

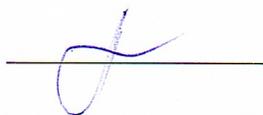
МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет»
Академический колледж

ОТЧЕТ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
по профессиональному модулю
ПМ. 03 Предоставление туроператорских услуг
ПМ. 04 Управление функциональным подразделением
организации

программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 «Туризм»

период с «13» марта 2025 г. по «16» апреля 2025 г.

Студент группы
СО-ТУ-22-2



М.С. Орехова

Наименование предприятия: ООО «Мой Тур ВЛ»

Руководитель практики
от предприятия



В.И. Меренкова

Отчет защищен:
с оценкой Отлично

Руководитель
практики от ООО



Л.О. Ермолович

Владивосток 2025

Содержание

Введение.....	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Мой Тур ВЛ».....	5
1.1 История создания и развития предприятия ООО «Мой Тур ВЛ».....	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия.....	7
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	9
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	11
1.5 Перспективы развития предприятия ООО «Мой Тур ВЛ».....	12
2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия ООО «Мой Тур ВЛ».....	14
2.1 Анализ деятельности предприятия ООО «Мой Тур ВЛ».....	14
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	15
2.3 Информационные технологии предприятия ООО «Мой Тур ВЛ».....	16
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.....	18
4 Система обеспечения безопасности	20
5 Технология формирования профессиональных компетенций.....	21
6 Индивидуальное задание.....	29
Заключение.....	32
Список использованных источников.....	33
Приложение А. Реклама туров турагентства ООО «Мой Тур ВЛ».....	34

Введение

Туризм – временные выезды граждан с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, познавательных, спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране или месте временного пребывания. Это один из видов активного отдыха, наилучший способ отвлечься от суеты, увидеть новое и интересное, набраться положительных эмоций. Туризм дает возможность познакомиться с культурой других стран и регионов [1].

Туристский рынок выполняет многочисленные функции: информационную, посредническую, регулируемую, пенообразующую, стимулирующую, созидательно-разрушительную и дифференцирующую.

Однако в качестве его основополагающих функций можно выделить следующие:

- а) реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте;
- б) организация процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);
- в) экономическое обеспечение материальных стимулов к труду.

Развитие туризма в стране является стимулом для развития более 50 отраслей экономики. Туризм позволяет развивать малый и средний бизнес, увеличивает занятость и само занятость населения России, способствует повышению качества жизни, сглаживает территориальные диспропорции в нашей большой и разнообразной стране. Естественно, туризм увеличивает поступления в бюджеты всех уровней и способствует развитию экспорта. Данный вид деятельности не требует крупных стартовых инвестиций, отличается высоким уровнем рентабельности и относительно небольшим сроком окупаемости капитальных вложений.

Чтобы преуспеть в туристском бизнесе, необходимо иметь знание о международных правовых нормах и правилах, практике туристского менеджмента и маркетинга. Прежде всего, требуется профессиональная, основанная на потребностях потребителя туристских услуг организация производства и реализации туристского продукта, нужна полная и всесторонняя информированность производителя туристских услуг относительно всего того, что касается клиента, как потребителя этих самых услуг.

Туризм поднимает престиж страны, ее авторитет в мировом сообществе и среди рядовых граждан. Он укрепляет межрегиональные и международные дружеские связи, развивает народную дипломатию, стабилизирует отношения между регионами и государствами. Уровень развития туризма является своеобразным показателем состояния общества, его материального достатка и духовного здоровья.

Рекомендуется подходить к выбору туристской фирмы наиболее внимательно. В зависимости от навыков менеджера заинтересовать клиента, от его внешнего вида, умения держаться, от владения профессиональными навыками у туриста складывается общее впечатление о фирме. Поэтому каждый менеджер по туризму должен владеть необходимой культурой общения, методикой работы, соблюдать нормы и правила этики.

Целью производственной практики является формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта для последующего освоения общих и профессиональных компетенций по специальности.

Задачами практики являются:

- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы туристского предприятия;

- изучение организационных процессов, связанных с предоставлением туроператорских услуг и управлением функциональным подразделением организации;

- освоение процессов, связанных с проведением маркетинговых исследований и созданием базы данных по туристским продуктам, взаимодействием с турагентами по реализации турпродукта; с организацией работы сотрудников, составлением отчетно-плановой документации;

- приобретение опыта работы по организации маркетинговых исследований, взаимодействия с турагентами; работы с агентами; планирования рекламной компании;

- развитие навыков работы по проведению анализа туристского рынка и работы с документацией подразделения;

- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих внимательность, кропотливость и ответственность к туристским документам в работе специалиста по туризму;

- сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчета по производственной практике.

Объект анализа – туристская компания ООО «Мой Тур ВЛ»

В процессе прохождения практики я ознакомилась с работой в турфирме, расширила круг знаний в этой сфере, изучила все аспекты и тонкости работы в офисе на предприятии.

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Мой Тур ВЛ»

1.1 История создания и развития предприятия ООО «Мой Тур ВЛ»

Название компании: Турагентство ООО «Мой Тур ВЛ». Местонахождение: 690039, г. Владивосток, ул. Русская, 9Б. Часы работы: понедельник-пятница 10:00-19:00; суббота 11:00-16:00; воскресенье выходной. Телефоны: +7 (423) 201-30-88, +7 (423) 201-71-88.

ANEX Tour – это один из самых активно развивающихся туроператоров, получивший широкую известность и завоевавший доверие и высокие оценки туристов по всему миру. Он появился на туристском рынке в 1996 году, и за более чем 20 лет успешной деятельности значительно расширил перечень своих услуг и географию стран, в которых они предоставляются. Сегодня под этим брендом работают компании в Российской Федерации, Белоруссии, Казахстане, Германии, а в 12 странах открыты принимающие представительства компании. Сайт туроператора [2].

Апех начал свою историю в далёком 1996 году, когда в Москве был открыт центральный офис компании. Одним из самых важных и переломных годов в истории туроператора стал 2003 год, когда он предложил российским туристам туры в Египет, открыв свое представительство в курортном городе Шарм-эль-Шейх. В этом же году руководство объявило, что компания будет расширять перечень предоставляемых туристских продуктов и услуг.

В 2005 году в Ростове-на-Дону открывается первое региональное представительство. Стоит отметить, что на сегодняшний день представительства этого туроператора находятся в 42 городах России.

В это же время компания начинает активно внедрять онлайн-технологии, стремясь сделать так, чтобы самостоятельное бронирование отдыха стало доступным для туристов. Для этого разрабатывается удобная система онлайн-бронирования туров, в которой все продумано до мельчайших деталей. Желаящим самостоятельно подобрать себе тур очень легко ориентироваться в системе, так как она предлагает выбор по таким удобным критериям, как тип отдыха, направление, стоимость, продолжительность. Более того, при подборе тура система даёт возможность ознакомиться с информацией об интересующем курорте, отеле, посмотреть фотографии и почитать отзывы. Система онлайн-бронирования туров является особым предметом гордости компании, и её специалисты постоянно работают над её совершенствованием.

Начиная с 2015 года, туроператор активно продвигает внутренний туризм, предлагая горнолыжные туры в городе Сочи, а также пляжный отдых на побережье Крыма и в

Краснодарском крае. Также в этот период начинается организация туров в Камбоджу, Израиль, Шри-Ланку.

Необходимо также отметить тесное сотрудничество с авиакомпанией AZUR air, которую туроператор считает своим стратегическим партнёром. В 2015 году руководствами компаний была достигнута договорённость о введении онлайн-регистрации для путешествующих с ANEX Tour. К 2017 году AZUR air стала крупнейшим чартерным авиаперевозчиком России, за что в 2018 году была одержала победу в номинации «Чартерные авиаперевозки России».

В 2016 году туроператор продолжает осваивать новые туристские горизонты, предлагая туристам посетить Кипр, Черногорию, Италию, Тунис, Мальту, Кубу, Иорданию, Мальдивские острова. В этом же году туроператор проводит первую туристскую выставку для своих партнёров, а также организовывает ряд выездных мероприятий в Тунисе, Испании, на острове Крит.

В 2017-2018 году Apex Tour продолжает осваивать новые направления на внутреннем туристском рынке России, предлагая новые продукты: экскурсионные поездки на Дальний Восток и Алтай. Также предлагается санаторно-курортное лечение на отечественных и зарубежных курортах, пополняется список новых стран, где принимаю туристов: Маврикий, Танзания, Индонезия, Гонконг, Азербайджан, Швейцария, Хорватия.

На данный момент туроператор организует туры в 32 страны по 40 направлениям отдыха, предлагая, как стандартные туристические пакеты, так и VIP услуги, включающие в себя эксклюзивное наземное обслуживание, особые услуги в аэропорту, расширенную медицинскую страховку.

Большое внимание руководство компании уделяет комфорту и безопасности своих туристов, регулярно обновляя автопарк в принимающих странах. На сегодняшний день – это современные и безопасные транспортные средства, оборудование кондиционерами и беспроводным интернетом.

