по профилю специальности) проводится в организациях на основе договоров, заключаемых между филиалом ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Геленджике и организациями.

Филиал ФГБОУВО «Кубанский государственный университет» в г. Геленджике осуществляет руководство практикой, контролирует реализацию программы практики и условия проведения практики организациями, в том числе требования охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в соответствии с правилами и нормами, в том числе отраслевыми, формируют группы в случае применения групповых форм проведения практики.

Направление на практику оформляется распорядительным актом директора филиала ФГБОУВО «Кубанский государственный университет» в г. Геленджике с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и сроков прохождения практики.

Продолжительность рабочего дня обучающихся должна соответствовать времени, установленному трудовым законодательством Российской Федерации для соответствующих категорий работников.

На период производственной практики (по профилю специальности) обучающиеся приказом по предприятию, учреждению, организации могут зачисляться на штатные рабочие места и включаться в списочный состав предприятия, учреждения, организации, но не учитываются в их среднесписочной численности.

С момента зачисления обучающихся на рабочие места, на них распространяются требования стандартов инструкций, правил и норм охраны труда, правил внутреннего трудового распорядка и других норм и правил, действующих на предприятия, учреждении, организации по соответствующей специальности и уровню квалификации рабочих.

За время производственной практики (по профилю специальности) обучающиеся должны выполнить задания на практику в соответствии с данной рабочей программой производственной практики. Производственная практика (по профилю специальности) завершается дифференцированным зачетом.

## 4.2. Перечень учебных изданий, Интернет – ресурсов, дополнительных источников

### Основная литература

1. Ключевская, И. С. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие / И.С. Ключевская. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 236 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-015631-6. - Текст : электронный. - URL:<https://znanium.com/read?id=363066>
2. Скобкин, С. С. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Профессиональное образование).. - URL: <https://urait.ru/viewer/osnovy-marketinga-gostinichnyh-uslug-456730#page/1>
3. Основы маркетинга. Практикум : учеб.пособие для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 325 с. — (Серия : Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru/viewer/osnovy-marketinga-praktikum-450802#page/1>
4. Баумгартен, Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 338 с. — URL: <https://urait.ru/viewer/osnovy-marketinga-gostinichnyh-uslug-456732#page/1>

### Дополнительная литература

1. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для ВПО / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 402 с. — URL: <https://urait.ru/viewer/informacionnye-tehnologii-v-turistskoy-industrii-452006#page/1>
2. Технология и организация гостиничных услуг [Электронный ресурс]: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 320 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=340840>
3. Николенко, П. Г. Гостиничная индустрия : учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, Ю. С. Ключева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 449 с. - URL: <https://urait.ru/viewer/gostinichnaya-industriya-456706#page/1>
4. Николенко, П. Г. Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса : администрирование отеля : учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 451 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru/viewer/predprinimatelskaya-deyatelnost-v-sfere-gostinichnogo-biznesa-administrirovaniye-otelya-467415#page/1>
5. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов : учебное пособие к использованию в образовательных учреждениях, реализующих

образовательные программы высшего профессионального образования по специальности "Социально-культурный сервис" / И. С. Барчуков, Л. В. Баумгартен, Ю. Б. Башин, А. В. Зайцев. - 3-е изд., перераб. - Москва : КНОРУС, 2020. - 165 с.

### **Периодические издания**

1. Гостиничное дело
2. Современные проблемы сервиса и туризма
3. Туризм. Право и экономика
4. Маркетинг в России и за рубежом.– URL:  
<https://dlib.eastview.com/browse/publication/18966/udb/2250>
5. Общество и экономика.– URL:  
<http://dlib.eastview.com/browse/publication/592/udb/4>
6. Туризм и гостеприимство.– URL: [https://e.lanbook.com/journal/2759#journal\\_name](https://e.lanbook.com/journal/2759#journal_name)

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE». – URL: [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
2. ЭБС издательства «Лань». – URL: <https://e.lanbook.com>
3. ЭБС «Юрайт». – URL: <http://www.biblio-online.ru/>
4. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
5. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com)
6. Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ. – URL:<http://212.192.134.46/MegaPro/Catalog/Home/Index>
7. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» - URL:[www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
8. Научная электронная библиотека (НЭБ) «eLibrary.ru». - URL:<http://www.elibrary.ru>
9. Базы данных компании «Ист Вью». - URL:<http://dlib.eastview.com>
10. Лекториум ТВ». - URL: <http://www.lektorium.tv/>
11. Национальная электронная библиотека «НЭБ». - URL:<http://нэб.рф/>
12. КиберЛенинка: научная электронная библиотека. – URL:  
<http://cyberleninka.ru/>
13. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральная ИС свободного доступа. – URL: <http://window.edu.ru>.
14. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» - URL  
<http://www.consultant.ru>

