

Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор
Паршина А.А.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА
Проектно-технологическая практика
рабочая программа дисциплины (модуля)

Учебный план 43.03.02_ЗФО_2023.plx
43.03.02 Туризм

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **12 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 432

в том числе:

аудиторные занятия 0

самостоятельная работа 431,75

контактная работа во время
промежуточной аттестации (ИКР) 0,25

Виды контроля на курсах:
зачеты с оценкой 5

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	5		Итого	
	уп	рп		
Иная контактная работа	0,25	0,25	0,25	0,25
В том числе в форме практ.подготовки	432	432	432	432
Контактная работа	0,25	0,25	0,25	0,25
Сам. работа	431,75	431,75	431,75	431,75
Итого	432	432	432	432

Программу составил(и):
кэн, доцент, Левчук В.В.

Рецензент(ы):
кзн, доцент, Шевченко Е.М.

Рабочая программа дисциплины
Проектно-технологическая практика

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки
43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516)

составлена на основании учебного плана:
43.03.02 Туризм
утвержденного учёным советом вуза от 29.06.2023 протокол № 35.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Маркетинг, реклама и туризм

Протокол от 31.05.2023 г. № 10

Зав. Кафедрой к.э.н., доцент Черемисова Н.Ф.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Целями производственной практики являются:
1.2	-получении профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности;
1.3	-приобретение навыков исполнения функциональных обязанностей в сфере туризма;
1.4	-проанализировать конкретный эмпирический материал по одной из актуальных проблем развития туризма;
1.5	-формирование, расширение и закрепление у обучающихся комплекса системы знаний и умений в области экскурсионной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б2.В.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	основы и история туризма
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Технологическая (проектно-технологическая) практика
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.3	Преддипломная практика

3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:	
3.1 Знать	цели личного и профессионального развития, условия их достижения.инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
3.2 Уметь	определять цели личного и профессионального развития, условия их достижения.использовать инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
3.3 Владеть	навыками определения цели личного и профессионального развития, условия их достижения. навыками использования
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	
УК-6.1: Определяет цели личного и профессионального развития, условия их достижения	
Частично знает как определять цели личного и профессионального развития, условия их достижения	
В большинстве случаев знает как определять цели личного и профессионального развития, условия их достижения	
Уверенно и свободно знает как определять цели личного и профессионального развития, условия их достижения	
Частично умеет определять цели личного и профессионального развития, условия их достижения	
В большинстве случаев умеет определять цели личного и профессионального развития, условия их достижения	
Уверенно и свободно умеет определять цели личного и профессионального развития, условия их достижения	
Частично владеет навыками определения целей личного и профессионального развития, условия их достижения	
В большинстве случаев владеет навыками определения целей личного и профессионального развития, условия их достижения	
Уверенно и свободно владеет навыками определения целей личного и профессионального развития, условия их достижения	
УК-6.2: Использует инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития	
Частично знает как использовать инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития	
В большинстве случаев знает как использовать инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития	
Уверенно и свободно знает как использовать инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития	
Частично умеет использовать инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития	
В большинстве случаев умеет использовать инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития	
Уверенно и свободно умеет использовать инструменты управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития	

Частично владеет навыками использования инструментов управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
В большинстве случаев владеет навыками использования инструментов управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития
Уверенно и свободно владеет навыками использования инструментов управления временем при построении траектории для самообразования и саморазвития

ПК-1: Способен разрабатывать и реализовывать проекты в туристской индустрии

ПК-1.1: Разрабатывает проекты в туристской индустрии	
Частично знает разработку проектов в туристской индустрии	
В большинстве случаев знает разработку проектов в туристской индустрии	
Уверенно и свободно знает разработку проектов в туристской индустрии	
Частично умеет разрабатывать проекты в туристской индустрии	
В большинстве случаев умеет разрабатывать проекты в туристской индустрии	
Уверенно и свободно умеет разрабатывать проекты в туристской индустрии	
Частично владеет навыками разработки проектов в туристской индустрии	
В большинстве случаев владеет навыками разработки проектов в туристской индустрии	
Уверенно и свободно владеет навыками разработки проектов в туристской индустрии	
ПК-1.2: Реализовывает проекты в туристской индустрии	
Частично знает реализацию проектов в туристской индустрии	
В большинстве случаев знает реализацию проектов в туристской индустрии	
Уверенно и свободно знает реализацию проектов в туристской индустрии	
Частично умеет реализовывать проекты в туристской индустрии	
В большинстве случаев умеет реализовывать проекты в туристской индустрии	
Уверенно и свободно умеет реализовывать проекты в туристской индустрии	
Частично владеет навыками реализации проектов в туристской индустрии	
В большинстве случаев владеет навыками реализации проектов в туристской индустрии	
Уверенно и свободно владеет навыками реализации проектов в туристской индустрии	

