



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Владивостокский государственный университет»

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 2023 года

Студент группы С-ТУ-22-1


подпись

Коткова Д.В.

Наименование предприятия: АО «Приморское агентство авиационных компаний»,
г.Владивосток

Руководитель практики от предприятия


подпись

Ибрагимова О.Н

Отчет защищен:

с оценкой Отлично Руководитель практики от ОО  Ткаченко Е.В.

Владивосток 2023

Содержание

Введение	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»	5
1.1 История создания и развития предприятия.....	5
1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»	7
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений	9
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия	11
1.5 Перспективы развития предприятия	12
2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия	15
2.1 Анализ деятельности предприятия.....	15
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	17
2.3 Информационные технологии предприятия АО «ПААК»	19
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.....	21
4 Система обеспечения безопасности АО «Приморское агентство авиационных компаний».....	23
5 Технология формирования профессиональных компетенций.....	24
6 Индивидуальное задание	41
Заключение.....	47
Список использованных источников	49
Приложение А Схема проезда к АО «Приморское агентство авиационных компаний».....	50
Приложение Б Сайт «Билетур».....	51

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 тайн, посещение экзотических мест и, одновременно, земные заботы предпринимательства, вопрос здоровья, личной безопасности и сохранности имущества.

Туризм является одной из ведущих и наиболее развивающихся отраслей экономики и за быстрые темпы он признан экономическим феноменом столетия. Быстрому его развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить свой кругозор, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями той или иной страны.

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.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, активизации внешнеторгового баланса, создания дополнительных рабочих мест и обеспечение занятости населения, оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, производство

товаров народного потребления, т.е. выступает своеобразным стабилизатором социально-экономического развития.

Чтобы преуспеть в туристском бизнесе необходимо хорошее знание международных правовых норм и правил, практики 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.

Целью производственной практики является закрепление знаний, полученных на лекционных и практических занятиях, приобретение практических навыков в области следующих компетенций: предоставление турагентских и туроператорских услуг, а также услуг по сопровождению.

В ходе данных компетенций в период с 22.06.2023 по 28.06.2023 необходимо научиться:

1) Осуществлять контроль наличия туристов и проводить проверку документов необходимых для выхода тургруппы на маршрут;

2) Проводить инструктаж туристам и принимать решения в сложных и экстремальных условиях;

3) Проводить анализ событийных мероприятий предприятия и изучать технологии проведения мероприятий разного типа;

4) Проводить проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут;

5) Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.

В качестве примера для исследования была выбрана туристская фирма АО «Приморское агентство авиационных компаний».

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

1.1 История создания и развития предприятия

Название компании: АО «Приморское Агентство Авиационных Компаний». Место нахождения: Приморский край, г. Владивосток, улица Тигровая 20а. Часы работы: понедельник–суббота 09:00 – 19:00; воскресенье 09:00 – 18:00. Телефон: +7 (423) 240–77–00. (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.

Первым начальником касс агентства Аэрофлота и одновременно кассиром была Синегуб Людмила Петровна, первыми кассирами – Леурда Светлана Семеновна, Дудкина Нина Викторовна и Петрунина Анна Мартыновна. Учитывая первоочередную потребность в расширении, руководство Аэрофлота осенью 1963 года открыло кассы Аэрофлота на Посьетской, 17. 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, авто транспорта). 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 1976 года с помощью арендованных телефонных каналов была установлена связь с Уссурийском, Находкой и аэропортом. Это позволило 35 абонентам связываться с диспетчерами группы комплектования рейсов в ручном режиме. 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 1989 по 1990 год обязанности начальника агентства исполняла Сергиенко Анна Григорьевна.

Начало перестройки. После политических и социальных перемен в нашем обществе начались значительные изменения и в экономической сфере. С появлением новых форм собственности Аэрофлот перестал быть монополистом на отечественном рынке авиаперевозок. С июня 1990 года агентство возглавил Бычков Александр Владимирович. Это был период повального ажиотажа на билеты. Люди занимали очередь с вечера у здания аэрокасс на ул. Посьетской, жгли костры, возле которых проверялись списки очередников.

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 выгодный маршрут и тариф. Продажа авиабилетов в агентстве организована, как на внутренних авиалиниях, так и на международных.

