



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

Академический колледж

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю

ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов

программы подготовки специалистов среднего звена

43.02.10 Туризм

период с «22 июня по «28» июня 2022 года

Студент группы С-ТУ-21-1

Юхновец Д.Ю.

подпись

Наименование предприятия:

ОАО «Приморское агентство авиационных компаний»

Руководитель практики от предприятия

Ибрагимова О.Н.

подпись

Отчет защищен:

с оценкой

Руководитель практики от ОО

Ермолович Л.О

Владивосток 2022

Содержание

Введение	2
1 Общие сведения о деятельности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»	4
1.1 История создания и развития предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»	4
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия	6
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений	7
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия	9
1.5 Перспективы развития предприятия	11
2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»	12
2.1 Анализ деятельности предприятия	12
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	14
2.3 Информационные технологии предприятия.....	16
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта	17
4 Система обеспечения безопасности АО «Приморское агентствоавиационных компаний»	19
5 Технология формирования профессиональных компетенций	20
6 Индивидуальное задание	26
Заключение	27
Список использованных источников	29
Приложение А	30
Приложение Б	31

Введение

Туризм представляет собой временные выезды или путешествия людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника.

Туризм и путешествия являются неотъемлемой частью индустрии гостеприимства. Путешествия - главная тема туризма. Различия во времени, расстояниях, местах проживания, целях и продолжительности пребывания - лишь отличительные элементы туризма. В целом, туризм является многоцелевым феноменом, который одновременно сочетает в себе элементы приключений, романтику дальних странствий, определенную тайну, посещение экзотических мест и, одновременно, земные заботы предпринимательства, вопросы здоровья, личной безопасности и сохранности имущества.

Реализация туристского бизнеса в условиях рынка может быть осуществлена при наличии четырёх основных составляющих: капитала, технологии, кадров, рекреационных ресурсов. Это означает, что, недостаточно имея капитал, приобрести кадры, технологию и заниматься туризмом. Для этого необходимо выбрать место, где имеются рекреационные ресурсы, а если такого места нет, то создать его. Это одна из специфических особенностей туристского бизнеса в условиях рынка. Так как четвёртая составляющая — рекреационные ресурсы — является наиболее дешёвой, то в целом это определяет высокую рентабельность туристского бизнеса. Если туризм связан с созданием туристского ресурса, то себестоимость туристского продукта резко возрастает.

Туризм является индустрией, активно использующей рабочую силу с различным уровнем профессиональной подготовки, разного возраста и пола. Программы и учебный процесс, применяемые в университетской системе, в колледжах и многопрофильных профессиональных училищах, охватывают большой спектр профессий, необходимых для индустрии туризма, но не все. Мало быть дипломированным специалистом для успешной работы в туристической фирме. Для этого еще необходимо иметь опыт по работе в данной сфере обслуживания.

Туристу сегодня достаточно трудно сориентироваться в огромном количестве туристских предложений, как по направлениям, так и по содержанию, особенно учитывая, что он выбирает обслуживание заочно, находясь вдалеке от предполагаемого места отдыха. Помощником ему в этом служит деятельность туроператоров. Эти туристские предприятия не только формируют комплексные пакеты туров, состоящие из определенного набора услуг,

но и реализуют его туристам посредством сбыта, помогая при этом туристу сделать верный выбор из большого разнообразия туристских путешествий и отдыха.

Я проходила учебную практику в АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР») - лидер рынка Дальнего Востока по продаже авиабилетов и туристических услуг. История компании началась с 1948 года, когда Агентство работало в сфере продажи авиабилетов, а с 1995 года компания заняла прочную нишу в секторе туризма.

Целью прохождения учебной практики является –формирование общего представления об организации сферы туризма, развитие умений применять на практике знания, полученные при изучении дисциплин профессионального цикла, приобретение первоначального практического опыта в сфере туризма.

Основными задачами учебной практики являются закрепление, углубление и расширение знаний, умений и навыков, полученных в процессе теоретического обучения.

Кроме того, задачи учебной практики, следующие:

- получение целостного представления о работе туристской фирмы на основании действующего законодательства, нормативно-методических и других документов;
- знакомство со структурой предприятия туристской индустрии;
- изучение особенностей и технологических процессов её деятельности;
- изучение характера взаимодействия предприятия с потребителями услуг;
- знакомство с должностными обязанностями основных категорий работников;
- овладение технологией производства;
- освоение способов и методов работы в коллективе;
- анализ состояния производственных процессов предприятия;
- формирование навыков и умений по технологии предоставления услуг потребителю в туристической компании;
- закрепление знаний и навыков по использованию маркетинговых технологий.

Во время прохождения производственной практики были закреплены знания, полученные в процессе обучения, изучена работа компании «Билетур», получены практические навыки, необходимые для работы в сфере туристского бизнеса, собраны материалы о производственной деятельности турпредприятия.

1 Общие сведения о деятельности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»

1.1 История создания и развития предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Название компании: АО «Приморское агентство авиационных компаний». Местонахождение 690090, ПРИМОРСКИЙ КРАЙ, Г. ВЛАДИВОСТОК, УЛ. ТИГРОВАЯ, Д.20А. График работы: Понедельник - суббота с 9.00 до 19.00, без перерывов. Воскресенье и праздничные дни с 9.00 до 18.00 без перерывов. Телефоны: +7 (423) 226-08-80, +7 (423) 240-65-55, +7 (423) 226-69-05, +7 (423) 241-05-99 (Приложение А).

История Владивостокского аэроагентства началась летом 1948 года, когда во Владивостоке открылась первая касса Аэрофлота по адресу Пограничная 7. Это было помещение железнодорожных касс по предварительной продаже билетов.

Еще до революции экономические и стратегические интересы России на дальневосточных рубежах требовали создания транспортной системы, которая за короткое время, по сравнению с железнодорожным, морским и автомобильным транспортом могла бы перемещать людей из одной части страны в другую. Решить эту проблему смогла бы только авиация. Ее стремительное развитие от неуклюжих «этажерок» до реактивных сверхзвуковых самолетов превратило мечту в реальность.

Первым начальником касс агентства Аэрофлота и одновременно кассиром, была Синегуб Людмила Петровна, первыми кассирами - Леурда Светлана Семеновна, Дудкина Нина Викторовна и Петрунина Анна Мартыновна.

В те дни воздушный транспорт был еще диковинкой и люди относились к нему настороженно, даже с некоторой долей суеверного страха. За билетами люди обращались неохотно и самолеты летали редко. Перелет до Москвы тогда составлял три дня. По этому маршруту летали маленькие самолеты, ставшие в наши дни раритетом - сначала ИЛ-12, а потом ИЛ-14. Новый вид транспорта остро нуждался в массовой пропаганде, и по всей стране началась широкомасштабная рекламная компания.

Учитывая первоочередную потребность в расширении, руководство Аэрофлота осенью 1963 года открыло кассы Аэрофлота на Посьетской, 17.

До сих пор в нашем сознании остался главный лозунг той эпохи – «Летайте самолетами Аэрофлота». Вскоре воздушный транспорт обрел небывалую популярность как в стране в целом, так и в Приморье. Маленькое помещение на Пограничной уже не могло вместить всех желающих.

В январе 1964 года работу агентства Аэрофлота возглавила Гришина Галина Антоновна, оставившая яркий след в истории развития агентства благодаря своим деловым и организаторским способностям.

Стремительный рост спроса на авиабилеты опережал технические возможности аэроагентства. В те годы билеты оформлялись вручную.

Для того, чтобы правильно рассчитать стоимость авиабилета по сложному маршруту, кассиру надо было не только отлично знать географию, но и прекрасно ориентироваться в ценах по тарифной сетке (авиа, ж/д, автотранспорта).

В 1974 году, благодаря Гришиной Г.А., Владивосток вошел в число первых двадцати городов, внедривших у себя, пульт-манипулятор автоматизированной системы продажи билетов «Сирена-1». С его помощью можно было брать места на рейсы, вылетающие из Москвы. Время передачи сообщений составляло 25 секунд.

С 1979 года агентство возглавил Перепелица Анатолий Виленович. В 1984 году были внедрены пульта системы «Сирена-2». Это позволило брать места уже с трех городов, а со временем число таких городов увеличилось до 76.