ПК-2: Способен организовывать туроператорские и турагентские услуги

ПК-2.1: Организовывает туроператорские услуги	
Частично знает как организовывать туроператорские услуги	
В большинстве случаев знает как организовывать туроператорские услуги	
Уверенно и свободно знает как организовывать туроператорские услуги	
Частично умеет организовывать туроператорские услуги	
В большинстве случаев умеет организовывать туроператорские услуги	
Уверенно и свободно умеет организовывать туроператорские услуги	
Частично владеет навыками организации туроператорских услуг	
В большинстве случаев владеет навыками организации туроператорских услуг	
Уверенно и свободно владеет навыками организации туроператорских услуг	
ПК-2.2: Организовывает турагентские услуги	
Частично знает как организовывать турагентские услуги	
В большинстве случаев знает как организовывать турагентские услуги	
Уверенно и свободно знает как организовывать турагентские услуги	
Частично умеет организовывать турагентские услуги	
В большинстве случаев умеет организовывать турагентские услуги	
Уверенно и свободно умеет организовывать турагентские услуги	
Частично владеет навыками организации турагентских услуг	
В большинстве случаев владеет навыками организации турагентских услуг	
Уверенно и свободно владеет навыками организации турагентских услуг	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						

1.1	Подготовительный этап. /Тема/	5	0				
1.2	/Ср/	5	59,75		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
1.3	/Ср/	5	5		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
1.4	/Ср/	5	5		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
1.5	Основные сведения об организации, являющейся принимающей стороной в проведении учебной (ознакомительной) практики. /Тема/	5	0				
1.6	/Ср/	5	5		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
1.7	Нормативно-правовое и информационное обеспечение организации, являющейся принимающей стороной в проведении учебной (ознакомительной) практики. /Тема/	5	0				
1.8	/Ср/	5	201		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
1.9	Основной этап.Общая часть. /Тема/	5	0				
1.10	/Ср/	5	14,75		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
1.11	Основной этап. Индивидуальное задание. /Тема/	5	0				
1.12	/Ср/	5	117		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4		
1.13	Заключительный этап. /Тема/	5	0				
1.14	/Ср/	5	24,25		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4		дневник, отчет
1.15	/ИКР/	5	0,25		Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

1. Роль и виды рекламы в деятельности общества.
- 2.Перечислите виды организационно-правовых форм предпринимательской деятельности в России и укажите их характерные особенности
- 3.Раскройте понятие «малое предпринимательство», перечислите критерии отнесения организации к малому бизнесу.
- 4.Заказчики и разработчики рекламы
5. Основные экономические показатели деятельности предприятия.
- 6.Особенности внутрикорпоративного PR. Имидж фирмы.
- 7.Сущность, понятие, содержание, классификация, функции имиджа. 8.Факторы, влияющие на восприятие имиджа.

Технологии построения имиджа.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

1. Место предприятия в рыночном хозяйстве. Понятие предприятия и предпринимательской деятельности.
2. Методы планирования и виды планов.
3. Понятие, состав и структура основных средств предприятия.
4. Экономические показатели эффективности деятельности предприятия
5. Укажите основные методы ценообразования, их особенности.
6. Укажите основные виды налогов, выплачиваемых отечественными предприятиями.
7. Охарактеризуйте упрощенную систему налогообложения.
8. Классификация доходов и расходов.
9. Сущность, принципы и методы планирования на предприятии
10. Создание программы продвижения, выбор целевых аудиторий.
11. Основные требования к месту проведения мероприятия.
12. Связи с персоналом. Связи с клиентами. Связи с обществом в целом. Связи с поставщиками. Связи с прессой.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки владений (навыков, опыта деятельности):

1. Каналы сбыта продукции предприятия: виды и особенности построения
2. Разработка и реализация сценария (программы) мероприятия, технические требования в зависимости от программы мероприятия, подготовка и координация выступлений и выступающих.
3. Организация взаимодействия участников рекламного процесса и договорное регулирование их отношений.
4. Инструменты PR для малого бизнеса. Общие принципы рекламы для малого бизнеса. Инструменты «бесплатного PR» бизнес-организации.
5. Корпоративная культура в общей стратегии PR-деятельности
6. Определение объекта (адресата) и субъекта рекламы. Разработка мотива (УТП) рекламы. Выбор средств распространения рекламы.
7. Оценка экономической эффективности рекламных кампаний.