Из Владивостока напрямую ходят рейсы до Ниигаты, Тоямы, Осаки, Шанхая, Сеула, Пусана, Харбина, причем совершаемые как отечественными, так и зарубежными компаниями. Билет здесь можно купить в любую точку мира: в страны Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока, Европы, Америки и др. Перемены в стране заставили руководство агентства пойти на самостоятельность.

Раньше агентство являлось структурным подразделением Владивосток-Авиа. В июне 1995 года «Приморское агентство авиационных компаний» акционировалось. 6 июня состоялось первое собрание учредителей ОАО «Приморское аэроагентство», 19 июня 1995 года предприятие было зарегистрировано как юридическое лицо, а 1 июля 1995 года стал первым днем самостоятельной работы акционерного общества. С этого момента начался бурный рост компании. В июле 1995 году предприятие вошло в ТКП – транспортно-клиринговую палату, куда входят более 300 авиакомпаний России. В сентябре 1996 года «Приморское аэроагентство» получило статус аккредитованного агентства в Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) со штаб-квартирой в Монреале. Ее состав насчитывает 200 авиакомпаний и 7200 агентств, действующих во многих странах мира. Совместное сотрудничество – гарант четкого взаимодействия агентств, перевозчиков и аэропортов. 9 апреля 1997 года ОАО «Приморское агентство авиационных компаний» получило лицензию на международную туристскую деятельность, а уже через 2 месяца появились первые клиенты: школьники поехали отдыхать в Америку. Причинами открытия туристского департамента явились:

возможность предоставления полного пакета услуг (бронирование авиабилетов и гостиниц в любой точке мира, визовая поддержка, трансферы, экскурсионное обслуживание) как выезжающим за рубеж гражданам, так и иностранным гражданам, прибывающим в РФ; необходимость повышения уровня обслуживания пассажиров. В настоящее время успешно функционируют несколько филиалов туристического департамента в нескольких городах Приморья, в Хабаровске, Москве, Санкт-Петербурге, Биробиджане, на Камчатке и Сахалине.

Аналитики предсказывают «Приморскому агентству авиационных компаний» блестящие перспективы. Эта уверенность основывается на грандиозных успехах, достигнутых за несколько последних лет под руководством генерального директора – Заслуженного Работника Транспорта России – А.В. Бычкова. Одно из перспективных направлений работы Приморского агентства авиационных компаний – туризм.

«Приморское агентство авиационных компаний» является членом следующих организаций: Российского Союза туристической индустрии, членом JATA (Японская туристическая ассоциация). Более чем 50–летний опыт работы «Приморского агентства авиационных компаний» нельзя измерить только коммерческим успехом. Одно из главных достижений этой компании – глубокое уважение, доверие и престиж людей – капитал, которым сегодня обладают очень немногие.

1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»

«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

Организационная структура предприятия – это целостная система, специально разработанная таким образом, чтобы работающие в ее рамках люди могли наиболее эффективно добиться поставленной перед ними цели. Организационная структура отражает взаимоотношения между руководящим составом и рабочим персоналом, дает четкое представление, кто на предприятии отвечает за принятие управленческих решений.

В штате турфирмы «Билетур» работают:

Директор фирмы. К основным обязанностям относятся: организация и обеспечение эффективной работы фирмы; осуществление контроля за качеством обслуживания клиентов обеспечение ведения своевременного представления отчетности по хозяйственно-финансовой деятельности; решение вопросов в пределах предоставленных ему прав.

Заместитель директора. Обязанности заместителя директора включают: осуществление тактического и оперативного планирования работы; распределение обязанностей; проведение текущего контроля над выполнением задач, управление подчиненным персоналом. Замещение функций директора во время его отсутствия. Управление маркетинговыми процессами, рекламной деятельностью, стимулированием сбыта.

Бухгалтерия. Она отвечает за ведение первичного бухгалтерского учета; начисление заработной платы, выплат по гражданским договорам; ведение налогового и управленческого учета; минимизация налоговых выплат. Специалист по бухгалтерскому

учету должен владеть нормативной базы, знать отраслевое законодательство и постоянно повышать квалификацию.

Офис продаж.