Сотрудники компании постоянно работают над открытием новых уникальных направлений для туристов, заключая эксклюзивные договора с отелями и принимающими структурами по всему миру.

Сегодня представительства туроператора Apex Tour можно найти в 42 городах Российской Федерации, в большинстве из них осуществляются прямые авиаперелёты по самым популярным направлениям. Компания активно работает над улучшением и совершенствованием качества своих услуг, стремясь предоставить уникальный и доступный туристический продукт.

В период 2009-2010 годов плодотворная и успешная деятельность туроператора отмечается рядом престижных премий в области туризма. Так компания удостоивается почётных дипломов, вручённых посольствами Турции и Египта, а в 2009 году её признают лучшим туроператором по организации отдыха в Турции и ей присуждается премия «Лидеры туриндустрии».

В 2012-2013 годах деятельность туроператора снова отмечается рядом престижных наград, среди которых диплом, вручённый Министерством Культуры и Туризма Турции за особый вклад в развитие туризма в этом государстве. Также стоит отметить премию Travel Russian Awards, которая признала Анекс Тур самым надёжным туроператором России [3].

Также, все офисы Apex Tour должны соблюдать единую цветовую гамму. В офисе разрешены только белые и красные цвета. Стены, столы, компьютеры, принтеры и т. п. должны быть белого цвета. Стулья, кулеры, стаканы, календари и т. п. должны быть красного цвета.

В 2017 в г. Владивосток открылся официальный представитель Apex Tour. Данное турагентство работает по франшизе. Турагентство сотрудничает с такими туроператорами, как Apex Tour и Библио Глобус. Туристское агентство специализируется на пакетных и чартерных турах. Особой популярностью пользуются пакетные туры в Таиланд (Пхукет, Паттайя).

Турагентства ANEX Tour являются официальными офисами продаж частным лицам туристических услуг туроператора ANEX Tour по фиксированным ценам (без наценок, комиссий и сборов) в соответствии с установленными корпоративными стандартами и с соблюдением высоких предъявляемых требований по качественному и профессиональному обслуживанию клиентов.

Apex Tour специализируется на оказании туристских услуг, представленных в разных сегментах рынка: массовый туризм, корпоративные поездки и групповые выездные мероприятия, наземное обслуживание, а также VIP отдых. Пакетные предложения сформированы на базе перелетов чартерных программ и регулярных рейсов ведущих авиакомпаний.

Эксклюзивные контракты с ведущими отельными брендами и гарантированные объекты размещения позволяют предлагать клиентам качественный продукт по доступным ценам. Региональное присутствие Apex Tour охватывает 42 города Российской Федерации, офисы туроператора открыты в 15 городах.

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

Учредительные документы – это уставные документы на основании которых действует предприятие и его генеральный директор. Учредительные документы юридического лица нужны компании на этапе создания и в работе. В них учредители отражают основы деятельности ООО – базовые правила существования фирмы, порядок совместной деятельности, способы решения спорных вопросов [4].

Включают в себя следующие документы:

1) устав – основной документ, который определяет цели и задачи организации, организационную структуру, права и обязанности руководителей и сотрудников, порядок принятия решений и другие важные аспекты ее деятельности;

2) учредительный договор (для коммерческих организаций) – договор между учредителями, который регулирует взаимоотношения между ними в процессе создания организации и определяет условия участия каждого учредителя в ее деятельности;

3) лицензия (для некоторых видов деятельности) – разрешительный документ, выдаваемый государственным органом, который позволяет организации или индивидуальному предпринимателю осуществлять определенный вид деятельности (например, медицинская лицензия, лицензия на торговлю алкоголем);

4) уведомление (для некоторых видов деятельности) – документ, который уведомляет государственные органы о начале определенной деятельности (например, уведомление о начале работы образовательного учреждения);

5) протокол учредительного собрания – документ, который фиксирует принятие решений по созданию или реорганизации организации, выбору руководства и другим важным вопросам;

6) документы на право собственности (например, свидетельство о государственной регистрации права собственности на имущество организации).

К учредительным документам предприятия «Мой Тур ВЛ» относятся:

– устав предприятия (свод правил, устанавливающих порядок и организацию деятельности предприятия);

– протокол собрания учредителей;

– приказ о назначении генерального директора;

– приказ о назначении главного бухгалтера;

– свидетельство о постановке на учет российской организации в налоговом органе по месту ее нахождения (ОГРН);

– уведомление в роспотребнадзор о начале осуществления предпринимательской деятельности;

– список участников;

Документация агентства осуществляется вышестоящими органами управления Приморского края.

Учредительные документы являются основополагающими для функционирования организации и ее взаимодействия с государственными органами и другими участниками рынка.

Организационно-правовая форма предприятия (ОПФ) – это законодательно закреплённая система организации и функционирования юридического лица [5].

Она определяет способ управления предприятием, зоны ответственности, метод совершения сделок и прочие ключевые аспекты работы организации.

Примеры организационно-правовых форм:

– акционерное общество (АО) – юридическое лицо, уставный капитал которого разделен на акции, участники которого несут риски исключительно в пределах своих вложений;

– общество с ограниченной ответственностью (ООО) – это юридическое лицо, участники которого несут ответственность в пределах своих вкладов, кроме случаев, предусмотренных законом;

– индивидуальное предпринимательство (ИП) – физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность на свой страх и риск.

Кроме того, существуют и другие организационные формы, такие как государственные и муниципальные унитарные предприятия, производственные кооперативы, общества с дополнительной ответственностью и другие.

Организационно-правовая форма выбирается в соответствии со спецификой деятельности, размерами и финансовыми возможностями организации, а также с учетом регулирующих ее деятельность правовых норм.

У туристского предприятия «Мой Тур ВЛ» организационно-правовой формой является общество с ограниченной ответственностью. В Уставе турагентства содержатся данные о его юридическом статусе, структуре, виде деятельности, участниках Общества, их правах и обязанностях.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура – совокупность подразделений организации и их взаимосвязей, в рамках которой между подразделениями распределяются управленческие задачи, определяются полномочия и ответственность руководителей и должностных лиц.

Организационная структура выстраивается, с одной стороны, в соответствии с теми задачами, которые ставит перед организацией её стратегия. С другой стороны, структура на

разных уровнях обеспечивает использование эффекта масштаба для экономии ресурсов организации.

ООО «Мой Тур ВЛ» было основано 15.02.2017. Уставный капитал 10 000 рублей, учредители – Меренкова Вероника Игоревна, Токарева Наталья Юрьевна. Генеральный директор – Меренкова Вероника Игоревна. Турагентство соответствует всем требованиям стандартизации в соответствии с законом о туристской деятельности [6].

В штате ООО «Мой Тур ВЛ» работают:

– генеральный директор. Функциональные обязанности – оформлять договоры на оказание услуг по реализации туристского продукта. Выполнение турагентством обязательств перед туроператором, сторонними организациями, заказчиками туристских продуктов и туристских услуг, а также трудовых договоров. Осуществлять контроль качества оформления договоров и работы туристского агентства. Подбор кадрового состава на появляющиеся должности;

– менеджер по туризму. Функциональные обязанности – принимать звонки и посетителей, отвечать на запросы в электронной почте и мессенджерах, консультировать очно и по телефону. Выяснять запрос клиентов и подбирать соответствующие им туры. Взаимодействовать с туроператорами по бронированию туров, билетов, оформлению виз, страховых полисов и т. д.. Оформлять договоры с клиентами, принимать от них необходимые документы; предоставлять путеводители, ваучеры, билеты и т. д. [7];

– руководитель отдела продаж. Функциональные обязанности – поиск и привлечение новых клиентов, а также поддержание отношений с текущими клиентами в сфере туризма. Анализ потребностей клиентов и предложение соответствующих туристических продуктов и услуг. Участие в разработке и реализации маркетинговых стратегий и продвижении туристических продуктов. Подготовка отчётности о продажах туристических продуктов, контроль за выполнением планов продаж в области туризма.

Схема организационной структуры турцентра «Мой Тур ВЛ» представлена на (рисунке 1).



Рисунок 1 – Организационная структура предприятия

Организационная структура управления представляется в виде системы оптимального распределения функциональных обязанностей, прав и ответственности, порядка и форма взаимодействия между людьми. Она направлена прежде всего на установление четких взаимосвязей между отдельными подразделениями фирмы, распределения между ними прав и ответственности. В ней реализуются различные требования к совершенствованию систем управления, выражающиеся в тех или иных принципах.

Управленческая структура ООО «Мой Тур ВЛ» имеет высококвалифицированных работников с большим опытом работы. Для работы с клиентами компания имеет собственный, современный офис, полностью оснащенный необходимым техническим оборудованием и обширной информацией в виде буклетов, проспектов и наглядной информации.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Апex Tour специализируется на оказании туристских услуг, представленных в разных сегментах рынка: массовый туризм, корпоративные поездки и групповые выездные мероприятия, наземное обслуживание, а также VIP отдых. Пакетные предложения сформированы на базе перелетов чартерных программ и регулярных рейсов ведущих авиакомпаний.