В 1988 году Владивосток стал открытым городом. Люди стали больше летать, и не только внутри страны, но и за ее пределы. Чтобы продавать билеты на международные рейсы в 1990 году была введена система «Габриэль».

С июня 1990 года агентство возглавил Бычков Александр Владимирович.

Сегодня в какие-то секунды агент по продаже авиабилетов может связаться с любой авиакомпанией мира и заказать билет клиенту в любую страну и в любое удобное для него время. В России около 400 авиакомпаний. В агентстве в условиях клиенту предоставят информацию по всем авиакомпаниям и подберут наиболее выгодные маршрут и тариф.

Сегодня предлагается бронирование и продажа авиабилетов на рейсы любых авиакомпаний по любым направлениям: в различные города России. Агентство сотрудничает с такими солидными компаниями, как «Аэрофлот - Российские Авиалинии», «Трансаэро», «S7 Airlines», «Кореан Эйр», «Сахалинские Авиатрассы», «Якутия», «Уральские авиалинии», «British Airways», «KLM», «American Airlines», «Asiana», «Delta Air Lines», «China Airlines», «Air France» и многими другими авиаперевозчиками.

Приморское агентство авиационных компаний является членом Международной Ассоциации воздушного транспорта (IATA), Ассоциации агентств воздушного транспорта, Транспортно-клиринговой Палаты и членом JATA (Японская туристическая ассоциация).

1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия

«Приморское агентство авиационных компаний» - акционерное общество. Акционерным обществом в свою очередь является хозяйственное общество (корпорация), уставный капитал которого разделён на определённое число акций. Участники акционерного общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций (ограниченная ответственность). Владение акциями легко передается другим лицам, особенно с помощью фондового рынка, упрощающего перевод капиталов из одной сферы бизнеса в другую.

Особенности акционерного общества

К особенностям акционерного общества относится следующее:

- риски распределены;
- эффективный способ в организации управления;
- участие акционеров в управлении общества;
- право акционеров на получение дивидендов.

Юридические признаки акционерного общества

Как следует из нормативных актов, которые регулируют деятельность акционерного общества, к юридическим признакам акционерного общества можно отнести следующие характеристики:

- у акционерного общества есть уставный капитал, который разделен на акции.
- акционерное общество является коммерческим юридическим лицом. Цель акционерного общества заключается в получении прибыли.
- акционерное общество имеет имущество, обособленное от акционеров.
- акционерное общество заключает договоры и осуществляет другие действия от своего имени.

Учредители акционерного общества

- учредителями акционерного общества могут быть физические и юридические лица.
- не могут быть учредителями акционерного общества государственные органы и органы местного самоуправления.

Устав акционерного общества

Учредительным документом акционерного общества является устав.

Устав — это документ, который позволяет предприятию осуществлять профессиональную деятельность.

Устав акционерного общества содержит следующую обязательную информацию:

- фирменные названия акционерного общества (полное и сокращенное названия);

- местоположение (адрес) акционерного общества;
- тип акционерного общества (открытое или закрытое акционерное общество);
- данные об акциях компании и правах акционеров;
- размер уставного капитала акционерного общества;
- структура органов управления акционерного общества и порядок принятия ими решений;
- информация по общему собранию акционеров акционерного общества;
- другие положения, которые предусмотрены действующим законодательством.

Документы туристской фирмы «Приморское агентство авиационных компаний» можно разделить на три большие группы: документы, выдаваемые туристам; учредительные документы; документы, относящиеся к разработке туров.

Учредительным документом АО «Приморское агентство авиационных компаний», которое характеризуется неограниченным числом участников в нем, является устав. Об этом говорит ст. 11 ГК РФ, №208-ФЗ. Учредительные документы АО «Приморское агентство авиационных компаний»:

- свидетельство ОГРН;
- выписка из ЕГРЮЛ;
- свидетельство ИНН АО «Приморское агентство авиационных компаний»;
- карточка предприятия;
- информация о цепочке собственников;
- устав АО «Приморское агентство авиационных компаний»;

Основным документом, определяющим деятельность АО «Приморское агентство авиационных компаний», является его устав, зарегистрированный надлежащим образом.

В любом из офисов продаж клиенты могут получить полный комплекс услуг, а именно: оформление авиабилетов и туров, продажа авиа и ж/д билетов, оформление виз и прочих услуг.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Как и любая другая организация «Билетур» состоит из лиц, которые имеют перед собой некую цель; работают в одной команде, группе; используют определенные знания и технические приемы; выступают как единый и целостный организм. Организационная структура предприятия — это целостная система, специально разработанная таким образом, чтобы работающие в ее рамках люди могли наиболее эффективно добиться поставленной перед ними цели. Солодовникова Наталья Николаевна- генеральный директор фирмы, она осуществляет управление фирмой, занимается взаимодействием с партнёрами. Также

управлением фирмы занимается: директор филиала в городе Владивосток (Посьетская 14) - Мартюшев Антон Викторович. В обязанности директора входят разработка имиджа фирмы, маркетинг, представительские функции, взаимодействие с партнерами, получение необходимых лицензий, набор и обучение персонала. Токанчук Ольга Валерьевна - старший агент по оформлению перевозочной документации, занимается бронированием билетов, подготовкой всех необходимых документов. Бродт Ирина Александровна - ответственная за направление туризм.

В компании «Билетур» очень правильная кадровая политика. Все основные сотрудники компании имеют высшее профильное образование, и немалый опыт работы по своей специальности, что говорит о высоком качестве обслуживания туристов данной компанией.

К функциям отдела по работе с клиентами относятся:

- работа с клиентами;
- прием заявок у клиентов;
- проработка плана индивидуального тура;
- связь с операторами и средствами размещения;
- бронирование туров;
- оформление виз, страховок.

Организационная структура представлена на (рисунке 1).

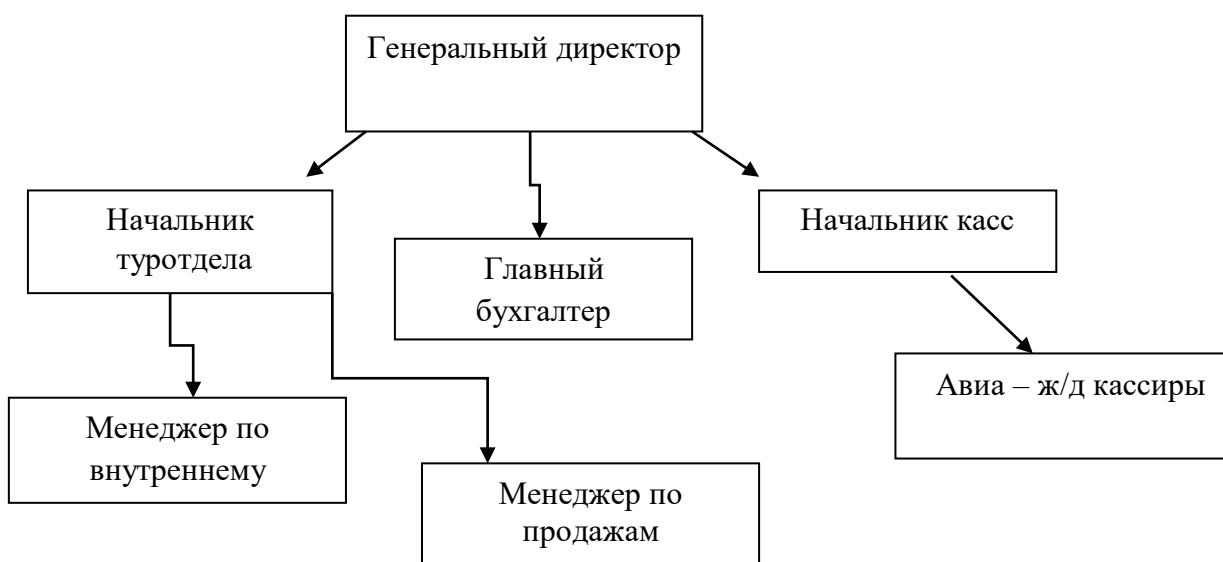


Рисунок 1 – Организационная структура АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Турфирма «Приморское агентство авиационных компаний» активно использует компьютерные технологии, которое значительно ускоряет все расчеты и формирование документов. Компьютеры всех сотрудников имеют подключение к Интернету.