К функциям отдела продаж относятся:

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

Менеджеры анализируют мотивацию спроса на реализуемые туристские продукты, организуют изучение потребностей туристов. Ведут переговоры с туроператорами, согласовывают основные условия договоров на предоставление услуг, готовят проекты договоров и обеспечивают их заключение. Схема организационной структуры АО «ПААК» представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Организационная структура предприятия АО «ПААК»

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 следующих 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);

- 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 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

На данный момент на туристическом рынке Приморского края существует более 180 туристских фирм, существенно усилилась борьба за клиентов. Поэтому конкурентное преимущество получают те туристские фирмы, которые эффективнее используют внутренние ресурсы. Ежегодно сотрудники турагентства сами прокладывают маршруты с полной информацией о странах, курортах, отелях и экскурсиях.

«Билетур» прогрессивная компания с каждым годом, у которой увеличивается клиентооборот. За эти годы компания «Билетур» приобрела немало постоянных клиентов и партнеров, многие выбирают именно данную турфирму, прежде всего потому, что её отличает надежность, высокое качество работы и уважение к клиентам. Компания «Билетур» постоянно наблюдает за своими клиентами и старается улучшить свои возможности в обслуживании. Туристы сами, когда им предоставляется возможность, готовы рассказать, что именно в обслуживании их удовлетворяет, а что требует улучшения, что они ожидают от туристической компании. Для этих целей на сайте компании имеется раздел для отзывов и предложений. Очень важно для ориентированных на маркетинг руководителей научиться слушать своих клиентов и поступать так, как они рекомендуют. Много новых идей в улучшении обслуживания и комфорта, если вдуматься, предложено самими туристами. Филиалы компании присутствуют по всей стране:

- Хабаровский край
- Камчатский край
- Сахалинская область
- Красноярский край
- Центральная Россия
- Амурская область
- Еврейская Автономная область
- Приморский край

АО «Приморское агентство авиационных компаний» активно занимается развитием Приморского края. Исследования показывают, что основой развития туризма на территориальном уровне являются два ключевых фактора: туристская инфраструктура, события, привлекающие туристов [1].

В настоящее время в регионе определен ключевой перечень событийных дел, развлекательных мероприятий, проводятся различные мероприятия в области культуры, организуются спортивные мероприятия, в том числе и международного уровня.

В целом, возможность развития внутреннего и въездного туризма в Приморском крае обусловлена следующими факторами

- близостью к странам Азиатско-Тихоокеанского региона полевым потребителям туристских ресурсов в пределах 2–3 часовой доступности: развитием Приморского края как крупного логистического центра внутренних и внешних пассажиропотоков;
- близостью потребителей туристских услуг, проживающих на территории ДФО;
- развитием г. Владивостока как центра деловой активности всего ДФО;
- наличием разнообразного природно-рекреационного потенциала, богатого

Культурно-исторического наследия; сложившихся исторических связей с народами, населяющими страны АТР, обладающих высокой степенью привлекательности для иностранных туристов;

– наличием высших образовательных учреждений и центров профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства.

Важным фактором формирования современного туристско-рекреационного комплекса в Приморском крае является внесение поправки в Федеральный закон 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» (в ред. Федеральных закона от 15.11.2010 №296-ФЗ), касающийся «создания благоприятных условий для развития туризма в субъекте Российской Федерации».

Ускоренное развитие межрегиональных туристских возможностей и повышение качества услуг обеспечиваются территориальной концентрацией приоритетных проектов федерального и регионального характеров, строительством объектов транспортной, образовательной, научной, культурной, гостиничной инфраструктуры к Саммиту АТЭС в соответствии с реализацией краевой целевой программы «Развитие г. Владивостока как центра международного сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе на 2008–2011 годы, принятой Законом Приморского края от 17.03.2008 №226-КЗ.

2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия

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 являющихся старыми и надежными партнерами фирмы.

Контактные аудитории

– общественность, 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 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

Продажа туристского продукта в условиях жесткой конкуренции становится все более сложной задачей. В связи с этим особое значение приобретает совершенствование технологии продаж.

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 удовлетворяются потребности клиентов в любое удобное для них время.

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

Для удобства клиентов офис оснащён картографическим материалом, 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 может 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 менеджеру 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 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.