Рынок туристских услуг во Владивостоке является высококонкурентным, в городе насчитывается более 150 турагентств, турцентров и других организаций, осуществляющих туристские услуги. Несмотря на высокую конкуренцию, данное предприятие является сильным игроком на рынке туруслуг, о чем говорит его долгая и насыщенная история.

В деятельность туристского агентства входят следующие функции:

- продажа пакетных туров туристам;
- комплектация туров по договорам с поставщиками услуг в соответствии с потребностями туристов;

- калькуляция туров по всем возможным маршрутам;
- поиск клиентов: посредством рекламы, личного контакта и других маркетинговых приёмов туристского агентства;
- работа с клиентами: непосредственно предоставление услуг, ведение сопровождающей туризм документации, обеспечение безопасности и страховки, анкетирование и ведение опросов о качестве услуг;
- постоянная оперативная связь с туристами во время обслуживания, решение возникающих вопросов.

На данный момент туроператор организует туры в 32 страны по 40 направлениям отдыха, предлагая, как стандартные туристические пакеты, так и VIP услуги, включающие в себя эксклюзивное наземное обслуживание, особые услуги в аэропорту, расширенную медицинскую страховку.

Туристские направления компании: Турция, ОАЭ, Египет, Шри-Ланка, Танзания, Вьетнам, Куба, Мальдивская республика, Южная Корея, Катар, Бахрейн, Саудовская Аравия, Оман, Россия, Абхазия, Армения, Азербайджан, Узбекистан, Грузия, Китай, Индонезия, Панама, Италия, Беларусь, Италия, Маврикий, Мадагаскар, Сербия, Индия, Ямайка, Камбоджа, Кения, Непал, Филиппины, Сингапур, Сейшельские острова, Монголия, Намибия, Греция, Марокко, Франция, Испания, Венгрия, Бразилия, Аргентина, Португалия.

Сегодня представительства туроператора Apex Tour можно найти в 42 городах Российской Федерации, в большинстве из них осуществляются прямые авиаперелёты по самым популярным направлениям. Компания активно работает над улучшением и совершенствованием качества своих услуг, стремясь предоставить уникальный и доступный туристический продукт.

1.5 Перспективы развития предприятия ООО «Мой Тур ВЛ»

Приморский край обладает большим потенциалом для развития туризма, благодаря своему уникальному географическому положению, разнообразной природе и культурному наследию.

Для эффективного развития предприятия очень важно моделирование экономической деятельности туристской фирмы в целях её стабильной работы и процветания в долгосрочном периоде. Целью деятельности любой коммерческой организации в условиях рыночной экономики в конечном счете является получение прибыли, способной обеспечить её дальнейшее развитие. Прибыльность рассматривается не только как основная цель, но и как главное условие деловой активности предприятия, как результат его деятельности,

эффективного осуществления своих функций по обеспечению потребителей необходимыми товарами в соответствии с имеющимся спросом на них.

Туризм является открытой системой, на которую оказывают существенное влияние природные, климатические, экономические факторы, социальные катаклизмы, национальные и региональные конфликты.

Эффективность управленческих решений в туристских организациях определяется совокупностью показателей, свидетельствующих о достижении целей и росте конкурентоспособности организации. Традиционно потребление мало интересовало продавца, ориентированного в первую очередь на покупку, однако в условиях растущей конкуренции происходит переориентация туристских организаций на удовлетворение и сохранение потребителей.

Выделим основные группы показателей успешной туристической организации.

1) Показатели конкурентоспособности туристской организации: доля рынка, марочный капитал, возможность использовать наилучшую ценовую стратегию, качество турпродукта, широкий выбор турпродуктов, сервисное обслуживание на высоком уровне, возможность использовать ресурсы, которые могут сделать турпродукты еще более привлекательными для целевой аудитории.

2) Показатели качества и результативности труда: компетентность и заинтересованность персонала, оборудование рабочих мест современной техникой, уровень исполнительской дисциплины, выполнение календарных планов и достижение плановых показателей.

3) Показатели социальной эффективности: благоприятный социально-психологический климат в коллективе, организационная культура ориентирована на потребителя, высокий уровень корпоративности (приверженность туристической деятельности, общность целей работников и организации), поддержание особой обстановки путешествий и отдыха [8].

Основной результат деятельности маркетинга в туризме – параметры эффективности управленческих решений в туристских организациях. Менеджеры разрабатывают своевременные, высокоэффективные решения и могут предоставить потребителям турпродукты. Система управления качеством туристской организации – это совокупность взаимосвязанных элементов, основной целью которой является удовлетворение запросов потребителей, предоставление им услуг и турпродуктов высокого качества. Важно отметить, что почти все турфирмы ориентированы на предпочтения клиента, при этом любая турфирма должна стремиться завоевать покупательское расположение и доверие.

Ежегодно «Мой Тур ВЛ» совершенствует процесс своей деятельности, развивает технологии продаж и управления качеством. Благодаря внедряемым фирмой новым технологиям партнеры компании экономят время, силы и деньги. Сегодня партнеры могут самостоятельно по сетям Интернет забронировать заказанный туристом комплекс услуг, в любой момент узнать о состоянии своей заявки, в своем офисе выписать для своих туристов ваучер, электронные авиабилеты, страховой медицинский полис и памятки, необходимые для совершения путешествия.

Компания занимает открытую позицию по отношению к своим партнерам. С целью улучшения взаимоотношений с партнерами «Мой Тур ВЛ» ежегодно устраивает презентации своих программ, отельных баз, организует тематические семинары, конференции, ознакомительные туры по отелям и регионам. Регулярно участвует в международных и региональных туристских выставках, и ярмарках [9].

2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия ООО «Мой Тур ВЛ»

2.1 Анализ деятельности предприятия ООО «Мой Тур ВЛ»

Специализация компании ООО «Мой Тур ВЛ» – предоставление клиентам всех запрошенных ими услуг, связанных с отдыхом и путешествием в Турции, Египте, Таиланде, Испании, ОАЭ, Греции, Андорре, Кипру, Италии, Кубе, Доминикане, Бразилии и морским круизам.

ООО «Мой Тур ВЛ» предлагает широкий спектр видов туризма по своим направлениям от пляжного до горнолыжного, а также обслуживает VIP клиентов и организует корпоративные поездки. Предложение компании по Турции весьма широкое: это - отдых на популярных у российских туристов турецких курортах, число которых увеличивается с каждым годом; разнообразные экскурсионные предложения, включающие и заезды в другие страны; комбинированные туры, сочетающие отдых и познавательный туризм.

ООО «Мой Тур ВЛ» предлагает пакетные турпродукты, специально подготовленные по интересам и категориям отдыха. Турагентство предлагает несколько вариантов тарифов:

- стандарт (прямой авиаперелет, трансфер, проживание в отеле, страховка);
- стандарт без трансфера, только отель;
- горящие путевки;
- тематические туры, которые включают экскурсии, пляжный отдых, spa-процедуры, морские круизы, игровые программы для детей.

Дополнительно можно заказать аренду автомобиля, персонального сопровождающего при трансфере, оформление визы, страховку от невыезда, цветы, сладости, напитки в номер и др. Весь перечень дополнительных услуг доступен для большинства туров. На этапе заказа можно выбирать отели от бюджетных до фешенебельных. Сотрудники представительств туристской компании в курортных городах помогут составить экскурсионный маршрут, дадут необходимые консультации, если возникнут непредвиденные обстоятельства. Туристы, обратившиеся к этому турагентству, могут рассчитывать на самый высокий уровень сервиса и запоминающийся отдых. Предложения фирмы рассчитаны на широкий круг покупателей с разным уровнем дохода. Большую часть турпродуктов можно приобрести менее чем за 30 тыс. руб./чел. С целью как можно больше охватить региональный рынок предлагаются маршруты с вылетом не только из Москвы, но также из разных региональных центров: Владивостока, Новосибирска, Нижнего Новгорода, Екатеринбурга и др. городов.

Потребителями услуг ООО «Мой Тур ВЛ» являются все слои населения. В ассортименте компании каждый турист найдет интересующее его предложение. Турагенту доверяют свой отдых, как обычные туристы, так и известные политические деятели, и

представители шоу бизнеса. Большинство потребителей турпродукта «Мой Тур ВЛ» – это семьи с детьми, а наименее востребованными являются услуги для школьных групп [9].

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

Apex Tour придает большое значение обслуживанию клиентов, которое является одним из основных столпов его корпоративной культуры. Среди основных принципов обслуживания клиентов в компании:

- ориентация на клиента: клиенты всегда имеют приоритет, и менеджеры стремятся удовлетворить их потребности и превзойти их ожидания.

- ответственность: турагенты несут ответственность за обеспечение высокого уровня обслуживания, своевременное решение проблем и постоянное совершенствование процессов;

- профессионализм: сотрудники вежливы, знающие и оперативно реагируют на запросы клиентов;

- командная работа: сотрудники из разных отделов сотрудничают для обеспечения бесперебойного и эффективного обслуживания клиентов.