Проверяемая компетенция ПК-2

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

1. Структура и принципы организации отделов рекламы и связей с общественностью в государственных органах и на предприятиях.
2. Виды формальных организаций: линейно-функциональный и матричный типы структуры.
3. Функциональный принцип построения отдела рекламы и связей с общественностью.
4. Основные варианты структуры отделов рекламы и СО. Типичная структура отдела: базовые функциональные позиции.
5. Определение каналов выхода на различные целевые аудитории: выявление ключевой аудитории, внутренняя и внешняя аудитория, покупатели-потребители, журналисты как ключевая аудитория.
6. Обеспечение обратной связи с целевыми аудиториями. Основные формы работы с журналистами.
7. Материальное обеспечение инвалидов: МТО, субсидии, льготы.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

1. Принципы организации работы отдела рекламы и СО.
2. Участие в планировании основной деятельности компании. Оперативное получение информации от других структурных подразделений
3. Исследовательский-аналитический сегмент: методы сбора и анализа информации, мониторинг информации, пресс-клиппинг, пресс-досье.
4. Копирайтерский сегмент: составление рекламных и PR-текстов, подготовка основных PR-документов, спичрайтинг.
5. Производственный сегмент: поддержание деловых отношений с типографиями, съемочными группами, студиями звукозаписи, рекламными агентствами и дизайн-студиями, составление брифа, обновление информации на сайте организации.
6. Сектор специальных мероприятий: выставки, праздники, ярмарки, корпоративные мероприятия, дни открытых дверей и др.
7. Отделы рекламы и связей с общественностью в коммерческих организациях
8. Отделы рекламы и связей с общественностью в некоммерческих организациях.
9. Сочетание долгосрочных, среднесрочных и краткосрочных планов.
10. Корпоративные события, их управляемые и неуправляемые параметры. Неопределенность, риск и выбор стратегии корпоративного поведения. 11. Штатный и чрезвычайный режимы функционирования: кризисные коммуникации фирмы.
12. Оформление отношений с внешними подрядчиками: типовой договор, счет-фактура, акт приемки, гарантийное письмо. Влияние использования рабочего времени и среднечасовой выработки на производительность труда.
13. Директивный порядок ценообразования.
14. Нормативная прибыль.
15. Средние издержки.
16. Материальное обеспечение инвалидов: МТО, субсидии, льготы.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:

1. Планирование и бюджетирование деятельности отдела рекламы и связей с общественностью
2. Основные этапы планирования. Анализ ситуации. Постановка целей, разработка стратегии и тактики.

3. Принципы разработки бюджета. Виды расходов. Пути оптимизации расходов организации на рекламную и PR-деятельность.
4. Оформление результатов медиа-мониторинга: пресс-клиппинг, дайджест, информационный бюллетень.
5. Дать оценку последствиям неисполнения работодателем обязанностей по обеспечению занятости инвалидов.

Проверяемая компетенция ПК-3

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

1. Понятие кадровой работы. Закон о труде как основа кадровой работы. 2. Особенности приема сотрудников. Требования к контракту.
3. Подготовка разовых договоров. Требования к персоналу.
4. Понятие и виды корпоративных регламентов. Роль регламентации трудовых функций служащих различных категорий для формирования единых стандартов подбора персонала. Тарификация работ.
5. Этика и профессиональные стандарты в рекламе и СО. Необходимость этических норм. Развитие кодексов и стандартов в области PR.
6. Сертификация и лицензирование профессионалов в СО.
7. Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью.
8. Цена и ценообразование в рыночной экономике.
9. Сущность тарифов как системы цен, их назначение.
10. Закон стоимости.
11. Маркетинг персонала.
12. Внутренние источники кадров.
13. Прогноз привлечения персонала со стороны.
14. Раскройте понятие инфраструктуры предприятия.
15. Раскройте понятие производственной структуры.
16. Перечислите типы производств и приведите их организационно-экономические характеристики.
17. Организация и управление коммуникационными кампаниями