Важнейшим аспектом технологии продаж является психология взаимодействия с клиентом. Сотрудники фирмы непосредственно участвуют в процессе продажи, умеют красиво представить свои маршруты, а также профессионально владеют техникой общения с клиентом. Менеджеры компании понимают, что выбор клиента во многом зависит не только от полученных сведений, но и от впечатления, которое сумел произвести сам менеджер

Процесс продажи туристского продукта включает:

- а) прием клиента и установление контакта с ним;
- б) установление мотивации выбора турпродукта;
- в) предложение туров;
- г) оформление правоотношений и расчет с клиентом;
- д) информационное обеспечение покупателя.

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 АО «ПААК»

Применение информационных технологий ориентировано в первую очередь на автоматизацию профессионального труда конкретных специалистов. Решается эта задача за счет использования современных технических средств обработки, хранения и передачи информации. Они выбираются исходя из объема и сложности выполняемых на предприятии задач.

Под офисными программами на сегодняшний день понимаются как Excel-таблицы, приспособленные для ввода заявок и проставления отметки об оплате, так и сложные комплексные системы, позволяющие автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы турагентства. Также работа в текстовом редакторе Word.

Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на продвижение туристского продукта (распространение и продажи). Прежде всего это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристского продукта. В последние годы большинство туристских предприятий создают собственные сайты в Интернете, а также используют баннерную рекламу.

В современном мире интернет занимает лидирующее положение практически во всех направлениях, имея официальный сайт, турфирма «Билетур» также развивает свои социальные сети, такие как инстаграм, вконтакте и фейсбук. Объявления также публикуются на торговых площадках.

Преимущества работы турфирмы благодаря информационным технологиям:

- ускорение развития предприятия;
- быстрое продвижение информации в общество;
- удобство в оформлении документов;
- часто благодаря интернету турист уже приходит с готовыми запросами, что облегчает работу менеджера в подборе тура; широкие рекламные возможности, через социальные сети, отзывы, различные сайты.

Бонусные программы:

- Аэрофлот: Аэрофлот Бонус.
- Аэролюкс: Меридиан.
- S7 Airlines.
- bmi: Diamond Club и многие другие.

Таким образом, можно сделать вывод, что туристские предприятия активно используют информационные технологии без их компьютерных систем бронирования, видеосистем, систем взаимодействующих видеотекстов вполне возможно представить ежедневное планирование и управление операциями.

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 [2].

Продвижение продукта может осуществляться в следующих направлениях: рекламная кампания, стимулирование сбыта (продаж), персональные продажи, связи с общественностью. Реклама в сфере туризма более актуальна, чем в каких-либо других отраслях. Это обстоятельство связано с индивидуальными свойствами туристских услуг (неосязаемость, неспособность к хранению, неразрывность производства и потребления).

Маркетинг включает в себя множество самых разнообразных видов деятельности, в маркетинговые исследования, разработку товара, организацию его распространения, установление цен, рекламу. И главной задачей является исследование всех перечисленных видов деятельности, чтобы сделать максимально эффективной работу маркетинга на предприятиях туристического бизнеса [3].

Первая и главная задача маркетинга заключается в том, чтобы понять потребителя. Его желания и потребности обязательно должны быть изучены. По-настоящему эффективно работающие компании, каковой и является «Билетур», должны очень хорошо знать своих клиентов. Это называют «приближением к клиенту». Успешно работающая компания учится у тех, кого она обслуживают. Компания «Билетур» постоянно наблюдает за своими клиентами и старается улучшить свои возможности в обслуживании. У турфирмы есть прекрасный официальный сайт, на котором есть вся нужная информация. Зайдя на него, вы сразу же увидите самые выгодные и интересные предложения. Также присутствуют все способы связи с туристским агентом для уточнения информации.

Следующим важным направлением деятельности в маркетинге является продвижение товаров и услуг на рынок, реклама и сбыт созданных товаров и услуг. 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.

Виды рекламы, которая используется в компании «Билетур»:

- официальный сайт компании <https://www.biletur.ru/>
- реклама на сайте farpost;
- реклама в социальных сетях;
- буклеты по внутреннему и международному туризму;
- каталоги по различным направлениям;
- вывески и указатели;
- визитные карточки компании.

Таким образом, значительная часть пользователей всемирной сети постепенно отказывается от различных источников информации. Есть люди, которые уже много лет не смотрят ТВ и не читают бумажную прессу, а получают все необходимые сведения из интернета, что быстрее, проще и эффективнее.

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

ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов

ПК 2.1 Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.