Туроператор отслеживает ряд ключевых показателей эффективности для измерения эффективности своего обслуживания клиентов, таких как:

- время ответа на телефонные звонки;

- время ответа на электронные письма;

- уровень разрешения проблем с первого обращения;

- удовлетворенность клиентов, измеряемая с помощью опросов.

Туристская фирма постоянно стремится улучшить свое обслуживание клиентов, внедряя новые технологии, проводя обучение сотрудников и собирая отзывы клиентов. Компания также инвестирует в автоматизацию процессов и использование искусственного интеллекта для повышения эффективности и персонализации обслуживания клиентов.

Менеджеры турфирмы ежегодно повышают свою квалификацию на специальных курсах и семинарах. А также имеют стаж работы в туризме, и знают свои должностные обязанности. Специфика работы коллектива предприятия состоит в том, что результатом работы есть не продукт, а услуга. Процесс обслуживания происходит с особой четкостью и высокой организацией работы, которая обеспечивает высокий уровень культуры обслуживания и максимальное удовлетворение потребностей клиента.

Соблюдение всех требований обеспечивает высокую конкурентоспособность персонала, под которой понимают совокупность личных и профессиональных свойств персонала, дающие возможность быстро воспринимать и анализировать ситуацию, принимать

оптимальные решения и эффективно исполнять функциональные обязанности, а также эффективно реализоваться в работе.

Организация обслуживания клиентов на предприятии Apex Tour основана на сильной корпоративной культуре, которая ставит клиента на первое место. Благодаря многоканальной поддержке, специализированным командам и постоянному совершенствованию, Apex Tour стремится обеспечить исключительное обслуживание клиентов на протяжении всего их путешествия.

Культура предприятия имеет определенную силу, которая характеризуется, прежде всего, ее объемом, уровнем ее восприятия членами организации и ясностью культуры для каждого. Сильная культура создает преимущества для предприятия, помогает создавать и масштабировать успешные проекты, повышать рентабельность компании и поддерживать непрерывность процессов.

2.3 Информационные технологии предприятия ООО «Мой Тур ВЛ»

Техническое обеспечение информационной системы «Мой Тур ВЛ» включает в себя новейшие компьютеры и оргтехнику, такие необходимые офисные средства, как телефон (стационарный и сотовая связь), факс. Помимо работы в стандартных программах Word и Excel, менеджеры используют специализированное программное обеспечение, которое представляет собой совокупность программ, непосредственно реализующих алгоритмы решения функциональных задач туристского менеджмента. ООО «Мой Тур ВЛ» работает на базе программного комплекса «САМО-Тур». Комплекс предназначен для оказания помощи менеджеру при работе с клиентами компании. Комплекс снабжен справочниками партнеров, отелей, рейсов, услуг, размещения, цен, блоков номеров в отелях, блоков мест на транспорте и блоков мест в туре. На основании выборок из справочников реализуется формирование пакетов услуг – описание маршрута тура, набора услуг в каждом пункте маршрута, создание заездов.

Система «САМО-Тур» - программный комплекс для автоматизации турагента. Программа учитывает все технологические операции турагентской деятельности. Для работы с клиентами используются такие методы, как обзвон, рассылки, презентации, семинары, выезд по региональным агентствам с целью привлечения или ознакомления с нашими продуктами или деятельностью. Еще «Мой Тур ВЛ» организывает рекламные туры и инфотуры для сотрудников агентств, так же воркшопы, в результате которых происходит как ознакомление, так и обучение основных принципов работы турагента [10].

Для информирования потребителей обычно используются каталоги, проспекты, брошюры, информационные листы, в которых содержатся подробные сведения о содержании

и качестве пакета услуг, ценах и т. д. Эти материалы должны быть предоставлены каждому клиенту, заявившему о своем желании приобрести тот или иной тур. Кроме того, потребитель должен получить дополнительную информацию и консультации о порядке бронирования, оплаты, изменения и аннуляции тура, а также обо всех других вопросах (паспортно-визовом, таможенном и валютном регулировании, природно-климатических достопримечательностях, медицинской помощи, страховании и т. д.), связанных с туристской поездкой.

Наличие информационного материала, его знание персоналом туристского предприятия и свободное представление по запросу туриста является безусловным требованием создания туристского продукта и его успешной реализации на рынке.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

В туризме большое значение отводится мероприятиям по продвижению продукта к потребителю. Согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», продвижение туристского продукта – это комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта: реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов. Иными словами, продвижение турпродукта предполагает проведение различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта до потенциальных потребителей и стимулирование возникновения у них желания его купить.

ООО «Мой Тур ВЛ» использует различные технологии продвижения и стимулирования продаж своего туристского продукта. Некоторые из них включают:

1) рекламные кампании: турагентство активно инвестирует в рекламу своих продуктов и услуг. Они используют различные медиа-каналы, такие как телевидение, радио, прямая реклама (разосланные по электронной почте рекламные письма), наружная реклама (билборд, банеры на транспорте, брендмауэр), интернет и социальные сети (телеграмм-канал, WhatsApp, ВКонтакте), чтобы достичь своей целевой аудитории (приложение А);

2) партнерские программы: турфирма сотрудничает с различными авиакомпаниями, гостиницами, транспортными компаниями и другими туристическими организациями. Это позволяет им предлагать клиентам комплексные пакеты услуг по выгодной цене;

3) программа лояльности: ООО «Мой Тур ВЛ» предлагает своим клиентам программу лояльности, которая предоставляет бонусы и скидки при повторном обращении. Это мотивирует клиентов возвращаться к услугам компании;

4) акции и специальные предложения: турагентство регулярно проводит акции и специальные предложения, чтобы привлечь новых клиентов и удержать старых. Например, они могут предложить бесплатную ночь проживания в отеле или скидку на определенный вид тура;

5) удобство бронирования: турцентр предоставляет удобную систему онлайн-бронирования, которая позволяет клиентам быстро и легко выбрать и забронировать тур. Это делает процесс покупки проще и удобнее для клиентов.

Основными этапами работы по продвижению турпродукта являются:

- планирование продвижения турпродукта на рынке;
- выбор каналов продвижения (коммуникативных каналов) и рекламных носителей;
- составление рекламных обращений;
- выполнение и оценка эффективности продвижения (коммуникаций), в т.ч. рекламы.

Планирование продвижения турпродукта на рынке включает:

- исследование рынка;
- очерчивание целей;
- формирование и распределение бюджета.

Стимулирование продаж в туризме – это целый комплекс мер, которые помогают довести информацию о туристическом продукте до потенциального потребителя. Методы продаж в туризме направлены на создание у целевой аудитории положительного образа туристического продукта и компании, которая его предлагает.

Использование технологии продвижения турпродукта на рынок и адаптация ее компонентов с учетом особенностей фирмы, турпродукта и потребителей, в значительной степени улучшила положение многих туристских фирм. Сегодня существует множество различных способов продвижения турпродукта и продолжается разработка новых, позволяющих получить конкурентное преимущество, что особенно важно в сфере сервиса и туризма, где уровень конкуренции достаточно высок [11].

В процессе продвижения товаров и услуг используются различные способы (инструменты, методы, пути) продвижения. Основными из них являются реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, персональные продажи. Выбор инструментов продвижения продукции фирма выбирает самостоятельно, исходя из собственных возможностей, потребностей и целей.

4 Система обеспечения безопасности

Федеральный закон о безопасности определяет безопасность как состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз.

Безопасность – состояние защищенности от возможного населения ущерба, способность к сдерживанию или планированию опасных воздействий, а также к быстрой компенсации нанесенного ущерба. На основе анализа о безопасности можно прийти к выводу, что безопасность туризма наряду с государственной, экономической, общественной, оборонной, информационной, экологической безопасностью, охраной здоровья населения, прогнозирования, предотвращения ситуаций и преодоления их последствий, обеспечения стабильности и правопорядка может являться одним из видов безопасности.

Безопасность туризма – понятие комплексное и многогранное.

Цели системы безопасности туризма:

– создание и поддержание на основе соблюдения баланса интересов системы туризма, ее подсистем, элементов и иных объектов безопасности в сфере туризма необходимого уровня защищенности от внутренних и внешних угроз безопасности;

– обеспечение надежного существования и возможности прогрессивного развития системы туризма, ее подсистем и иных элементов, иных объектов безопасности в сфере туризма в условиях неопределенности [12].

Основные принципы системы безопасности туризма: законность, взаимная ответственность подсистем и иных элементов системы туризма по обеспечению безопасности системы туризма, культура безопасности туризма, системность, комплексность, гибкость, мобильность и повсеместность, надежность, непрерывность и необходимая достаточность, техническая оснащенность, компетентность и профессионализм, взаимодействие с правоохранительными органами и службами по чрезвычайным ситуациям, изучение и внедрение положительного опыта обеспечения безопасности, интеграция с международными системами безопасности туризма.