Управленческая структура АО «Приморское агентство авиационных компаний» имеет высококвалифицированных работников с большим опытом работы. Для работы с клиентами компания имеет собственные, современные офисы, оснащенные необходимым техническим оборудованием.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Основные виды деятельности ОАО «Приморское агентство авиационных компаний»: продажа билетов и туристские услуги.

Агентство работает на рынке продажи авиабилетов с 1948 года и с 1995 года - в секторе туристических услуг.

ОАО "Приморское агентство авиационных компаний" является членом следующий организаций:

- Российский Союз туриндустрии;
- JATA (Японская туристическая ассоциация);
- IATA (Международная ассоциация воздушного транспорта) - с сентября 1996года;
- ААВТ (Ассоциация агентств воздушного транспорта);
- ТКП (Транспортно Клиринговая Палата).

Виды услуг, предлагаемые предприятием

Туристические услуги

Виды деятельности и оказываемые услуги:

- туроператор по Испании, Италии. Всероссийская сеть БИЛЕТУР аккредитована в генеральных консульствах этих стран, что позволяет оформлять визы в короткие сроки и по привлекательной цене;

- туроператор по Юго-Восточной Азии (Китай, Южная Корея, Япония, Таиланд, Вьетнам, Гонконг, Сайпан, Сингапур, Филиппины, Индия, Индонезия, Малайзия и многие другие страны);

- туроператор на Камчатке (экологические туры, сплав, рыбалка, охота, восхождения и др.);

- туроператор в Приморье (исторические, природные туры);

- организация чартерных рейсов;

- турагент в страны Европы, Азии и Америки (VIP-туры, морские курорты, экскурсионные туры, отдых, учеба, каникулы и прочее);

- визовая поддержка;
- аренда такси;
- доставка пассажиров из/в аэропортов по России и за рубежом;
- бронирование гостиниц в городах России и за рубежом;
- аренда вертолета;
- аренда катеров, яхт;
- аренда автобусов и микроавтобусов (Владивосток и Приморье).

Продажа АВИА и Ж/Д билетов

Виды деятельности и оказываемые услуги:

- подбор оптимального маршрута и тарифа при покупке авиабилета;
- бронирование и продажа авиабилетов в любую страну мира на рейсы любых авиакомпаний.

Предоставляются все скидки и льготы авиакомпаний;

- транзитные перевозки через Сеул, Харбин, Лондон, Амстердам, Франкфурт, города России, страны СНГ, Америки, Азии, Европы;
- корпоративное обслуживание организаций;
- оформление групповых перевозок;
- продажа железнодорожных билетов;
- единая справочная служба;
- единая служба бронирования авиабилетов;
- возможность возврата, обмена, получения авиационных и железнодорожных билетов, оплаченных в кассе Агентства, в городах: Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Владивосток, Хабаровск, Благовещенск, Комсомольск-на-Амуре, Петропавловск-Камчатский, Южно-Сахалинск и в других точках продажи;
- заказ билетов по телефону и в Интернете;
- доставка авиабилетов по организациям;
- продажа билетов в кредит;
- возможна любая форма оплаты. Принимаем кредитные карты.

Дополнительные услуги

- услуги бизнес-центров в филиалах агентства в городах Владивосток, Уссурийск, Петропавловск-Камчатский: полноцветные копировально-множительные работы на новейшем оборудовании. Ламинирование. Переплет. Компьютерные работы любой сложности. Международный таксофон, услуги Internet, электронная почта, факс;
- предоставляют в аренду оборудование для проведения семинаров, презентаций, тренингов во Владивостоке: мультимедийный проектор и экран на штативе.

1.5 Перспективы развития предприятия

Сейчас, когда на туристическом рынке города Владивосток существует более 70 туристических фирм, существенно усилилась борьба за клиентов. Поэтому конкурентное преимущество получают те туристические фирмы, которые эффективнее используют внутренние ресурсы. Ежегодно сотрудники туркомпаний сами прокладывают маршруты с полной информацией о странах, курортах, отелях и экскурсиях. За эти годы АО «Приморское агентство авиационных компаний» приобрело немало постоянных клиентов и партнеров, прежде всего потому, что фирму отличает надежность, высокое качество работы и уважение к тем, кто воспользовался их услугами.

АО «Приморское агентство авиационных компаний», - фирма, достигшая определенных успехов на рынке предоставления туристских услуг.

Анализируя внешнюю и внутреннюю среду фирмы необходимо сделать вывод, что основной задачей реализации стратегии является изучение конкурентной среды фирмы, выявление сильных и слабых сторон.

Налаженная система партнерских отношений позволит компании в скором времени занять основные позиции на располагаемом сегменте рынка рекламных услуг. Возможно, более гибкая рыночная политика и новые ориентиры позволят фирме успешно реализовывать поставленные задачи.

Анализируя весь изученный материал, можно сделать выводы, что АО «Приморское агентство авиационных компаний», работает достаточно стабильно. На фирме разрабатываются все планы, всегда есть прогноз развития на будущие периоды.

2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»

2.1 Анализ деятельности предприятия

Анализ микросреды.

Рынки - турфирма предоставляет свои услуги на территориях Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Владивосток, Хабаровск, Благовещенск, Комсомольск-на-Амуре, Петропавловск-Камчатский, Южно-Сахалинск и в других точках продажи;

Потребители - отдельные лица и домохозяйства, больницы, детские учреждения, государственные организации.

Конкуренты – это турфирма «АнексТур», ТСЖ «ЧАЕЧКА», ООО «ГОССТРОЙ», ООО «ДИАМ-ДВ», ООО ФИРМА «БЕСТ».

Каналы сбыта - нулевой канал сбыта, так как продают непосредственно менеджеры по продажам туров.

Поставщики - фирма предлагает туры только проверенных туроператоров, являющихся старыми и надежными партнерами фирмы.

Контактные аудитории - общественность, сотрудники, работающие в нашей компании.

Выявление сильных, слабых сторон, возможностей и угроз фирмы

Сильные стороны:

- наличие необходимых финансовых ресурсов;
- высокий профессионализм сотрудников по продажам туров;
- широкий спектр предоставляемых туров;
- гибкая ценовая политика;
- удачное месторасположение.

Слабые стороны:

- отсутствие четкой стратегии;
- неэффективная реклама;
- влияние фактора сезонности на прибыль;
- небольшой период работы на рынке;
- низкая эффективность перехода на новые туры.

Возможности:

- возможность снижения цены;
- ослабление позиций конкурентов;

- возможность расширения деятельности за счет статуса фирмы как туроператора и турагента;

- расширение туристских маршрутов для повышения конкурентоспособности;
- выход на рынки других регионов.

Угрозы:

- появление новых конкурентов;
- снижение платежеспособности населения;
- неблагоприятные изменения в курсах валют;
- неблагоприятная демографическая ситуация;
- изменения во вкусах потребителей.

Для успешного функционирования предприятия необходимо правильное управление кадрами и их взаимодействие в процессе работы.

Существует несколько типов организации труда на предприятии. Для данного предприятия характерна линейно - штабная организационная структура. Такой вид организационной структуры является развитием линейной и призван ликвидировать ее важнейший недостаток, связанный с отсутствием звеньев стратегического планирования. Линейно - штабная структура включает в себя специализированные подразделения (штабы), которые не обладают правами принятия решений и руководства какими - либо нижестоящими подразделениями, а лишь помогают соответствующему руководителю в выполнении отдельных функций, прежде всего, функций стратегического планирования и анализа. В остальном эта структура соответствует линейной.

Достоинства линейно - штабной структуры:

- более глубокая, чем в линейной, проработка стратегических вопросов;
- некоторая разгрузка высших руководителей;
- возможность привлечения внешних консультантов и экспертов;
- при наделении штабных подразделений правами функционального руководства такая структура - хороший первый шаг к более эффективным органическим структурам управления.