Руководитель туристской группы предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний» должен представить руководителю образовательной организации:

- маршрутный лист или маршрутную книжку.
- письменное разрешение родителей (законных представителей).
- медицинский допуск на участие детей в походе продолжительностью более трех дней.

На основании этих документов руководитель образовательной организации издает приказ о проведении мероприятия, в котором указывает планируемый маршрут, сроки, состав туристской группы.

Для проведения однодневных туристских прогулок, ближних экскурсий, практических занятий, включенных в утвержденные образовательные программы, оформлять перечисленные документы не нужно.

Маршрутные документы туристской группы – маршрутный лист и маршрутная книжка.

Маршрутный лист – документ для некатегорийных походов, где отсутствуют классифицированные локальные и протяженные препятствия. Он выдается направляющей образовательной организацией. На основании оформленного маршрутного листа учитывается работа педагогов, подтверждается туристский опыт обучающихся.

Для остальных походов используется маршрутная книжка. В ней руководитель по возможности делает отметки на маршруте с указанием населенного пункта и даты прохождения. Маршрутная книжка выдается и заверяется маршрутно-квалификационной комиссией. Члены комиссии – опытные туристы, хорошо знающие районы походов. Они проверяют знание руководителем маршрута и его опасных участков, способов преодоления, вариантов аварийного выхода. По итогам собеседования с руководителем группы члены комиссии дают положительное заключение, высказывают рекомендации, направленные на более тщательную подготовку или, высказываются за запрещение выхода группы на заявленный маршрут.

Перед началом похода руководитель туристской группы собирает с родителей участников письменные разрешения. В этом документе родители должны указать особенности детей, которые нужно учесть.

ПК 2.2 Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках.

Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте.

Каждый турист, по прибытию в начальную точку маршрута, проходит инструктаж с гидом-проводником. Более детально знакомится с ниткой маршрута, мерами безопасности на маршруте, предоставленным снаряжением.

После ознакомления и прослушивания лекции турист обязан сделать запись в «Журнале Инструктажа», что согласен с предлагаемыми условиями проведения маршрута. Все спорные моменты должны решаться до выхода на маршрут.

Нитка маршрута всегда остается неизменной, (запасной вариант используется только при плохих погодных условиях или аварийных ситуациях). На туре гид-проводник является единоначальником. Он имеет право принимать любые решения, направленные на выполнение обязанностей гида-проводника, вплоть до снятия с маршрута туриста, создающего нервную обстановку в группе, злоупотребляющего спиртными напитками или наркотическими средствами в ущерб окружающим. В этом случае компенсация туристу не выплачивается.

Если турист не согласен с меню на маршруте, то дополнительный закуп продуктов производится за его счет. При получении туристского снаряжения, турист обязан сделать его осмотр и соответствующую запись в журнале инструктажа (о получении). Все спорные вопросы решаются на месте до выхода на маршрут. Во время прохождения маршрута турист несет ответственность за полученное снаряжение до сдачи его гиду-проводнику.

В походе какое-то время туристская группа находится в полной изоляции, вдали от жилья. Это состояние группы можно назвать осознанным автономным существованием. В таких условиях залогом безопасности и благополучия туристов являются максимальная информированность о районе похода, высокая физическая, техническая и морально-волевая подготовка. Именно поэтому так важно тщательно готовиться к каждому походу.

Однако даже подготовленная туристская группа может оказаться в ситуации вынужденной автономии при резком изменении природных условий или в результате стихийного бедствия (схода лавины или селя, лесного пожара, урагана, сильного продолжительного дождя и т.п.). При этом группа, как правило, выбивается из графика. Это в свою очередь ведет к увеличению продолжительности похода и, как следствие, в группе образуется нехватка продуктов.

В еще более сложной ситуации оказывается группа при остром заболевании или травме одного из ее членов. В этом случае группа стоит перед выбором: либо остановиться и ждать улучшения состояния пострадавшего, либо транспортировать его в ближайший населенный пункт. В первом случае группа опять-таки выбивается из графика, во втором случае участники группы вынуждены нести пострадавшего порой на длительное расстояние. Для детской группы это очень серьезное испытание.

В ситуации вынужденного автономного существования благополучный исход зависит в первую очередь от правильных действий с первого момента ее возникновения. Анализ многих ситуаций показывает, что очень часто наибольшую опасность для пострадавших представляет не сам свершившийся факт, а последствия первых необдуманных действий.