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.	1. Изучил способы выявления спроса на гостиничные услуги	Наблюдение за выполнением стандартов. Контроль формирования спроса и стимулирования сбыта гостиничного продукта Дневник производственной практики. Диф.зачет
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.	1. Умеет формировать спрос и стимулировать сбыт гостиничного продукта услуг.	
ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.	1. Оценивает конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг	
ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.	1. Знает правила разработки комплекса маркетинга	

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**  
**НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ**

Обучающийся \_\_\_\_\_  
*Фамилия, имя отчество*

Направляется на производственную практику (по профилю специальности)  
в распоряжение \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ *наименование предприятия*  
для прохождения \_\_\_\_\_ практики  
\_\_\_\_\_ *вид практики*  
по специальности \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ *код и наименование специальности*

сроком с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ г. по «\_\_\_»  
\_\_\_\_\_ г. \_\_\_\_\_

Руководитель практики от филиала: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ *Должность, фамилия имя отчество, подпись*

М.П. Зам. директора по учебной работе \_\_\_\_\_  
*подпись*

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

\_\_\_\_\_ *Должность, фамилия имя отчество*

М.П. Прибыл на предприятие  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г. \_\_\_\_\_  
*подпись*

М.П. Убыл из предприятия  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г. \_\_\_\_\_  
*подпись*

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Кубанский государственный университет»  
в г. Геленджике

### ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ на производственную практику

Обучающий(ая)ся \_\_\_\_\_

(ФИО студента)

3 курса

Специальность: 43.02.11 Гостиничный сервис

(код и наименование специальности)

Направляется в \_\_\_\_\_

Наименование задания, рекомендации к выполнению	
1	Пройти инструктаж по технике безопасности на рабочем месте организации.
2	Ознакомиться со спецификой функционирования предприятия, его структурой, работой различных подразделений, штатным расписанием.
3	ПК 4.1 Выявлять спрос на гостиничные услуги
4	ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт
5	ПК 4.3 Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг
6	ПК 4.4 Принимать участие в разработке комплекса маркетинга
7	Оформить отчет.

Руководитель производственной практики от филиала,  
преподаватель филиала «КубГУ» в г.Геленджике \_\_\_\_\_

подпись

Руководитель производственной практики от организации,  
\_\_\_\_\_

ФИО, должность, организация \_\_\_\_\_

Подпись

М.П.



№ п/п	Дата	Место работы	Кол-во рабочих часов	Виды работ	Содержание работы	Оценка и подпись непосредственного руководителя
				Изучение БЖД, ознакомление с нормативно-правовой базой гостиничного предприятия	Прошла инструктаж по технике безопасности, ознакомилась с Положением о коммерческой тайне, прошла инструктаж по корпоративному поведению.	

### График прохождения производственной практики

Наименование подразделения	Количество дней	Количество часов
Служба маркетинга (отдел продаж)		
ИТОГО		

Практикант \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
Подпись, печать

От филиала: \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия,

преподаватель филиала ФГБОУ ВО «КубГУ» в г. Геленджике

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Кубанский государственный университет»  
в г. Геленджике

# ОТЧЕТ

## о прохождении производственной практики (по профилю специальности)

Ф И О

специальность 43.02.11 Гостиничный сервис  
курс 3

Сроки прохождения практики: \_\_\_\_\_ .20\_\_ г. \_\_\_\_\_ .20\_\_ г.

База практики: \_\_\_\_\_

Руководитель практики от филиала: \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
преподаватель филиала ФГБОУ ВО «КубГУ» в г. Геленджике

Руководитель практики : \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
Место работы, должность \_\_\_\_\_ подпись

М.П.

2020

20

## **Календарные сроки практики**

По учебному плану:

1. Практика для получения профессиональных навыков

Начало \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. Окончание \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## **База практики**

---

### **Руководитель практики от филиала**

Преподаватель филиала ФГБОУ ВО «Кубанский Государственный  
Университет» в Геленджике

\_\_\_\_\_  
И.О. Фамилия

### **Руководитель практики от организации**

\_\_\_\_\_  
Место работы, должность

\_\_\_\_\_  
И.О. Фамилия

## Содержание

### Введение

1. Основная часть. Краткая характеристика
2. Вариативная часть. Производственная практика

### Заключение

### Список использованных источников

## ВВЕДЕНИЕ

1. Краткая характеристика .....
2. Вариативная часть. Производственная практика

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В период прохождения производственной практики (по профилю специальности),.....

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Правила по технике безопасности.
2. Корпоративный кодекс со сводом корпоративных правил поведения.
3. Нормативные документы службы приема и бронирования.
4. Прейскуранты цен проживания в комплексе.
5. ....
6. ....
7. ....
8. ....