Недостатки линейно - штабной структуры:

- недостаточно четкое распределение ответственности, т. к. лица, готовящие решение, не участвуют в его выполнении;
- тенденции к чрезмерной централизации управления;
- аналогичные линейной структуре, частично - в ослабленном виде.

Вывод: линейно - штабная структура может являться хорошей промежуточной ступенью при переходе от линейной структуры к более эффективным. Структура позволяет, правда в ограниченных пределах, воплощать идеи современной философии качества.

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

Приморское агентство авиационных компаний имеет квалифицированных сотрудников, благоприятную атмосферу. Офис оснащен современным оборудованием, что способствует скорости работы. Так же «Приморское агентство авиационных компаний» имеет круглосуточную горячую линию, благодаря которой будут удовлетворены потребности клиенты в любое удобное для клиента время.

Главной рыночной ролью компании как туроператора заключается в соединении поставщиков услуг с клиентами-туристами.

Для удобства клиентов офис оснащён картографическим материалом и информационными плакатами. Для создания имиджа фирмы пространство офиса было оформлено сувенирными изделиями, большинство из которых это не что иное, как благодарность туристов за тщательно подобранный тур. Большое значение фирма также уделяет работе с каталогами, поскольку клиент должен ознакомиться со всеми предложениями и выбрать подходящий вариант.

Для быстрой работы менеджеров предусмотрено оснащение офиса современной компьютерной техникой и оргтехникой. Оформление договоров и иных документов производится с использованием локальной сети и сети Интернет, что позволяет менеджерам увеличивать производительность работы и уменьшать время по делопроизводству. Для работы с заявками турагентств предусмотрены специальные программы автоматизации.

Менеджеры, работающие в туристической фирме очень доброжелательны, способны проконсультировать туриста по любому направлению, предоставят подробную информацию, посоветуют только лучшие варианты. Работу менеджеров характеризует творческий, индивидуальный подход и внимательное отношение к каждой заявке. Ответственность, добросовестность, знание массовых направлений, тонкостей регионов сделают отдых туристов незабываемым. Выполняют менеджеры свои обязанности строго в соответствии должностной инструкции менеджера. Ежегодно сотрудники повышают квалификацию на семинарах и курсах. Специфика работы предприятия заключается в высокой организации сотрудников, что обеспечивают быстроту реагирования и высокое качество обслуживания клиентов.

Новые сотрудники легко вливаются в коллектив благодаря доброжелательной атмосфере внутри коллектива. Для наилучшего ознакомления с деятельностью, осуществляемой туристской фирмой, для менеджеров отведены часы стажировки.

Ежедневно менеджерами компании «Приморское агентство авиационных компаний» исследуется туристический рынок, анализируются предлагаемые туры от различных туроператоров. Для отслеживания изменений в сфере туризма каждый день просматриваются официальные туристические сайты, направленные на информирование не только туристов, но и туристических компаний об изменениях цены, качества туристического продукта и многое другое. На официальных сайтах туристических операторов изучаются туры, предлагаемые на данный момент, их содержание, стоимость и качество. Также на сайтах туроператоров расположена информация по правильному и наиболее удобному бронированию туров. Так как при бронировании тура цена указывается в у.е., то на сайте каждой туристической компании указан внутренний курс валюты, необходимо точно знать, какой курс в компании, чтобы не появилось проблем со стоимостью путевки. В большинстве случаев на сайте туроператоров размещены последние новости в сфере туризма и горящие туры в разные страны, чтобы непосредственно клиенты и другие туристические компании были осведомлены. Для того, чтобы найти тур, который наиболее подходит для туриста, на сайтах туроператоров также предлагается поисковик, который упрощает поиск подходящего тура. Этим поиском могут воспользоваться как туристы, так и работники других туристических компаний.

Компания «Приморское агентство авиационных компаний» имеет собственный сайт (Приложение Б). На сайте можно ознакомиться с последними новостями в туристическом мире, подобрать подходящий тур, узнать о штате компании и о месторасположении компании. Также на сайте «Приморское агентство авиационных компаний» можно заполнить экспресс-заявку на бронирование тура. Запрос будет рассмотрен менеджером туристической фирмы.

Для реализации наибольшего количества туристских услуг компания применяет необходимые методы продвижения. Используется наружная реклама: вывеска на фасаде здания туристической фирмы, рекламные щиты близ туристической фирмы, также информация содержится в Интернете и в электронных справочниках.

Предлагается устное представление туристской услуги в процессе личной беседы менеджера турфирмы с потенциальным покупателем с целью их продажи. Средствами личной продажи выступает личное общение с клиентами и беседа по телефону. Характерно то, что большинство клиентов прежде, чем выбрать турфирму и прийти в нее лично, обзванивают их по телефону. В связи с этими предварительными телефонными звонками

клиентов нельзя недооценивать, ведь формирование благоприятного впечатления осуществляется в первые секунды разговора, а уже по первому телефонному общению с менеджером турфирмы в представлении клиента формируется ее имидж. При личных продажах происходит непосредственное воздействие на потенциального покупателя и побуждение к определенным действиям.

Характер персональных продаж позволяет значительно сократить бесполезную аудиторию, сконцентрироваться на четко определенных сегментах туристского рынка, установить долговременные отношения между менеджером турфирмы и покупателем, формировать и удерживать постоянную клиентуру, что очень важно в условиях возрастающей конкуренции. Личные продажи являются единственным способом продвижения товара и услуг, которые заканчиваются непосредственно его реализацией.

2.3 Информационные технологии предприятия

В наши дни повсеместной компьютеризации и информатизации все туристические компании и агентства, предприятия и фирмы за рубежом и подавляющее большинство в России используют в качестве рабочего источника информации международную компьютерную сеть Интернет. И компания «Билетур» не стала исключением. Для построения своих единых информационных хранилищ Всероссийская сеть «Билетур» использует продукты компаний «Мегатек» и «САМО-Софт». Также у туроператора существует система бронирования ресурсов через Интернет, заявки вводит не туроператор, а агентство самостоятельно осуществляет бронирование. Офис «Билетур» полностью оснащён современной оргтехникой, это необходимо для быстрой и качественной работы турфирмы. Основными средствами автоматизации офиса «Билетур» являются персональные компьютеры, объединенные в локальную сеть и подключенные к сети Интернет. Компания «Билетур» имеет свой сайт www.biletur.ru, также клиенты компании могут связаться с нужным менеджером по ICQ или отправить письмо по электронной почте. Сотрудники компании совместно используют не только оборудование, но и информацию. Разные группы сотрудников могут работать одновременно над одним файлом. Другие документы в это же самое время могут печататься или переводиться, могут быть направлены для одобрения другим специалистам компании. Тем самым документооборот из бумажного превращается в электронный. Таким образом «Билетур» регулярно производит поэтапную модернизацию компьютеров, использует преимущества компьютерных технологий, уверенно и успешно работает сегодня, закладывая фундамент завтрашнего процветания.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Следующим важным направлением деятельности в маркетинге является продвижение товаров и услуг на рынок, реклама и сбыт созданных товаров и услуг. Под продвижением подразумевается налаживание связей не только с реальным, но и с потенциальным клиентом.

Продвижение туристских услуг формируют лояльность клиентов к фирме, приводят к узнаванию бренда. Это повышает стоимость туристского продукта на рынке. Формирование имиджа ведется с акцентом на интересы потребителя. Фирма декларирует продажу услуги и товары, исходя из интересов клиентов, а не только с целью получения прибыли.

Для успешного продвижения требуется:

- создать образ престижной компании, с гибкой ценовой политикой и интересными (востребованными) направлениями. Турфирмы могут продавать как VIP-туры для клиентов, так и предлагать эконом - варианты. Как правило, наиболее востребованы услуги людьми с доходами выше среднего.
- информировать о товарах (услугах). Разработав новые направления или оптимизировав старые, важно донести информацию до клиентов – старых и потенциальных.
- создать узнаваемость новых предложений.
- сохранять уже имеющиеся туристические маршруты (услуги).
- поддерживать энтузиазм участников каналов сбыта.
- информировать об сезонных акциях и распродажах.
- отвечать на вопросы потребителей.
- обеспечивать послепродажное обслуживание.
- создавать благоприятный информационный фон о компании, ее услугах в сравнении с конкурентами.