Поэтому первое, что необходимо сделать в экстремальной ситуации, – успокоиться и объективно оценить сложившееся положение. Первые поступки под воздействием эмоций диктуются инстинктом самосохранения и далеко не всегда являются верными. Важно в момент возникновения аварийной или экстремальной ситуации не терять самообладания, не поддаваться страху, который мешает концентрации внимания, принятию верных решений.

Опасность надо постараться воспринять по частям, определив первоочередные из них и перспективные (которые, возможно, наступят, если...).

Аварийная ситуация обычно возникает внезапно, и ее развитие не всегда можно прогнозировать. Поэтому порядок действий в таких ситуациях зависит от конкретной обстановки.

В случае стихийного бедствия (схода лавины, лесного пожара, наводнения) необходимо немедленно покинуть опасную зону. При этом следует вынести в безопасную зону раненых, постараться забрать без риска для жизни все имеющееся снаряжение, запасы воды и пищи. После этого следует оперативно проанализировать ситуацию, определить ближайшее наиболее безопасное место, наметить путь движения к нему и туда перебазироваться. Всеми работами на месте аварии руководит старший группы.

Только окончательно убедившись, что все люди и снаряжение, запасы пищи и воды находятся в безопасности, приступают к дальнейшим действиям.

Успех выживания в экстремальной ситуации определяется не только способностями и возможностями каждого члена группы в отдельности, но и группы в целом. Однако и жизнедеятельность всей группы зависит от физического и морального состояния каждого члена группы. Поэтому с первых мгновений наступления аварии

необходимо прилагать усилия (а иногда и немалые) для сохранения морально–волевого состояния группы в целом и каждого участника в отдельности.

Непременным условием благополучных действий группы в сложной ситуации является наличие руководителя. При умелом руководстве группа сможет избежать паники, растерянности, неуверенности в своих силах, разобщенности в действиях, проявления эгоизма и иждивенчества. Задача руководителя – не дать возникнуть конфликтам, которые в такой ситуации возможны по самым незначительным поводам.

При определяющей роли руководителя многое зависит и от членов группы. Терпимость к слабости или раздражению окружающих, способность первым пойти на примирение помогут избежать конфликтов, разрушающих единство группы. В экстремальной ситуации, когда нервы у всех на пределе, конфликты могут привести к очень серьезным последствиям.

Как в аварийных, так и в экстремальных ситуациях в условиях природной среды первоочередные действия должны быть направлены на оказание первой медицинской помощи пострадавшим, затем на устранение угрожающего фактора или быстрый уход от него. Параллельно с оказанием медицинской помощи надо приступить к строительству простейшего временного убежища, способного защитить пострадавших от ветра, снега, дождя или палящего солнца. Ведь переохлаждение или чрезмерный перегрев организма могут значительно усложнить ситуацию. Тогда придется вдобавок ко всем имеющимся трудностям заниматься устранением последствий переохлаждения и перегрева (отморожения, общее переохлаждение, тепловые и солнечные удары). В экстремальных ситуациях это только усугубит положение пострадавших. Надо помнить, что усугубление ситуации может произойти вследствие резких изменений погоды. Поэтому надо постоянно следить за состоянием погоды и быть готовым к ее изменениям.

В экстремальной ситуации при невозможности получения помощи извне важно сохранить имеющиеся на себе вещи, т.к. от этого зависит в дальнейшем нормальная жизнедеятельность. Производится осмотр внешнего вида, приведение в порядок своей одежды и обуви. Нужно всеми силами стараться сохранить теплоресурсы в холодное время и внутренние запасы воды в жару. Если кто–то нуждается в ремонте одежды – это стоит произвести незамедлительно. Следует при этом позаботиться о людях, не имеющих достаточно одежды для предохранения от холода и жары, по возможности равномерно распределить ее между всеми пострадавшими. При недостатке одежды в холодное время необходимо использовать имеющееся имущество, способное предохранить от холода. Все должны знать – защита организма от холода в первую очередь скажется на экономии продуктов питания.

После этого собирают в одно место все сохранившиеся при выходе в безопасное место вещи, предметы снаряжения (на первый взгляд, может быть, и ненужные). Их сортируют, отделив необходимое в первую очередь и временно не востребовавшее, упаковывают или аккуратно складывают в безопасном месте.