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

1. Профессиональные навыки сотрудника отдела рекламы и общественных связей. Профессиограмма специалиста по связям с общественностью. 2. Профессиональные обязанности и качества специалиста по рекламе. 3. Должностные инструкции специалистов по рекламе и связям с общественностью
4. Квалификационные характеристики должности: менеджера по рекламе, специалиста по связям с общественностью, начальника отдела по связям с общественностью и рекламе.
5. Российские и международные рекламные кодексы
6. Функции пресс-секретаря и специалиста по связям с общественностью, круг решаемых задач.
7. Квалификационные характеристики специалиста по связям с общественностью.
8. Факторы рыночного ценообразования.
9. Макро-экономические факторы.
10. Факторы роста и потребительского выбора.
11. Основные функции и принципы управления персоналом.
12. Организация и ее формы. Внутренняя и внешняя среда организации.
13. Система менеджмента на предприятии как социально-управляемая система. Процесс управления: цель, задачи, этапы и стадии.
14. Профессиональные обязанности и качества специалиста по рекламе.
15. Должностные инструкции специалистов по рекламе и связям с общественностью.
16. Квалификационные характеристики должности: менеджера по рекламе, специалиста по связям с общественностью, начальника отдела по связям с общественностью и рекламе

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:

1. Законы РФ «О средствах массовой информации» в практике деятельности пресс-секретаря.
2. Федеральный закон «О рекламе» в практике деятельности пресс-секретаря.
3. Федеральный закон «Об авторском праве и смежных правах» в практике деятельности пресс-секретаря.
4. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» в практике деятельности пресс-секретаря.
5. Способы оценки эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью.
6. Количественные и качественные методы исследования.
7. Количественный анализ: общее количество упоминаний компании в информационном пространстве, доля компании в сравнении с конкурентами.
8. Позиционирование позитивных и негативных материалов в информационном потоке (формат, расположение на полосе, способ подачи).
9. Федеральные законы о СМИ, рекламе, защите прав потребителей.
10. Расчет показателей рентабельности.
11. Факторный анализ рентабельности производства.
12. Оценка показателей деловой активности.
13. Стратегии ценообразования работ (услуг).
14. Цели, задачи и факторы, определяющие выбор стратегии ценообразования на работы (услуги).

15. Психологический климат в коллективе.
16. Временные перемещения сотрудников. Переводы для постоянной работы.
17. Подготовка, принятие и организация выполнения управленческих решений.
18. Персонал, его структура и численность. Служба персонала.
19. Деловая карьера и ее планирование. Набор кадров организации и их адаптация.
20. Развитие и рационализация персонала.
21. Характеристика, область преимущественного применения, особенности основных технологий кампании: медиарилейшнз, спонсорство.
22. Характеристика, область преимущественного применения, особенности основных технологий кампании: фандрейзинг, формирование имиджа.
23. Характеристика, область преимущественного применения, особенности основных технологий кампании: специальные события и мероприятия PR, внутрифирменный PR и другие.

5.2. Темы письменных работ

Перечень примерных индивидуальных заданий для прохождения практики
При выполнении индивидуального задания студент должен отразить вопросы, указанные ниже в каждой теме индивидуального задания.

1. Функции и задачи отдела рекламы и связей с общественностью
2. Структура и основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью
3. Этика и профессиональные стандарты в деятельности служб рекламы и связей с общественностью.
4. Комплекс маркетинговых коммуникаций, используемых в рекламных мероприятиях.
5. Внутрифирменное управление.
6. Ведение деловых переговоров и работа с клиентами в рекламной фирме.
7. Социально-психологические основы рекламной деятельности
8. Классификация рекламы и ее основные виды, применяемы в технологии рекламной деятельности.
9. Понятие и коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью.
10. Фирменный стиль, брендинг в рекламном бизнесе.
11. Реклама в периодической печати, на телевидении и радио.
12. Экономические основы рекламной деятельности
13. Связи с общественностью в системе маркетинговой коммуникации.
14. Интернет-реклама, используемая в рекламной фирме.
15. Основные инструменты связей с общественностью
16. Стимулирование и мотивация персонала
17. Коммуникационная политика хозяйствующих субъектов.
18. Средства массовой информации (СМИ) и носители рекламы
19. Основные показатели медиапланирования и порядок их определения в рекламной деятельности предприятия.
20. Государственный надзор в сфере рекламы

5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине включает:

- 1) оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:
 - устный и письменный опрос,
 - собеседование,
 - реферативное задание,
 - тестовое задание
- 2) оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме: контрольных вопросов и заданий для зачета, экзамена.