Для того чтобы добиться успеха, требуются значительные усилия, выдумка и находчивость. Рекламные издания переполнены разнообразными коммерческими предложениями, и ключ к успеху заключается в том, чтобы довести до потенциального клиента соответствующую информацию и вызвать его ответные действия, которые в лучшем случае должны завершиться приобретением товаров/услуг фирмы. Турфирма «Билетур» располагает большим количеством рекламных материалов таких как: буклеты по международному и внутреннему туризму, различные каталоги по экскурсионным турам, лечебным турам и оздоровительным турам. Продвижение товаров и услуг на рынок осуществляется различными способами, используются как внешние, так и внутренние ресурсы.

Завершающей частью маркетинга является создание допустимого уровня доходов. Это, собственно, главная цель любого предпринимателя. Любое коммерческое дело осуществляется в целях получения прибыли.

Кроме сайта компания размещает свою рекламу на сайте Farpost и на сайте VL.

Виды рекламы, которая используется в компании «Билетур»:

- официальный сайт компании (Приложение Б);
- реклама на сайте farpost;
- реклама на сайте VL;
- буклеты по внутреннему и международному туризму;
- каталоги по различным направлениям;
- вывески и указатели;
- визитные карточки компании;
- внешняя реклама (рекламные указатели, световая реклама, плакаты на стендах).

4 Система обеспечения безопасности АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествий в туристской организации «Билетур».

Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ (посл. ред. от 02.07.2021) «О техническом регулировании» дает определение безопасности: «безопасность это состояние, при котором отсутствует недопустимый риск, связанный с причинением вреда жизни или здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений».

Развитие туристской деятельности на предприятии напрямую зависит от обеспечения безопасности туристов, от уровня защиты их жизни, здоровья, имущества. ГОСТ 50644-2009 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов» классифицирует факторы риска следующим образом. Травмоопасность, например, ушибы, переломы от падения различных предметов, ссадины от неудобного туристского снаряжения. Также это может быть воздействие окружающей среды, такие как повышенные или пониженные температуры, влажность, ветер, перепады давления. Далее идет пожароопасность, а именно, разведение костров, курение в неположенных местах, пользование неисправными электроприборами и другое.

К факторам риска относят также биологические воздействия, психофизиологические нагрузки, опасность излучений, химические воздействия, повышенные запыленность и загазованность. В том числе, отсутствие необходимой информации об услуге и ее характеристиках, природные и техногенные катастрофы.

Безопасность в деятельности турфирмы обеспечивается полным и достоверным информированием туристов, соблюдением требований технических регламентов, различными видами страхования и другими мерами.

Страхование является еще одним способом защиты жизни, здоровья, имущества туристов от возможного причинения ущерба, от посягательств третьих лиц. Страхование все чаще становится обязательным условием любого тура. Туристская компания выплачивает туристу определенную сумму при наступлении страхового случая, такого как внезапное заболевание, несчастный случай, утрата имущества и другое.

Наиболее распространенные виды страхования в туризме это страхование медицинских расходов на лечение, страхование багажа, автомобиля, страхование ответственности перед третьими лицами, страхование отпусков и поездок.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

1) Контроль за готовностью группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут

За неделю до отъезда осуществляется проверка готовности группы к выходу на маршрут. Проверяется укомплектованность группы. После чего вся информация передается перевозчику. Если это приграничные поездки то сообщают номер рейса и время. Если же это ж/д или авиа перелет то вся информация указана на билетах, но менеджер должен напомнить туристу.

Любое путешествие для его участников обычно бывает новым (по месту проведения, климатическим условиям, географическим и навигационным особенностям, составу группы), поэтому каждый по-своему и не сразу вписывается в новые условия, даже если имеет достаточно большой опыт. Об этом следует помнить руководителю, особенно в начальной стадии путешествия.

2) Инструктаж туристов о правилах поведения на маршруте

Процесс выполнения любого туристского маршрута разделяется на три основных этапа: подготовительный, маршрутный, заключительный. При этом туристы принимают участие только в первых двух этапах.

На подготовительном этапе тура работники турфирмы анализируют текущие факторы, характерные для маршрута. Такой анализ необходим для своевременной коррекции возможных изменений программы тура. Эти изменения могут быть вызваны климатическими особенностями туристского сезона, изменениями тарифов на перевозки, социально-политическими изменениями и др. С этой же целью уточняется программа туристского маршрута, которая включает отдельные мероприятия или услуги, реализуемые для удовлетворения запросов и интересов туристов.

В Программе описывается каждый день пребывания туристов на маршруте. Дается описание основного маршрута по протяженности, рельефу местности и характеру дорог. Указывается распорядок каждого дня маршрута с перечнем туристско-экскурсионных, мероприятий, временем работы различных служб (магазинов, саун, бассейнов, парков и т.д.). Таким образом, программа содержит перечень услуг, приобретаемых туристом.

Услуги, которые включены в комплексное обслуживание и в цену тура, считаются основными услугами, но если турист приобретает еще какую-либо услугу к оплаченному туру, эта услуга становится дополнительной. Дополнительными услугами могут быть доставка фруктов и вина в номер, приобретение билетов на развлекательные мероприятия и др. При разработке программы путешествия обычно планируют два мероприятия в день,

например экскурсия, утром (ознакомительное мероприятие) и роликовая дискотека вечером (развлекательное мероприятие).

Туристы могут заказывать групповые и индивидуальные туры. В групповых турах программа сформирована заранее и может изменяться только за счет приобретения дополнительных услуг при сохранении общего времени пребывания на маршруте. Программа индивидуальных туров формируется в соответствии с пожеланиями клиента. Индивидуальные туры, как правило, дороже, чем групповые туры, однако из этого правила могут быть исключения. Например, в индивидуальном туре турист может отказаться от экскурсионной программы, трансфера, питания.

Процесс оформления документов, регламентирующих обслуживание туристов, обычно максимально формализован, так как при разработке маршрута уже были подготовлены соответствующие компьютерные шаблоны, в которые при необходимости вносятся текущие дополнения.

3) Координация и контроль действий туристов на маршруте

В стратегии высококачественного сервиса туристов гигантская роль отводится работе сопровождающего или руководителя туристической группы. Сотрудники во многом определяют имидж турфирмы, обеспечивают качественное выполнение туристского маршрута. Как раз руководителю туристской группы предъявляются, до этого всего, жалобе туристов, партнеров по организации сервиса. От его деловых, собственных, проф свойств нередко находится в зависимости подходящее решение множества конфликтных обстановок, образующихся на маршруте.

Руководитель туристской группы:

- 1 Проводит организационное собрание туристской группы.
- 2 Организует прохождение туристами паспортного, таможенного и иного контроля в пункте назначения при въезде в зарубежную страну, а также выезде из нее.
- 3 Осуществляет контроль за выполнением утвержденной программы и условий обслуживания туристской группы.
- 4 Оформляет соответствующие документы (ваучер, отчет, пр.).
- 5 Постоянно находится с туристской группой и оказывает содействие принимающей стороне в проведении организационных мероприятий по приему и обслуживанию туристов.
- 6 Информировывает туристов:
 - о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и правилах пребывания в ней;
 - о правилах ввоза и вывоза из страны имущества, товаров, сувениров, пр.;
 - о валютном и таможенном контроле;

- об обычаях местного населения;
- о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной;
- о состоянии окружающей природной среды;
- о санитарно-эпидемиологической обстановке;
- об условиях обеспечения личной безопасности, соблюдения потребительских прав и сохранности имущества туристов;
- о правилах оформления проката легкового транспорта в стране временного пребывания;
- об условиях получения неотложной медицинской помощи.

7 Осуществляет контроль и координацию качества обслуживания туристов принимающей стороной.

8 В случае ненадлежащего выполнения принимающей стороной условий обслуживания немедленно информирует руководство агентства об отклонениях от программы.

9 В случае заболевания туриста совместно с представителем принимающей стороны и страховой компании принимает срочные меры по оказанию медицинской помощи.