Предприятие «Мой Тур ВЛ» знакомит туристов с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению, дает необходимую информацию для туристов в целях охраны их жизни и здоровья. Обеспечение безопасности туристов является главным в компании «Мой Тур ВЛ».

5 Технология формирования профессиональных компетенций

ПМ 5. 1 Предоставление туроператорских услуг

ПК 5.1.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке

Методическое обеспечение воплощается в виде подготовки специальной технологической документации, которая призвана полностью описать сам тур, процессы его производства и услуги, предоставляемые туристам. Это необходимо для четкой, оперативной и гибкой работы сотрудников фирмы, а также для возможности постоянного контроля за содержанием тура, его выполнением и для работы над его совершенствованием.

В набор технологической документации для каждого тура обязательно включаются:

- технологическая карта туристского путешествия по маршруту;
- график загрузки туристского предприятия группами туристов неопределенное время;
- информационный листок к путевке туристского путешествия;
- бланки путевок типовой формы ТУР-1 «Туристская путевка» (утвержденной Минфином России);
- лист бронирования;
- бланки договоров с клиентами турагентами (в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»);
- договора с партнерами – поставщиками услуг (гостиницами, транспортными компаниями, экскурсионными бюро и т. д.);
- калькуляция или расчет стоимости тура;
- описание маршрута;
- график движения по маршруту;
- карта-схема маршрута;
- текст путевой информации (для автобусных туров);
- описание технологических особенностей тура (памятка о сроках подачи заявок, заказов на транспорт, билеты, акокурсии и на бронирование в гостиничных предприятиях, предприятиях питания; бланки заявок; графики движения транспорта по маршруту: возможные пересадки, ожидания и пр.);
- тексты памяток для туристов (в особых случаях, например для заграничных поездок в карантинные страны, для специализированных спортивных или приключенческих туров по снаряжению т. д.);
- справочные материалы по маршруту;
- варианты рекламных проспектов и буклетов;
- прайс-листы (каталоги).

В перечень дополнительной информации входят сведения, зависящие от специфики тура:

- информация о возрастных ограничениях, приеме родителей детьми, семейных, пар;
- специальная информация для туристских путешествий походом;
- прочая информация и рекомендации, вытекающие из особенностей и специфики конкретного тура или направления.

ПК 5.1.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта

Для проведения маркетинговых исследований рынка туристских услуг и формирования востребованного туристского продукта, следует выполнить следующие шаги:

1) определить целевую аудиторию (определить основные группы потенциальных клиентов, которые могут быть заинтересованы в туристическом продукте);

2) сбор данных (провести исследование рынка, собирая данные о предпочтениях, потребностях и поведении потенциальных клиентов, для этого можно использовать различные методы, такие как анкетирование, проведение опросов или анализ баз данных);

3) изучение конкурентов (проанализировать существующих конкурентов на рынке туристических услуг, изучить их предложение, цены, маркетинговые стратегии и успехи, чтобы выявить их сильные и слабые стороны);

4) определение уникального предложения (на основе проведенного исследования определить потребности и предпочтения целевой аудитории и создать уникальное предложение туристического продукта, которое будет отличаться от конкурентов и привлекать клиентов);

5) тестирование продукта (перед запуском нового туристического продукта провести его тестирование на малой аудитории, собрать обратную связь и определить, насколько успешно туристический продукт удовлетворяет потребности клиентов);

6) маркетинговая стратегия и продвижение (на основе полученных результатов разработать маркетинговую стратегию для продвижения туристического продукта, включить в нее такие инструменты, как реклама, промо-акции, использование социальных сетей и другие каналы коммуникации);

7) анализ результатов (регулярно мониторить и анализировать результаты продаж и отзывы клиентов о туристическом продукте, исходя из полученных данных, вносить необходимые корректировки в продукт или маркетинговую стратегию);

8) дальнейшее развитие (регулярно осуществлять мониторинг рынка и потребностей клиентов, чтобы адаптировать туристический продукт к изменениям в индустрии).

Инновационные идеи и пожелания клиентов следует использовать для развития новых продуктов и улучшения существующих).

ПК 5.1.3 Формировать туристский продукт

Формирование туристского продукта – это деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и др.).

При формировании туристского продукта туроператор осуществляет поиск следующих контрагентов:

- организаций гостиничной сферы и иных организаций, оказывающих услуги по размещению и проживанию туристов;
- организаций-перевозчиков, других организаций, оказывающих услуги по транспортному обслуживанию, в частности организаторов чартерных программ, а также обладателей прав на такие услуги;
- организаций общественного питания и прочих организаций, оказывающих услуги по питанию туристов, а также обладателей прав на такие услуги;
- экскурсионных бюро и иных организаций, оказывающих услуги по экскурсионному обслуживанию (в частности, организаторов круизов, сафари и т.п.), а также обладателей прав на такие услуги;
- медицинских учреждений и организаций, санаториев, профилакториев и других организаций, оказывающих услуги по медицинскому обслуживанию, а также обладателей прав на такие услуги;
- организаций культуры, спорта и иных организаций, оказывающих услуги культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера, и иных организаций, оказывающих такие услуги, а также обладателей прав на такие услуги;
- страховых организаций, оказывающих услуги по страхованию туристов во время турпоездки, в том числе по страхованию туристов от несчастных случаев и медицинскому страхованию;
- организаций или физических лиц, оказывающих услуги гидов-переводчиков, сопровождающих;
- организаций, оказывающих иные услуги, используемые при формировании туристского продукта;
- туроператоров по приему туристов, обеспечивающих предоставление всех видов услуг, входящих в тур.

Туроператор приобретает право на услуги, входящие в тур, на основании договоров с лицами, предоставляющими отдельные услуги, или с туроператором по приему туристов, обеспечивающим предоставление всех видов услуг, входящих в тур.

При разработке определяются:

- маршрут путешествия;
- перечень и наименование предприятия, предоставляемого услуги;
- продолжительности предоставления услуги;
- состав экскурсий и достопримечательных объектов;
- перечень тур прогулок, походов;
- комплекс досуговых мероприятий;
- продолжительность пребывания в каждой точке маршрута;
- виды транспорта для внутренних перевозок (внутримаршрутные переезды);
- количество туристов, принимающих участие в путешествии;
- потребность в гидах, экскурсоводах;
- количество транспортных средств;
- порядок подготовки рекламных и информационных материалов для информационных листов и их количества.

ПК 5.1.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта

Для расчета стоимости туристского продукта необходимо учесть несколько факторов:

- 1) Транспортные расходы (стоимость авиабилетов, железнодорожных или автобусных билетов, трансферы и перевозки на месте);
- 2) Проживание (расходы на отель, гостиницу, апартаменты или другое жилье во время поездки);
- 3) Питание (стоимость питания и напитков в ресторанах, кафе или других заведениях);
- 4) Экскурсии и развлечения (стоимость посещения достопримечательностей, музеев, театров, парков развлечений и других мероприятий);
- 5) Сувениры и покупки (расходы на покупку сувениров, одежды, товаров и других предметов);
- 6) Другие расходы (страховка, визовые сборы, медицинские расходы и прочие дополнительные расходы).

Кроме того, стоит учесть факторы, которые могут повлиять на стоимость туристского продукта, такие как сезонность (цены могут отличаться в зависимости от времени года), длительность поездки, количество путешественников и условия проживания (звездность отеля, тип номера).

Итоговая стоимость туристского продукта может быть рассчитана путем сложения всех вышеуказанных расходов.

Продажная цена включает, кроме полной себестоимости, косвенные налоги и прибыль. Норма прибыли для туристских организаций составляет 20%, ее величина корректируется с учетом спроса, предложений и уровнем конкуренции на рынке туристских услуг.

ПМ 5.2 Управление функциональным подразделением организации

ПК 5.2.1 Планировать деятельность подразделения

Планирование деятельности подразделения – это процесс определения целей, задач и ресурсов для достижения этих целей. Это важная функция управления, которая позволяет оптимизировать использование ресурсов и достичь желаемых результатов.