5.4. Перечень видов оценочных средств

- зачеты;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Бородин В. А.	Бухгалтерский учет: учебник	Москва: Юнити, 2015
Л1.2	Анциферова И. В.	Бухгалтерский финансовый учет: учебник	Москва: Дашков и К°, 2017
Л1.3	Керимов В. Э.	Бухгалтерский финансовый учет: учебник	Москва: Дашков и К°, 2018

6.1.2. Дополнительная литература					
	Авторы, составители	Заглавие		Издательство, год	
Л2.1	Миславская Н. А., Поленова С. Н.	Международные стандарты учета и финансовой отчетности: учебник		Москва: Дашков и К°, 2018	
6.1.3. Методические разработки					
	Авторы, составители	Заглавие		Издательство, год	
Л3.1	Дмитриева И. М., Машинистова Г. Е., Харакоз Ю. К.	Финансовый и управленческий учет в условиях перехода на МСФО. Теория и практика: монография		Москва: Юнити, 2015	
6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы					
Э1	Статистические материалы Госкомстата, размещенные на официальном сайте				
Э2	Статистические материалы по Ростовской области, размещенные на официальном сайте Администрации Ростовской области				
Э3	Министерство финансов РФ				
Э4	Центр «Налоги и бухгалтерское дело»				
6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем					
6.3.2.1	1. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс				
6.3.2.2	2. Информационная справочная система «Гарант»				
7. МТО (оборудование и технические средства обучения)					
№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
43	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, Лаборатория по бухгалтерскому учету и аудиту	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 18 шт., стул – 36 шт., доска – 1 шт., компьютер – 1 шт., проектор – 1 шт.	Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic Интернет фильтр UserGade Система тестирования MyTestx.1c Предприятие 1С 8.3 Бухгалтерия 1С 8.3 Документооборот 1С 8.3 Комплект для обучения в высших и средних учебных заведений. 1С 8.3	344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)					
Порядок проведения практики					
Обучающиеся в период прохождения учебной практики:					
- выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программой учебной практики;					
- соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;					
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.					
Результаты прохождения учебной практики оцениваются и учитываются в порядке, установленном локальным нормативным актом РИЗП.					
Таблица 1 - Структура и содержание программы учебной практики					
№					
п/п Наименование этапа Количество календарных дней					
1 Подготовительный этап.					
Включает инструктаж по технике безопасности, правилам внутреннего распорядка организации и правилам охраны труда. Ознакомление со структурой организации, учредительными документами. Подготовка плана практики и обсуждение с руководителем порядка его реализации. 3					
2 Основной этап. Общая часть.					
Сбор финансово-экономической информации по следующим направлениям:					
- Анализ и оценка учетной политики организации.					
- Изучение рабочего плана счетов, графика документооборота и должностных инструкций работников бухгалтерии.					
- Порядок отражения на счетах бухгалтерского учета результатов хозяйственной деятельности за отчетный период.					

- Порядок формирования показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности и составления форм бухгалтерской и статистической отчетности, налоговых деклараций.

- Оценка степени автоматизации ведения учета и составления отчетности, описание информационно-правового обеспечения работников бухгалтерии нормативными и методическими материалами. 8

3 Основной этап. Индивидуальное задание. 14

4 Заключительный этап.

Обработка и анализ материалов по результатам практики. Подготовка отчетной документации по практике. Составление и подготовка к защите отчета по практике 3

Итого: 28

Не менее чем за две недели до начала практики с обучающимися - практикантами проводится групповое собрание, на котором руководителем практики от РИЗП объясняются цели и задачи практики, выдается необходимая документация.

Перед началом практики каждому студенту выдаются следующие документы:

- программа практики;
- дневник практики;
- индивидуальное задание.

Студент начинает практику с изучения учредительных документов предприятия, в ходе которого следует установить его организационно-правовую форму, выявить наличие дочерних и зависимых организаций. Необходимо охарактеризовать виды деятельности предприятия и выделить из них основные, оказывающие наибольшее влияние на результаты хозяйствования. Далее необходимо ознакомиться с технологией производства и рассмотреть организационную структуру управления предприятия, выяснить количество и численный состав структурных подразделений, в том числе и бухгалтерской службы (можно представить организационную схему управления организацией).