10 В случае возникновения форс-мажорных обстоятельств (стихийных бедствий, военных действий, забастовок и т.д.) связывается с российским консульством (посольством), специальными органами, созданными в связи с чрезвычайными ситуациями, собирает группу и проводит инструктаж по обеспечению безопасности здоровья и жизни туристов.

Под безопасностью туризма понимаются защищенность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а еще ненанесение вреда при совершении путешествий находящейся вокруг среде, вещественным и духовным ценностям общества, защищенности страны.

В случае возникновения обстоятельств, свидетельствующих о возникновении в стране (месте) временного пребывания туристов (экскурсантов) угрозы безопасности их жизни и здоровья, а равно опасности причинения вреда их имуществу, турист (экскурсант) и (или) туроператор (турагент) вправе потребовать в судебном порядке расторжения договора о реализации туристского продукта или его изменения.

4) Обеспечение безопасности туристов на маршруте

К субъектам, обеспечивающим безопасность туристов, относятся Правительство РФ, МИД РФ, Ростуризм, МЧС РФ, туроператоры, авиаперевозчики, страховые компании и другие организации исполнительной власти в пределах своей компетенции.

Безопасность туристов (экскурсантов) обеспечивается посредством реализации комплекса мер организационно-технического, дипломатического, финансового, правоохранительного и иного характера, направленных на снижение рисков до приемлемого уровня, путем четкого разграничения и выполнения обязанностей всеми участниками процесса оказания туристских услуг и соблюдением туристами требований личной безопасности.

Перечень мер по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов) включает:

- информирование туристов об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;

- выполнение требований безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, содержащихся в договорах о реализации туристского продукта, а также между юридическими лицами и частными предпринимателями, оказывающими туристские услуги;

- страхование жизни и здоровья туристов (экскурсантов) от несчастных случаев, включая прохождение ими маршрутов, представляющих повышенную опасность, страхование имущества и страхование от невыезда;

- обеспечение профилактики заболеваний, в том числе проведение профилактических медицинских прививок;

- оказание помощи туристам при возникновении чрезвычайных ситуаций и несчастных случаев (неотложная медицинская и правовая помощь, предоставление средств связи);

- обеспечение материально-технического состояния объектов туристской индустрии и оказание услуг, гарантирующих безопасность туристов (экскурсантов);

- обеспечение сохранности имущества туристов в стране (месте) временного пребывания (в средствах размещения, во время перевозок туристов и т. д.);

- обеспечение сопровождения туристских групп (караванов) специальными службами;

- защиту персональных данных туристов, охрану их чести и достоинства в стране (месте) временного пребывания;

- обеспечение квалификационной и профессиональной подготовки работников туристской индустрии;

- сертификацию (аттестацию, декларирование соответствия) оборудования объектов туристской индустрии и туристского снаряжения на соответствие заявленным требованиям;

- применение специальных средств индивидуальной защиты туристов (экскурсантов) и системы оповещения в случае возникновения угрозы безопасности;

- оказание помощи пострадавшим туристам (лечение, доставка потерпевших в медицинские учреждения и др.).

Туристы (экскурсанты) при совершении путешествий (экскурсий) в целях обеспечения личной безопасности обязаны:

- соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания, уважать ее социальное устройство, обычаи, традиции, религиозные верования;
- сохранять окружающую природную среду, бережно относиться к памятникам природы, истории, культуры в стране (месте) временного пребывания;
- соблюдать правила въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания, а также страны транзитного проезда;
- проходить профилактические мероприятия (прививки) в соответствии с международными и внутренними медицинскими требованиями в случае совершения путешествия в страну (место) временного пребывания, в которой они могут подвергнуться риску инфекционных заболеваний, и пр.

5) Контроль качества обслуживания туристов принимающей стороной

ГОСТ Р 50681-2001 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»

ГОСТ указывает требования к документации, детализирующей требования к процессу обслуживания туристов, которая должна содержать:

- описание процессов, форм и методов обслуживания туристов;
- характеристику процесса обслуживания туристов;
- требования к типу, количеству и пропускной способности используемого оборудования;
- количество необходимого персонала и уровень его профессиональной подготовки;
- договорное обеспечение поставок услуг;
- гарантии;
- необходимые согласования (с собственниками рекреационных ресурсов, органами санитарно-эпидемиологического и пожарного надзора, государственной инспекцией и др.).

Конкретные требования к процессу обслуживания туристов должны быть не ниже требований, утвержденных действующими нормативными документами. Проектирование процесса обслуживания туристов осуществляется по отдельным этапам (например, предоставление информации об услуге, оказание услуги, расчеты на услугу) и составление для каждого из них технологических карт. Содержание и последовательность этапов могут варьироваться в зависимости от вида услуг».

Результатом проектирования туристской услуги являются технологические документы: технологические карты, инструкции, правила, регламенты.

В документации по контролю качества должны быть установлены формы, методы и организация контроля за осуществлением процесса обслуживания туристов с целью обеспечения ею соответствия запроектированным характеристикам.

6) Оформление отчетной документации

Отчетную документацию составляют документы, содержащие сведения о результатах деятельности учреждения, организации, предприятия за определенный период времени - год, полугодие, квартал, месяц, декада. Отчетная документация в деятельности организации и государства в целом выполняет функцию обратной связи, позволяя сопоставлять полученные результаты с показателями, намеченными планом или программой.

Анализ отчетных документов дает возможность руководству корректировать деятельность как самой организации, так и подведомственной системы, совершенствовать организационную структуру, характер и содержание выполняемых работ, кадровый состав организации, обеспечение ее финансовыми, материальными и иными ресурсами.

Отчетная документация учреждения состоит из нескольких комплексов документов:

- государственная статистическая отчетность;
- ведомственная отчетность;
- внутриучрежденческая отчетность.

Отчет - документ, содержащий сведения о результатах деятельности за определенный период времени, выполнении мероприятий, поручений, заданий, представляемый руководителю структурного подразделения, организации или вышестоящему органу.

Отчет о работе организации утверждается руководителем организации или вышестоящим органом. Датой отчета является дата его утверждения или вынесения резолюции. К отчету может прилагаться пояснительная записка и другие справочные материалы.

6 Индивидуальное задание

Составление отчета руководителя туристской группы.

Отчет руководителя группы - это документ, по которому оценивается реальный опыт группы, действия туристов на маршруте и грамотность тактических решений.

Работа менеджера турфирмы и руководителя туристской группы на заключительном этапе связана в основном с документами. Руководитель группы обязан оформить отчет о выполнении тура. Если тур выполнялся без руководителя группы, отчет составляет менеджер соответствующего направления.

Отчет может быть представлен как в произвольной, так и в формализованной форме. Важно, чтобы в любом из вариантов были отражены все особенности тура, проанализированы проблемные ситуации, возникшие на маршруте, а также даны рекомендации по совершенствованию тура. Основываясь на этих рекомендациях, сотрудники турфирмы периодически обсуждают с партнерами возможности улучшения обслуживания на маршруте.

Ответственным этапом работы по подготовке группы к походу является оформление маршрутных отчетных документов, что позволяет классифицировать туристов соответствии с действующими разрядных нормативов.

Заключение

Всероссийская сеть «Билетур» - крупнейшее туристическое агентство Дальнего Востока и лидер среди российских агентств по продаже авиабилетов и туристических путевок. Компания имеет более 55 собственных филиалов по продаже авиабилетов, ж/д билетов и туристических услуг по всей России: в Москве, Санкт-Петербурге, Воронеже, Приморье, на Камчатке, Сахалине, Благовещенске, Хабаровске и Комсомольск-на-Амуре.

Сегодня Приморское агентство авиационных компаний предлагает бронирование и продажу авиабилетов на рейсы любых авиакомпаний мира по любым направлениям: в любую страну мира, различные города России и СНГ. Агентство сотрудничает с такими солидными компаниями, как «Аэрофлот-Российские Авиалинии», «Владивосток Авиа», «Домодедово», «Крас Эйр», «KLM», «Сибирь», «British Airways», «Пулково», «Трансаэро», «Аэрофлот Дон», «Reeve Aleutian Airways» и многими- многими другими, всего их более 300.