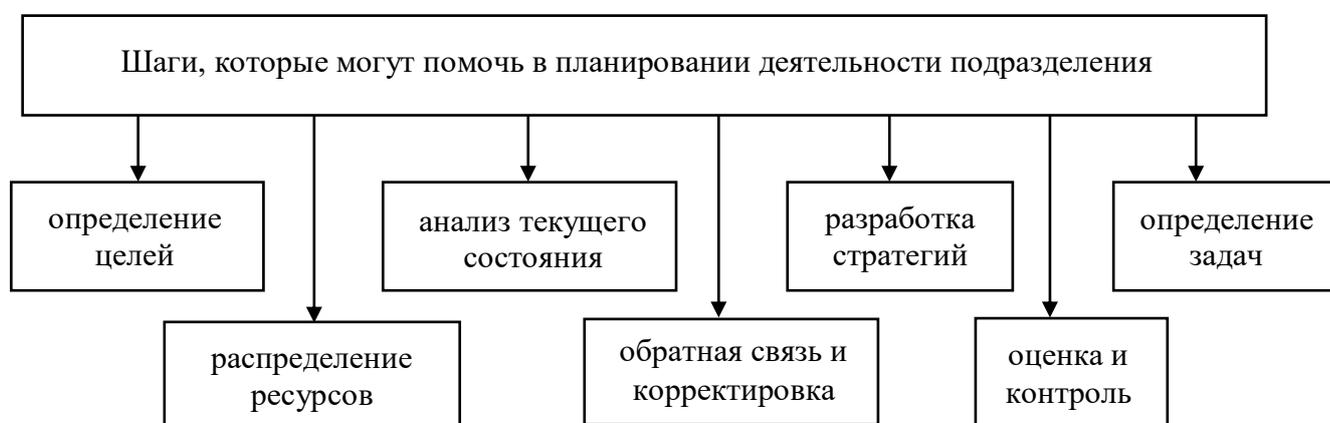


Рисунок 2 – Шаги, которые могут помочь в планировании деятельности подразделения

Вот несколько шагов, которые могут помочь в планировании деятельности подразделения:

а) определение целей (Четко определить, какие цели должно достичь подразделение. Цели должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными по времени);

б) анализ текущего состояния (Нужно изучить текущую ситуацию подразделения, включая сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Можно использовать методы SWOT-анализа или другие аналитические инструменты для оценки внутренней и внешней среды);

в) разработка стратегий (На основе анализа ситуации разработать стратегический план для подразделения. Нужно определить основные стратегические направления, такие как развитие новых продуктов или услуг, увеличение рыночной доли или улучшение качества обслуживания);

г) определение задач (Возможно разделить стратегические цели на более конкретные задачи и проекты. Можно определить, какие ресурсы потребуются для их выполнения, такие как бюджет, персонал, оборудование или информационные системы);

д) распределение ресурсов (Нужно определить, какие ресурсы нужны для выполнения задач и разработайте план их распределения. Установить приоритеты и распределите ресурсы таким образом, чтобы достичь поставленных целей);

е) оценка и контроль (Возможно разработать систему оценки и контроля выполнения задач. Это позволит отслеживать прогресс и вносить корректировки, если необходимо. Установить ключевые показатели производительности (KPI) и регулярно анализируйте их);

ж) обратная связь и корректировка (Нужно проводить регулярные совещания и обсуждения с сотрудниками подразделения, чтобы обсудить прогресс и предложить рекомендации по улучшению. Вносить корректировки в планы, если требуется).

Важно помнить, что планы могут меняться в зависимости от изменений в бизнес-среде или новых приоритетов. Гибкость и адаптивность в планировании являются ключевыми факторами успеха.

ПК 5.2.2 Организовывать и контролировать деятельность подчиненных

Организация и контроль деятельности подчиненных – это процессы, которые позволяют руководителю эффективно управлять своей командой и достигать поставленных целей.

Вот некоторые основные шаги и методы организации и контроля деятельности подчиненных:

1) постановка целей и задач (руководитель должен четко определить цели, которые необходимо достичь, и распределить задачи между подчиненными);

2) распределение ролей и ответственности (руководитель должен четко определить роли и ответственность каждого члена команды, чтобы все знали, что от них ожидается);

3) установление сроков (руководитель должен определить необходимые сроки выполнения заданий и оповестить подчиненных о том, когда они должны быть закончены);

4) делегирование полномочий (руководитель должен делегировать определенные полномочия своим подчиненным, чтобы они могли самостоятельно выполнять свои задачи);

5) мониторинг прогресса (руководитель должен регулярно контролировать прогресс выполнения задач и следить за достижением поставленных целей);

6) обратная связь (руководитель должен предоставлять подчиненным обратную связь относительно их работы, чтобы они могли узнать о своих сильных и слабых сторонах и вносить коррективы при необходимости);

7) мотивация (руководитель должен проводить мероприятия по мотивации сотрудников для поддержания их высокой производительности и участия в деятельности);

8) развитие и обучение (руководитель должен предоставлять возможности для развития и обучения своих подчиненных, чтобы они могли повысить свою компетентность и эффективность в работе).

Эти шаги и методы помогут руководителю эффективно организовывать и контролировать деятельность своей команды, создавая условия для достижения успеха и роста.

ПК 5.2.3 Оформлять отчетно-планирующую документацию

Оформление отчетно-планирующей документации является важным этапом в работе любой организации или проекта. Эти документы позволяют администрации или руководителям получить информацию о выполнении предыдущих планов и разработать новые стратегии и планы на будущее.

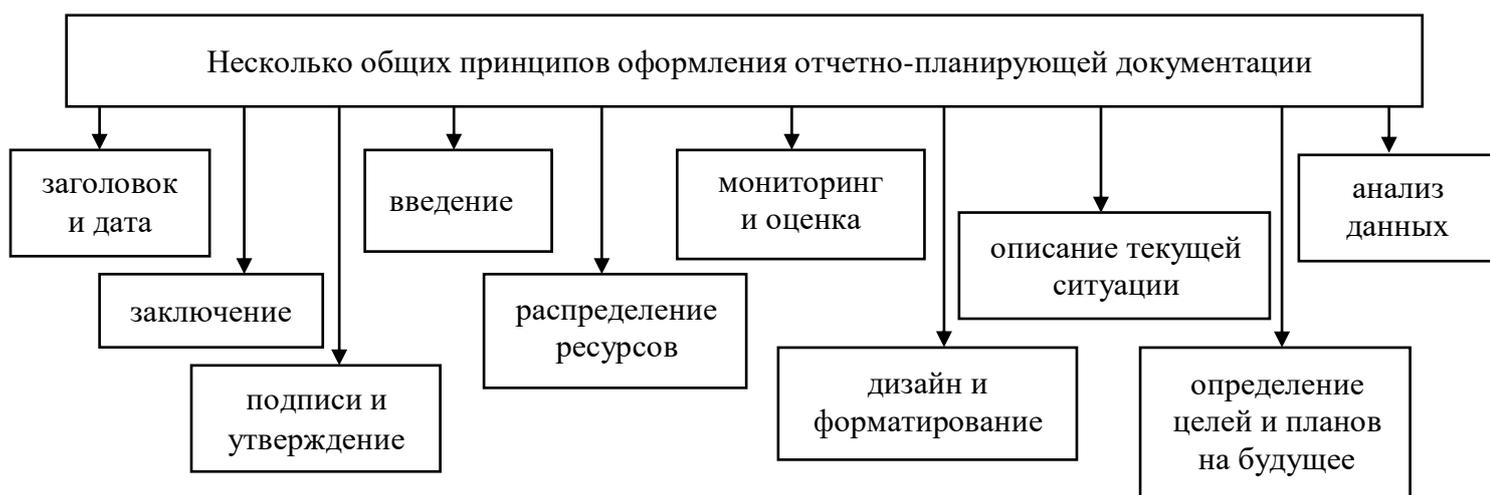


Рисунок 3 – Несколько общих принципов оформления отчетно-планирующей документации

Вот некоторые общие принципы оформления отчетно-планирующей документации:

а) заголовок и дата (В верхней части каждого документа должен быть указан заголовок, который четко описывает его содержание, а также дата создания или последнего обновления документа);

б) введение (Введение должно содержать информацию о целях и задачах документа, а также о контексте, в котором он разрабатывается. Введение должно быть кратким, но информативным);

в) описание текущей ситуации (В данной части документации следует описать текущую ситуацию в организации или проекте. Включите информацию о достижениях, проблемах и вызовах, с которыми сталкивается ваша организация или проект);

г) анализ данных (Собрать и проанализировать данные, которые относятся к выполнению предыдущих планов. Это могут быть данные о финансовых показателях, достигнутых целях, качестве продукции или услуг, уровне удовлетворенности клиентов и других сопутствующих показателях);

д) определение целей и планов на будущее (Определить цели и задачи, которые нужно достичь в следующем периоде. Указать конкретные меры или стратегии, которые позволят достигнуть этих целей, а также кто будет отвечать за их реализацию);

е) распределение ресурсов (Важной частью отчетно-планирующей документации является распределение ресурсов. Нужно указать, какие ресурсы (люди, финансы, материалы) потребуются для реализации плана, а также как они будут использоваться и контролироваться);

ж) мониторинг и оценка (Указать методы мониторинга и оценки выполнения плана. Определить показатели эффективности, которые будут использоваться для оценки достижения целей. Указать также периодичность отчетности);

к) заключение (Заключение должно содержать краткое резюме основных пунктов документации, а также указывать на дальнейшие шаги и рекомендации);

л) подписи и утверждение (Документ должен содержать места для подписи и утверждения со стороны соответствующих лиц. Это гарантирует официальность и ответственность за реализацию планов);

м) дизайн и форматирование (Документы должны быть оформлены в удобочитаемом формате с ясными заголовками, нумерацией страниц и четкой структурой. Использовать шрифты и цвета, которые соответствуют корпоративному стилю организации).

Оформление отчетно-планирующей документации должно быть профессиональным и аккуратным. Важно следовать установленным правилам и использовать ясные и легко читаемые форматы, чтобы обеспечить понимание и прозрачность информации.