Изучение организации бухгалтерского учета следует начать с ознакомления с приказом по учетной политике предприятия. Ее основные положения и особенности следует отразить в отчете по практике. Далее студенту нужно ознакомиться с рабочим планом счетов, графиком документооборота и должностными инструкциями работников бухгалтерии. Изучить порядок отражения на счетах бухгалтерского учета результатов хозяйственной деятельности за отчетный период; порядок формирования показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности и составления форм бухгалтерской и статистической отчетности, налоговых деклараций.

Студент должен проанализировать и дать оценку степени автоматизации ведения учета и составления отчетности, охарактеризовать степень информационно-правового обеспечения работников бухгалтерии нормативными и методическими материалами. Затем выполняется индивидуальное задание по предложенной тематике.

Отчетность о прохождении практики

Отчет составляется в период прохождения практики. Он должен быть построен в соответствии с содержанием программы учебной практики (таблица 1). В соответствии со спецификой деятельности предприятия (организации) студент согласовывает перечень разделов, отражаемых в отчете с руководителем практики от института.

При подготовке отчета обучающемуся следует использовать различные литературные, периодические, нормативные и другие источники и материалы, систематизируя и обобщая нужную для того или иного раздела отчета информацию. Необходимо использовать творческий подход к оформлению и представлению собранной информации, критически оценивая отражаемые в источниках сведения и данные.

Бакалавру необходимо не только раскрыть состояние дел по рассматриваемым вопросам, а также определить недостатки, выявить их причины и дать решения по их устранению с обоснованием прогрессивных и перспективных направлений совершенствования.

Общие требования к отчету: логическая последовательность и четкость изложения материала; краткость и точность формулировок, исключающих возможность неоднозначного толкования; убедительность аргументации; конкретность изложения материала и результатов работы; информационная выразительность; достоверность; достаточность и обоснованность выводов, отсутствие пунктуационных, орфографических и синтаксических ошибок.

Объем аналитической части отчета, которая является совокупностью полученных результатов самостоятельного исследования теоретических и практических навыков в период прохождения учебной практики может составлять от 25 до 30 страниц машинописного текста в зависимости от степени раскрытия выбранной темы. Письменное оформление отчета по практике осуществляется в том же порядке, что и курсовые работы за исключением текста титульной страницы отчета.

К отчету в качестве приложений должны быть приложены документы предприятия (ксерокопии), на основании которых был составлен отчет. В качестве приложений могут выступать первичные документы, регистры бухгалтерского учета, бухгалтерская, налоговая и статистическая отчетность, учетная политика, акты проверок и аудиторские заключения и др.

Полностью оформленный отчет с отзывом руководителя практики от профильной организации представляется руководителю практики от института для проверки и защиты. Вместе с отчетом студент должен представить заполненный дневник практики, скрепленный печатью предприятия и заверенный подписью руководителя практики от профильной организации. На основании полученного отчета руководитель практики от института принимает решение о допуске студента к защите отчета.

Отзыв руководителя практики от профильной организации представляет собой составленную на бланке характеристику на студента-практиканта, в которой отражаются:

- полнота и качество выполнения студентом программы;
- знание нормативных, правовых и других документов, умение пользоваться ими в работе;
- умение пользоваться соответствующим программным обеспечением;
- умение работать со служебными документами;
- степень подготовленности к выполнению должностных обязанностей;

- организаторские способности, дисциплинированность и исполнительность;
- рекомендации по использованию студента после окончания института (по итогам преддипломной практики);
- предложения по оценке за практику.

Отзыв подписывается руководителем практики от профильной организации и заверяется печатью.

Во время защиты отчета по учебной практике студент докладывает о результатах выполнения программы, а также заданий и указаний, полученных от руководителя в ходе практики, и отвечает на поставленные вопросы. Решение по результатам прохождения практики принимается с учетом полноты и качества выполнения программы практики, а также с учетом отзыва о работе студента.

Структура отчета по учебной практике

- дневник прохождения учебной практики (приложение) ;
- индивидуальное задание (приложение);
- отзыв руководителя практики от профильной организации (приложение);
- аналитическая часть отчета;
- приложения;
- договор о прохождении практики.