Анализ деятельности компании показал, что фирма довольно успешно функционирует на рынке туризма, реализует туры как по стране, так и за рубежом. Основную прибыль предприятие получает от реализации авиа и железнодорожных билетов, на которую приходится около 50% от всей суммы, поступившей от реализации услуг.

Целевой сегмент «Билетур» отвечает следующим характеристикам:

- Возраст – от 20 до 50 лет;
- Уровень дохода – средний и выше среднего;
- Образование – обычно высшее, но роли не играет;
- Семейное положение – обычно семья из двух-четырех человек;
- География – зарубежный туризм и туризм по России;
- Жизненный стиль – энергичный, активный человек, занятый предпринимательской деятельностью или работающий по найму, восприимчивый к новинкам;
- Мотив путешествия: желание отдохнуть с семьей, желание отдохнуть за границей, желание получить лечение за границей, желание посетить экзотическую страну.

В результате прохождения производственной организационно-управленческой практики в компании «Билетур»:

- была рассмотрена организационная структура «Билетур»;
- изучена работа персонала и его должностные обязанности;
- рассмотрены договорные отношения с партнёрами и поставщиками;
- изучены ресурсы предприятия и их использование;
- изучены основные этапы формирования туристских услуг;

- изучена рекламная политика компании;
- изучены информационные технологии, применяемые на предприятии;
- рассмотрены вопросы безопасности на предприятии.

Итогом производственной организационно - управленческой практики стало приобретение навыков, необходимых для работы в туристской индустрии.

Сегодня в туризме, как и в любой другой деятельности, чрезвычайно полезным и гибким инструментом ценовой и маркетинговой политики является система скидок. Для улучшения своей ценовой и маркетинговой политики для турфирмы «Билетур» следует предложить следующие пути совершенствования:

Использование дополнительных систем скидок, таких как

- внесезонные скидки;
- предоставление скидок молодоженам и другие.

Так как работа туристского предприятия носит сезонный характер, то при разработке своей ценовой политики следует учесть существенные сезонные колебания спроса по видам туризма. Цель использования скидок за внесезонную закупку состоит в том, чтобы побудить клиента приобрести данную услугу до начала очередного сезона, в самом его начале, либо вообще вне сезона. Предлагаемые скидки способствуют выполнению ценой ее стимулирующей функции, помогают маркетинговым исследованиям, а именно: способствуют снижению издержек компании, реализации вследствие возросшего сбыта, облегчает завоевание постоянных клиентов и перспективное планирование деятельности фирмы.

Проходя производственную практику, я составила определенное собственное мнение о характере работы на туристском предприятии. Также, я считаю, что прохождение практики позволило мне повысить уровень профессиональной подготовки в области внутреннего туризма, приобрести новые знания, необходимые для освоения предметов по специальности на последующих курсах.

Сотрудники компании очень дружелюбно ко мне относились и помогали разобраться в некоторых сложных моментах. Учебная практика, которую я прошла в турфирме «Билетур», помогла мне закрепить и углубить комплексные знания, полученные за период обучения, узнать много нового, интересного и полезного в частности об особенностях формирования туристского продукта, туристских формальностях, получила знания, которые будут полезными при выполнении различных учебных заданий.

Список использованных источников

- 1 Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии. - Брюссель: TACIS, 2018.
- 2 ОАО «Приморское агентство авиационных компаний»
- 3 Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы: учебник / Н.Н. Павлова – Москва: Норма, 2018. – 384 с.
- 4 Косолапов А.Б. Менеджмент в туристической фирме: учебное пособие / А.Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2017.
- 5 Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия обслуживания учебник для студ. Вузов тур. Профиля Е.Н. Ильина; Рос. междунар. Академия туризма – Москва Финансы и статистика, 2017. – 160 с. ил.
- 6 Плотникова Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса: учеб.-методич. Пособие. Ч. 1: Информационные технологии в турфирме. М.: Советский спорт, 2016 г.
- 7 Туризм на Дальнем Востоке: бизнес, инвестиционные стратегии, образование и экология. // Материалы региональной научно – практической конференции. – Владивосток: ДВГАЭУ, 2020.-354 с.
- 8 Федеральный закон от 28.05.2022 № 148-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Приложение А

(Обязательное)

Схема проезда к АО «Приморское агентство авиационных компаний»

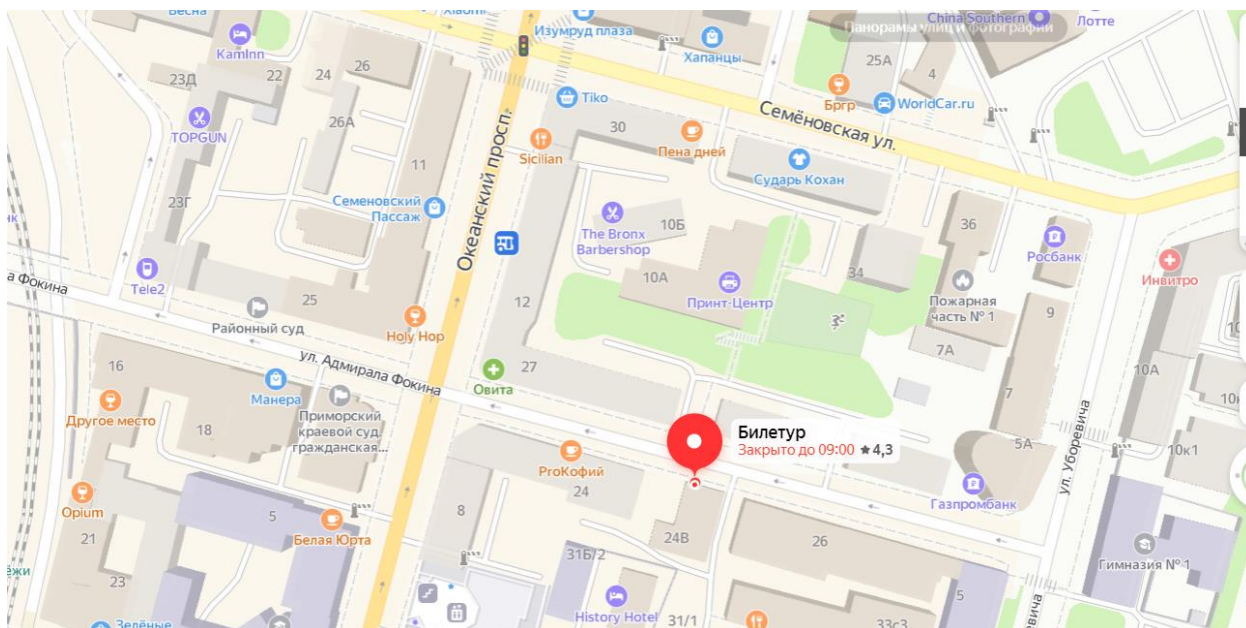


Рисунок А.1 - Схема проезда к АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Приложение Б

(Обязательное)

Сайт «Билетур»