6 Индивидуальное задание

Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности

Управленческие команды – это группы людей, которые работают вместе для достижения общих целей и задач. Организация управленческих команд включает в себя процессы формирования, развития и управления командами, а также обеспечение их эффективной работы.

1) Формирование команды:

- определение целей и задач команды;
- подбор подходящих кандидатов и их объединение в команду;
- распределение ролей и ответственностей в команде;
- установление ясных коммуникационных каналов и правил взаимодействия.

2) Развитие команды:

- обеспечение обучения и развития команды;
- повышение уровня взаимодействия и сотрудничества между членами команды;
- повышение мотивации и эффективности работы команды.

3) Управление командой:

- установление целей и метрик эффективности;
- мониторинг и оценка работы команды;
- предоставление поддержки и ресурсов для достижения целей;
- разрешение конфликтов и проблем в команде.

Организация управленческих команд требует от руководителей умения развивать и мотивировать команду, создавать условия для эффективной работы и достижения общих результатов.

Саморегуляция эмоциональных состояний играет важную роль в управленческой деятельности, поскольку помогает руководителям эффективно управлять своими эмоциями и реагировать на различные ситуации в профессиональной среде.

Вот несколько способов, как это можно осуществить:

а) осознание своих эмоций (Руководитель должен научиться осознавать свои эмоции и их влияние на свое поведение. Это позволяет избежать реакций, основанных на эмоциях, и принимать взвешенные решения.);

б) управление стрессом (Управленческая деятельность часто связана со стрессом. Важно научиться эффективно управлять стрессом, используя методы релаксации, медитации, физической активности.);

в) контроль негативных эмоций (Саморегуляция позволяет управлять негативными эмоциями, такими как гнев, разочарование или раздражение, чтобы они не мешали в принятии решений и взаимодействии с коллегами.);

г) повышение уровня самосознания (Развитие самосознания поможет руководителю понять свои сильные и слабые стороны, что, в свою очередь, позволит более эффективно контролировать свои эмоции и поведение.);

д) развитие эмпатии (Способность понимать и сопереживать эмоциональное состояние других людей помогает лучше управлять командой, общаться с коллегами и принимать более гуманные решения).

Саморегуляция эмоциональных состояний требует практики и усилий, но она может значительно повысить качество управленческой деятельности и отношений с коллегами.

Я как практикантка в агентстве по туризму предпринимала следующие действия для саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности:

– постановка целей (определение конкретных, измеримых, достижимых, релевантных и ограниченных во времени целей помогает сосредоточиться на конкретных задачах и избежать чрезмерной эмоциональной нагрузки);

– планирование времени (создание детального плана работы позволяет сконцентрировать усилия на конкретных задачах, уменьшая стресс и улучшая продуктивность);

– управление временем (использование методов эффективного управления временем, таких как метод «помидора» или техника блокирования времени, позволяет уменьшить отвлекающие факторы и улучшить концентрацию);

– поощрение самоуправления (позволение себе периодически делать паузы и проводить отдых или занятия физической активностью помогает снизить уровень стресса и восстановить эмоциональное равновесие);

– установка границ (определение личных и профессиональных границ и придерживание их помогает избежать перегрузки задачами и сохранить психологическое благополучие);

– здоровый образ жизни (поддержание здорового образа жизни, включая регулярные физические упражнения, здоровое питание, нормальный сон и отказ от вредных привычек, помогает управлять стрессом и поддерживать эмоциональное равновесие);

– поддержка социального круга (поддержка социальной сети, включая друзей, семью или коллег, помогает в управлении эмоциональными состояниями и предоставляет возможность выразить свои эмоции и получать поддержку);

– развитие навыков коммуникации (улучшение навыков коммуникации позволяет эффективнее общаться с коллегами, решать конфликтные ситуации и улучшить работу в команде, что может уменьшить стресс и улучшить эмоциональное состояние);

– практика позитивного мышления (развитие позитивного мировоззрения и практика благодарности помогают взглянуть на ситуации с позитивной стороны, снизить стресс и поддерживать эмоциональное равновесие в управленческой деятельности).

В целом, моя цель как практиканта – активно участвовать в жизни и работе команды, развиваться в области управления командами и предлагать свои идеи и решения для улучшения процессов и результатов работы команды в турфирме, в достижении эмоционального равновесия, уменьшении стресса и повышении продуктивности работы.

Заключение

В процессе прохождения практики были закреплены знания, полученные на лекционных и практических занятиях, приобретены практические навыки. Для прохождения производственной практики было выбрано предприятие «Мой Тур ВЛ».

Туроператор, работающий на туристском рынке около 20 лет, давно уже зарекомендовало себя как высококвалифицированный и профессиональный туроператор. Он был признан лучшим туроператором по направлению Турция (2009 г.), удостоен премии «Лидеры туристической индустрии» и рядом других наград. Ежегодно компания «Анекс Тур» становится обладателем наград Министерств и ведомств туризма различных стран, с которыми работает.

Сотрудники туроператора решают весь комплекс задач, связанных с организацией путешествия, знают, как сделать отдых незабываемым, используются передовые туристские технологии. Покупателям предоставляют информацию об имеющихся в продаже турпродуктах, об их ассортименте. Принимают заявки на бронирование, получают оплату, принимают ОГЗП (общий гражданский загранпаспорт) для оформления иностранной визы. Оформление и выдача тур документов (турпутевка, ваучер на размещение, проездные билеты и т.п.).

Основной целью их работы является повышение конкурентоспособности российского туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках, повышение его качества и доступности, обеспечение безопасности туризма в России и за рубежом.

В ходе прохождения практики было выявлено, что в настоящее время компания успешно работает на рынке. Данное предприятие амбициозно и вполне конкурентоспособно, имеет достаточно хорошую финансовую стабильность и способно выполнить свою работу в наилучшей форме для любого клиента.

Персонал является важнейшей составной частью услуг, предоставляемых туристам во время их продажи и исполнения. Культура предприятия ANEX Tour складывается из множества норм, правил и ценностей, которыми сотрудники руководствуются в своей деятельности. Культура охватывает существующую на предприятии систему отношений между людьми, распределение власти, стиль управления, кадровые вопросы, определение перспектив развития.

Продвижение туристского продукта - комплекс мер, направленных на его реализацию, включающий рекламу, участие в специализированных выставках, организацию информационных центров, издание каталогов, буклетов и т. д.

ANEX Tour выпускает буклеты, связанные с их собственными проектами, для большего привлечения туристов к данным услугам.

Развитие туристской деятельности на предприятии напрямую зависит от обеспечения безопасности туристов, от уровня защиты их жизни, здоровья, имущества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция). [Сайт]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/ (дата обращения: 15.03.2025).
- 2 ANEX Tour. Официальный сайт. – URL: <https://www.anextour.com> (дата обращения: 15.03.2025).
- 3 Анекс Тур – история создания компании и путь ее развития [Сайт]. – URL: <https://primamedia.ru/news/05.09.2018/aneks-tur-istoriya-populyarnogo-turoperatora.html> (дата обращения: 16.03.2025).
- 4 Учредительные документы юридического лица [Сайт]. – URL: <https://dokia.ru/blog/articles/sostav-uchreditelnyh-dokumentov-ooo/> (дата обращения: 16.03.2025).
- 5 Как выбрать организационно-правовую форму предприятия [Сайт]. – URL: <https://astral.ru> (дата обращения: 16.03.2025).
- 6 ООО МОЙ ТУР ВЛ [Сайт]. – URL: <https://spark-interfax.ru> (дата обращения: 20.03.2025).
- 7 Профессия «менеджер по туризму» [Сайт]. – URL: <https://galaxycollege.ru/press-center/article/professiya-menedzher-po-turizmu/> (дата обращения: 22.03.2025).
- 8 Сравнительный характеристика проведенных анализов [Сайт]. – URL: <https://studfile.net/preview/2619923/page:9/> (дата обращения: 25.03.2025).
- 9 Анализ деятельности туроператора «Анекс Тур» [Сайт]. – URL: <https://scienceforum.ru/2021/article/2018024004> (дата обращения: 25.03.2025).
- 10 САМО-тур – программа для автоматизации турагента [Сайт]. – URL: <https://samo.ru/tour> (дата обращения: 30.03.2025).
- 11 Технология предоставления таймшерных услуг [Сайт]. – URL: <https://studfile.net/preview/4241683/page:8/> (дата обращения: 03.04.2025).
- 12 Понятие системы безопасности в сфере туризма, ее цели, принципы и основные функции [Сайт]. – URL: <https://studfile.net/preview/8960008/page:3/> (дата обращения: 05.04.2025).
- 13 ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ. Дата введения 2011-07-0. [Сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200083215> (дата обращения: 10.04.2025).

Приложение А

Реклама тура турагенства ООО «Мой Тур ВЛ

anex | ♥

ПХУКЕТ

из Владивостока
на 12 ночей

19.03 от
64 001 руб/чел.