Практикант: \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

Руководитель практики от филиала: \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

Руководитель практики от организации: \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия  
подпись

М.П.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Кубанский государственный университет»  
в г. Геленджике

### АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

\_\_\_\_\_  
(ФИО)

Обучающий(ая)ся на 3 курсе по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис прошла  
производственную практику по профессиональному модулю

*ПМ 04 Продажи гостиничного продукта*

в объеме \_\_\_\_\_ недели, с « \_\_\_\_\_ » г. по « \_\_\_\_\_ » 20 \_\_\_\_\_ г.

#### Виды и качество выполнения работ

Вид профессиональной деятельности	Код	Наименование результатов практики Вид работы, выполненных обучающимся во время практики	Уровень освоения компетенций (оценка)
ПМ 04Продажи гостиничного продукта	ПК 4.1	Выявлять спрос на гостиничные услуги	
	ПК 4.2	Формировать спрос и стимулировать сбыт	
	ПК 4.3	Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг	
	ПК 4.4	Принимать участие в разработке комплекса маркетинга	
<i>Итоговая оценка уровня освоения обучающимся профессиональных компетенций**</i>			

\* - оценивается уровень освоения компетенций. Если в результате выполнения соответствующего вида работ осваивается несколько компетенций, то в таблице каждая компетенция отображается отдельной строкой с указанием вида работы по компетенции и проставлением соответствующей оценки. Оценки за освоение одной конкретной компетенции должны совпадать вне зависимости от вида работ.

\*\* - итоговая оценка определяется как среднее арифметическое оценок, полученных за освоение каждой компетенции, со стандартным округлением.

При оценивании компетенций используются следующие критерии

Критерии оценки компетенций	Оценка
-----------------------------	--------

<p>обучающийся не овладел оцениваемыми компетенциями, не раскрывает сущность поставленной проблемы. Не умеет применять теоретические знания в решении практической ситуации. Допускает ошибки в принимаемом решении, в работе с нормативными документами, неуверенно обосновывает полученные результаты. Материал излагается нелогично, бессистемно, недостаточно грамотно</p>	2
<p>обучающийся освоил 60-69% оцениваемых (ой) компетенций (ии), показывает удовлетворительные знания основных вопросов программного материала, умения анализировать, делать выводы в условиях конкретной ситуационной задачи. Излагает решение проблемы недостаточно полно, непоследовательно, допускает неточности. Затрудняется доказательно обосновывать свои суждения.</p>	3
<p>обучающийся освоил 70-89% оцениваемых (ой) компетенций (ии), умеет применять теоретические знания и полученный практический опыт в решении практической ситуации. Умело работает с нормативными документами. Умеет аргументировать свои выводы и принимать самостоятельные решения, но допускает отдельные неточности, как по содержанию, так и по умениям, навыкам работы с нормативно правовой документацией.</p>	4
<p>обучающийся освоил 90-100% оцениваемых (ой) компетенций (ии), умение связывать теорию с практикой, применять полученный практический опыт, анализировать, делать выводы, принимать самостоятельные решения в конкретной ситуации, высказывать и обосновывать свои суждения. Демонстрирует умение вести беседы, консультировать граждан, выходить из конфликтных ситуаций. Владеет навыками работы с нормативными документами. Владеет письменной и устной коммуникацией, логическим изложением ответа</p>	5

## ХАРАКТЕРИСТИКА профессиональной деятельности обучающегося

1. Фамилия, имя, отчество практиканта;
2. Наименование организации, сроки прохождения практики и под чьим руководством студент проходил практику;
3. Отношение студента к работе (интерес, инициатива, исполнительность, дисциплинированность и т.д.);
4. Объем выполненной работы на практике;
5. Качество выполняемой студентом работы, степень проявленной самостоятельности, уровень овладения теоретическими и практическими навыками;
6. Помощь, оказанная студентом в выполнении отдельных заданий на предприятии

Таким образом, практикантка сформировала следующие общие компетенции:

ОК1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК2 Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК3 Оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК6 Работать в коллективе и команде, взаимодействовать с коллегами и социальными партнерами.

ОК 7 Ставить цели, мотивировать деятельность занимающихся физической культурой и спортом, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за качество учебно-тренировочного процесса и организации физкультурно-спортивных мероприятий и занятий.

ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9 Осуществлять профессиональную деятельность в условиях обновления ее целей, содержания и смены технологий.

В ходе производственной практики Ф.И.О. занималась приемом заказов на бронирование. Практикантка уделяла пристальное внимание к оформлению необходимой документации.

Таким образом, практикантка сформировала следующие профессиональные компетенции:

ПК 4.1 Выявлять спрос на гостиничные услуги

ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт

ПК 4.3 Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг

ПК 4.4 Принимать участие в разработке комплекса маркетинга

Руководитель производственной

практики от образовательной организации \_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

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

И.О. Фамилия

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

### ОТЗЫВ

О качестве подготовки студентов филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в городе Геленджике, обучающийся по программе СПО, специальность 43.02.11 «Гостиничный сервис».

---

Подпись, М.П.