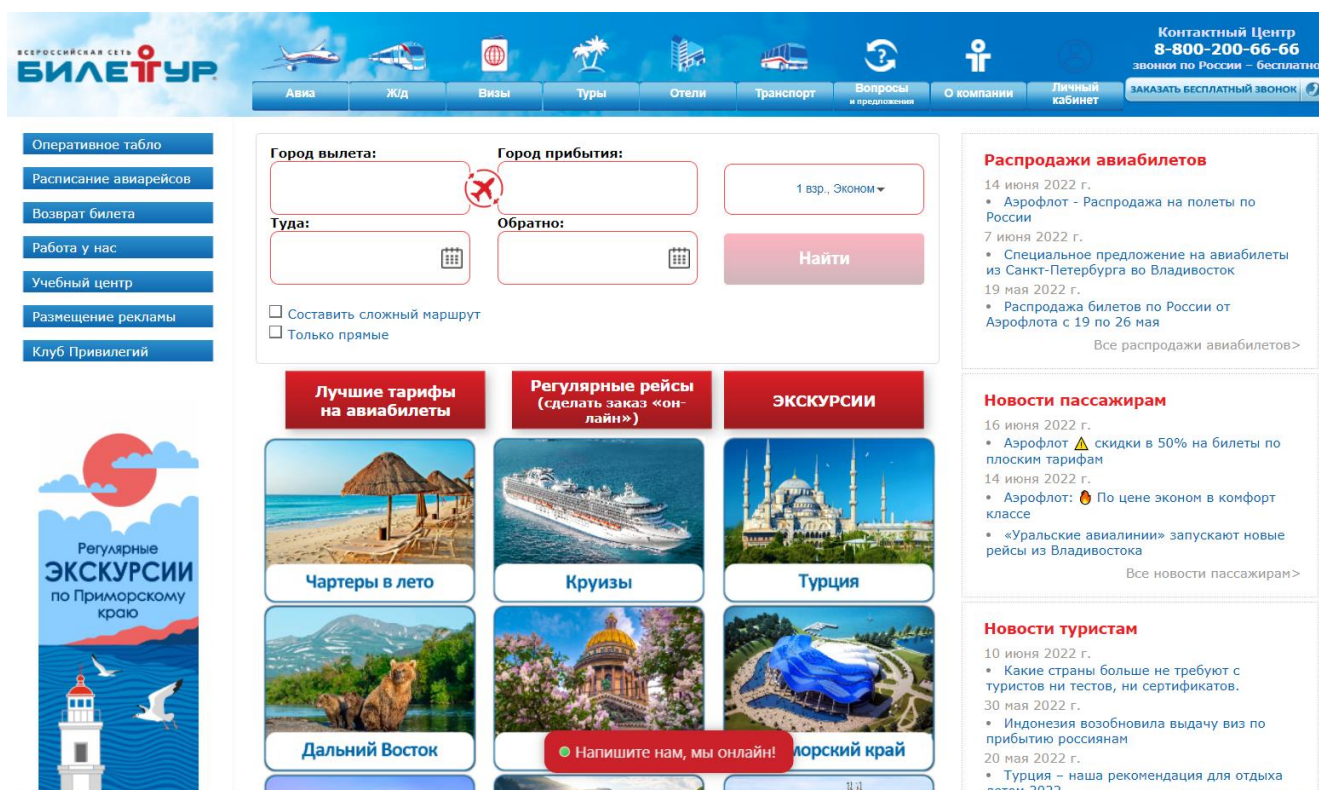


Рисунок Б.1 - Сайт компании «Билетур»

Индивидуальное задание по производственной практике

Студент(ка) Юхновец Дарья Юрьевна,
 обучающийся(аяся) на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную
 практику в объеме 36 часа с «22» июня 2022 г. по «28» июня 2022 г.
 в организации АО «Приморское агентство авиационных компаний», ул.Тигрова, д.20А

Виды и объем работ в период производственной практики

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	1
2	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	5
3	Анализ событийных мероприятий предприятия. Изучение технологий проведения мероприятий разного типа. Изучение технологий досуговой деятельности предприятия.	6
4	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Обращаться за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации. Взаимодействие со службами быстрого реагирования.	6
5	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания. Составление отчета руководителя туристской группы. Анализ претензий туристов.	6
6	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	12

Дата выдачи задания «22» июня 2022 г.

Срок сдачи отчета по практике «28» июня 2022г.

Подпись руководителя практики



/ Ермолович Л.О., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Юхновец Дарья Юрьевна,

обучающийся(аяся) на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную практику в объеме 36 часа в с «22» июня 2022 г. по «28» июня 2022 г.

в организации АО «Приморское агентство авиационных компаний», ул. Тигровая, д.20А

В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной деятельности выполнял следующие виды работ:

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление услуг по сопровождению туристов	ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	отлично
	ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках. Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте.	отлично
	ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Анализ событийных мероприятий предприятия. Изучение технологий проведения мероприятий разного типа	отлично
	ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Взаимодействие со службами быстрого реагирования. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	отлично

	ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания. Анализ претензий туристов.	отлично
	ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы.	отлично
Промежуточная оценка по ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов			отлично

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

освоены на продвинутом уровне

(освоены на продвинутом уровне / освоены на базовом уровне /
освоены на пороговом уровне / освоены на уровне ниже порогового)

Дата 28 июня 2022 г.

Оценка за практику отлично

Руководитель практики от предприятия

Результ

Ибрагимова О.И.
Ф.И.О.



ДНЕВНИК прохождения производственной практики

Студент Юхновец Дарья Юрьевна
Специальность/профессия 43.02.10 Туризм
Группа С-ТУ-21

Место прохождения практики АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Сроки прохождения с «22.06.2022» по «28.06.2022»

Инструктаж на рабочем месте «22» июня 2022 г
дата

В.И. Овчинникова
подпись

Медведева О.И.
Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
22.06	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	5	<i>В.И. Овчинникова</i>
23.06	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут. Анализ событийных мероприятий предприятия. Изучение технологий проведения мероприятий разного типа. Изучение технологий досуговой деятельности предприятия.	5	<i>В.И. Овчинникова</i>
25.06	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Обращаться за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации. Взаимодействие со службами быстрого реагирования.	5	<i>В.И. Овчинникова</i>
25.06	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания. Составление отчета руководителя туристской группы. Анализ претензий туристов.	5	<i>В.И. Овчинникова</i>
26.06-	Оформление отчёта практики	5	<i>В.И. Овчинникова</i>
27.06		5	<i>В.И. Овчинникова</i>
28.06	Дифференцированный зачет		

Руководитель

В.И. Овчинникова
подпись

Медведева О.И.
Ф.И.О.



Характеристика деятельности студента
Юхновец Дарьи Юрьевны
группы С-ТУ-21 при прохождении производственной практики

Код	Общие компетенции	Основные показатели оценки результата	***Уровень (низкий, средний, высокий)
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к своей будущей профессии	Высокий
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в туристской области; Оценка эффективности и качества выполнения	Высокий
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Решения в стандартных и нестандартных профессиональных задач в туристской области	Высокий
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные	Высокий
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для профессиональной деятельности	Применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	Высокий
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с коллегами, потребителями туристских услуг	Высокий
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция собственной работы	Высокий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Обновление знаний, приобретение новых способов мышления, новых методов и приемов работы	Высокий
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Анализ новых технологий в области технологических процессов туристского обслуживания	Высокий
ПК 2.1	Контролировать готовность группы, оборудования и	Контроль наличия туристов, Проведение проверки готовности	Высокий

	транспортных средств к выходу на маршрут	транспортных средств при выходе на маршрут	
ПК 2.2	Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение инструктажей по технике безопасности	Высокий
ПК 2.3	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	Высокий
ПК 2.4	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях	Высокий
ПК 2.5	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	Высокий
ПК 2.6	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	Высокий

Руководитель практики (от организации) Ибрагимова О.Н.

Defals



Характеристика

За время прохождения производственной практики в туристической фирме «Приморское агентство авиационных компаний» студентка Юхновец Дарья Юрьевна проявила себя дисциплинированной, стремящейся к получению знаний, необходимых в данной области управления. Основной задачей её практической работы стало ознакомление с основными аспектами работы предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний». Под руководством опытных специалистов турфирмы, изучала основные законодательные и нормативные правовые акты, методические материалы; структуру и штат предприятия, его профиль, специализацию и перспективы развития; кадровую политику и стратегию предприятия.

За период практики приобрела следующие компетенции:

- изучение директивных и инструктивных материалов, используемых предприятием, организацией в сфере услуг;
- оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы;
- составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта;
- проведение инструктажей по технике безопасности;
- составление программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- закрепление и углубление полученных студентом в колледже теоретических знаний по основным дисциплинам.

Во время прохождения практики, проявила себя дисциплинированной студенткой, смогла охватить большой объем необходимой информации.

Ко всем заданиям своей учебной практики относилась ответственно, поручения с документами выполняла аккуратно. Практическая работа заслуживает высокой оценки.

Руководитель практики от организации
Ибрагимова.



О.Н.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»
(ВГУЭС)

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Юхновец Дарья Юрьевна
Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-21-1
согласно приказу ректора № _____ от _____ года
направляется в АО "Приморское агентство авиационных компаний", г. Владивосток
для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 1 неделя с 22.06.2022 года по 28.06.2022 года.

Руководитель практики Ермолович Л.О.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
АО Премьерское агентство авиационных компаний	22.06.2027.	
		