* цена без учёта топливных надбавок

Рисунок А.1 – Рекламный пост в Пхукет



ПАТТАЙЯ
из Владивостока
на 10 ночей



20.03 от

73 571 руб/чел.

** цена без учёта топливных надбавок*

Рисунок А.2 – Рекламный пост в Паттайю

Индивидуальное задание по производственной практике

Студент(ка) Орехова Маргарита Сергеевна _____

ФИО

обучающийся(ая) на 3 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную практику в объеме 180 часов с «13» марта 2025 г. по «16» апреля 2025 г.
в организации ООО «Мой Тур ВЛ», Приморский край, г. Владивосток, ул. Русская, д. 9Б _____

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период производственной практики

<i>№ п/п</i>	<i>Вид работ</i>	<i>Кол-во часов</i>
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	1
2	Осуществление маркетинговых исследований.	7
3	Проведение анализа деятельности других туркомпаний.	8
4	Распространение рекламных материалов и сбор информации.	8
5	Ведение документооборота с использованием информационных технологий.	8
6	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.	8
7	Составление турпакета с использованием иностранного языка.	8
8	Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранных граждан.	8
9	Оформление страховых полисов.	8
10	Работа с заявками на бронирование турпродукта. Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.	8
11	Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран.	8
12	Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами. Консультирование партнеров по турпродуктам.	8
13	Предоставление информации турагентам по рекламным турам. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	8
14	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг. Контроль наличия туристов.	8
15	Построение управленческой деятельности. Организация работы функциональных служб.	8
16	Принятие управленческого решения. Управление персоналом функциональных служб.	8
17	Организация управленческих команд. Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности.	8
18	Управление групповыми явлениями и процессами. Разработка должностных инструкций.	8
19	Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности. Применение методов оценки исполнительской деятельности на практике.	8
20	Ведение деловой документации. Работать и организовывать работу с офисной техникой.	8

21	Оформление и проверка правильности оформления документации в соответствии с установленными требованиями, в том числе с использованием информационных технологий. Осуществление хранения и поиска документов.	8
22	Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте. Осуществление автоматизированной обработки документов.	8
23	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	12

Дата выдачи задания «13» марта 2025 г.

Срок сдачи отчета по практике «16» апреля 2025 г.

Подпись руководителя практики

 Ермолович Л.О., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Орехова Маргарита Сергеевна _____,

ФИО

обучающийся(ая) на 3 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную практику в объеме 180 часов в с «13» марта 2025 г. по «16» апреля 2025 г. в организации ООО «Мой Тур ВЛ», Приморский край, г. Владивосток, ул. Русская, 9Б _____

наименование организации, юридический адрес

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 туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Ведение документооборота с использованием информационных технологий. Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранных граждан.	<i>Отлично</i>
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний. Распространение рекламных материалов и сбор информации. Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран.	<i>Хорошо</i>
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Составление турпакета с использованием иностранного языка. Работа с заявками на бронирование турпродукта. Консультирование партнеров по турпродуктам. Предоставление информации турагентам по рекламным турам.	<i>Отлично</i>

	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Оформление страховых полисов. Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта. Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	Отлично
Итоговая оценка по ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг			Отлично
Управление функциональным подразделением организации	ПК 4.1 Планировать деятельность подразделения	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг. Построение управленческой деятельности. Организация работы функциональных служб. Управление групповыми явлениями и процессами. Разработка должностных инструкций.	Отлично
	ПК 4.2 Организовывать и контролировать деятельность подчиненных	Контроль наличия туристов. Принятие управленческого решения. Управление персоналом функциональных служб. Организация управленческих команд. Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности. Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности. Применение методов оценки исполнительской деятельности на практике.	Отлично

	ПК 4.3 Оформлять отчетно-планирующую документацию	Ведение деловой документации. Ведение деловой документации. Работать и организовывать работу с офисной техникой. Оформление и проверка правильности оформления документации в соответствии с установленными требованиями, в том числе использованием информационных технологий. Осуществление хранения и поиска документов. Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте. Осуществление автоматизированной обработки документов.	Отлично
Итоговая оценка по ПМ. 04 Управление функциональным подразделением организации			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 16 апреля 2025 г.

Оценка за практику Отлично

Руководитель практики от предприятия



Мерещков В.И.
Ф.И.О.

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики

Студент Орехова Маргарита Сергеевна _____
Фамилия Имя Отчество

Специальность/профессия 43.02.10 Туризм
 Группа СО-ТУ-22-2

Место прохождения практики ООО «Мой Тур ВЛ» _____

Сроки прохождения с «13.03.2025» по «16.04.2025»

Инструктаж на рабочем месте «13» марта 2025 г
дата

Людмила Сергеевна В.И.
подпись Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
13.03	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности. Осуществление маркетинговых исследований.	5	<i>Людмила</i>
14.03	Проведение анализа деятельности других туркомпаний.	5	<i>Людмила</i>
15.03	Распространение рекламных материалов и сбор информации.	5	<i>Людмила</i>
17.03	Ведение документооборота с использованием информационных технологий.	5	<i>Людмила</i>
18.03	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.	5	<i>Людмила</i>
19.03	Составление турпакета с использованием иностранного языка.	5	<i>Людмила</i>
20.03	Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранных граждан.	5	<i>Людмила</i>
21.03	Оформление страховых полисов.	5	<i>Людмила</i>
22.03	Работа с заявками на бронирование турпродукта. Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.	5	<i>Людмила</i>
24.03	Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран.	5	<i>Людмила</i>
25.03	Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами. Консультирование партнеров по турпродуктам.	5	<i>Людмила</i>
26.03	Предоставление информации турагентам по рекламным турам. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	5	<i>Людмила</i>
27.03	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг. Контроль наличия туристов.	5	<i>Людмила</i>
28.03	Построение управленческой деятельности. Организация работы функциональных служб.	5	<i>Людмила</i>
29.03-31.04	Принятие управленческого решения. Управление персоналом функциональных служб.	5	<i>Людмила</i>

01.04-03.04	Организация управленческих команд. Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности.	5	<i>Зачет</i>
05.04	Управление групповыми явлениями и процессами. Разработка должностных инструкций.	5	<i>Зачет</i>
07.04-08.04	Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности. Применение методов оценки исполнительской деятельности на практике.	5	<i>Зачет</i>
10.04	Ведение деловой документации. Работать и организовывать работу с офисной техникой.	5	<i>Зачет</i>
11.04	Оформление и проверка правильности оформления документации в соответствии с установленными требованиями, в том числе с использованием информационных технологий. Осуществление хранения и поиска документов.	5	<i>Зачет</i>
12.04	Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте. Осуществление автоматизированной обработки документов.	5	<i>Зачет</i>
14.04-15.04	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	5	<i>Зачет</i>
16.04	Дифференцированный зачет	5	<i>Зачет</i>

Руководитель



Зачет
подпись

Меркина В.И.
Ф.И.О.

Характеристика деятельности студента
Ореховой Маргариты Сергеевны
группы СО-ТУ-22-2 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 3.1	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Ведение документооборота с использованием информационных технологий	Высокий
ПК 3.2	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний	Высокий
ПК 3.3	Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	Высокий
ПК 3.4	Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	Высокий
ПК 4.1	Планировать деятельность подразделения	Построение управленческой деятельности	Высокий
ПК 4.2	Организовывать и контролировать деятельность подчиненных	Организация управленческих команд	Высокий
ПК 4.3	Оформлять отчетно-планирующую документацию	Осуществлять ведение деловой документации	Высокий

Руководитель практики (от организации) Мерещкова В.И. (фамилия, имя, отчество, рабочий тел.)



Характеристика

Студентка 3 курса специальности «Туризм» проходила производственную практику в туристской фирме «Мой Тур ВЛ» с «13» марта 2025 г. по «16» апреля 2025 г.

В ходе прохождения практики она проявила себя как ответственный и целеустремленный работник, легко находящий общий язык с коллективом. Соблюдала производственный режим и дисциплину работы. К поручениям руководителя практики относилась со всей ответственностью и инициативой, выполняла все поставленные перед ней задачи.

На основе полученного материала практикантка изучила экономические показатели предприятия, определила специализацию, ознакомилась с развитием различных направлений туризма. Оказала помощь сотрудникам в работе на компьютере и заполнении необходимой документации.

За время прохождения практики зарекомендовала себя с положительной стороны. К порученным заданиям относилась добросовестно, умело применяя знания, полученные в колледже.

По результатам практики заслуживает оценку «отлично»

Руководитель практики от организации _____ В.И. Меренкова



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ВВГУ»)

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Орехова Маргарита Сергеевна
Подразделение Академический колледж Группы СО-ТУ-22-2
согласно приказу ректора № 287-а от 04.03.2025 года
направляется в ООО "Мой Тур ВЛ", г. Владивосток
для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 5 недель с 13.03.2025 года по 16.04.2025 года.

Руководитель практики Ермолович Л.О.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО «Мой Тур ВЛ»	13.03.2025	
ООО «Мой Тур ВЛ»	16.04.2025	