Все вещи, снаряжение и личное имущество, вплоть до предметов личной гигиены в экстремальной ситуации переходят в разряд общественных и используются для удовлетворения потребностей всех пострадавших. Собираются запасы воды и все имеющиеся продукты питания, образуя неприкосновенный запас. Назначаются ответственные за сохранность вещей, снаряжения, продуктов. Самовольное их использование категорически запрещается.

После этого возникает естественный вопрос – что делать дальше?

Для принятия решения о дальнейших действиях нужно оценить реально сложившуюся обстановку, ответить на следующие вопросы:

а) Если ваше местоположение не известно, то придерживались ли вы заданного (согласованного) маршрута на момент аварии? Если обнаружат ваше отсутствие, то первоначальные поиски будут производиться в районе вашего предполагаемого маршрута.

б) Хорошо ли виден ваш временный лагерь с воздуха или окружающих возвышенностей? Можете ли вы сделать так, чтобы он был виден лучше?

в) Имеют ли местные власти в своем распоряжении достаточно сил и средств для организации эффективного поиска?

г) Способствуют ли метеоусловия работе спасателей, поисковых самолетов и вертолетов?

д) Знаете ли вы точно свое местонахождение? Если да, то как близко вы находитесь от какого-либо населенного пункта? Каков характер местности между вами и этим населенным пунктом? Каковы климатические условия и возможные сложности предполагаемого маршрута передвижения? Сколько времени потребуются для выхода к этому населенному пункту?

е) Смогут ли все члены группы выдержать переход к жилью? Есть ли пострадавшие с серьезными ранениями, требующие немедленной медицинской помощи?

ж) Располагаете ли вы достаточным количеством вещей и снаряжения для длительного перехода, есть ли у вас компасы, спички и т.д.?

и) Какие у вас имеются запасы продовольствия и воды? Оцените ваши аварийные запасы и те, которые можно восполнить из природных источников. Есть ли недалеко

хороший источник воды? Сможете ли вы добывать пропитание в безлюдной местности после того, как израсходуете свои неприкосновенные запасы?

к) Что вам известно о том, как нужно выживать в тех природных условиях, в которых вы оказались?

Группа, оказавшаяся в экстремальной ситуации автономного существования, должна принять решение: оставаться на месте аварии и ждать помощи или попытаться добраться до ближайшего населенного пункта.

Решение об уходе с места происшествия принимают в тех случаях, когда:

- нет уверенности, что о происшествии знают и в ближайшее время будут организованы поиски группы;
- есть возможность правильно сориентироваться и определить направление к ближайшему населенному пункту, расстояние до которого невелико и состояние здоровья людей позволяет осуществлять движение;
- возникла непосредственная угроза жизни (лесной пожар, наводнение и т.п.);
- люди не могут быть обнаружены спасателями из-за окружающей их на этом месте густой растительности;
- в течение трех суток нет связи и помощи.

На месте происшествия необходимо обозначить направление своего ухода: оставить записку, выложить стрелку, сделать зарубки на деревьях, связать пучки травы и т.п.

Перед выходом необходимо проверить одежду и обувь, тщательно упаковать и приготовить для переноски все необходимое (может быть, даже и огонь, если нет спичек). До выхода надо решить первоочередную задачу – определить направление выхода.

Успешное решение задачи зависит от умения членов группы определить стороны света и ориентироваться на местности. Но главное при этом – определить направление, в котором наиболее вероятна встреча с людьми. При наличии карты и компаса сложность будет только в определении места нахождения группы. Если отсутствует и карта, и компас, то задача существенно усложняется. В таком случае определение направления выхода, сохранение этого направления во время движения будет целиком зависеть от умений членов группы.

Для определения направления выхода необходимо предпринять разведку для изучения окрестностей местонахождения группы, несмотря на то, что она отнимет некоторое время. Полученная информация может значительно сократить время движения к населенному пункту, дороге.

Какими же соображениями надо руководствоваться, выбирая направление выхода?

Наиболее рациональный прием для группы, не имеющей достаточного количества продуктов, компаса и карты, – идти до первого ручья, реки. Направление к ним укажут понижения местности, овраги, звериные тропы к водопою. Ручеек неизбежно приведет к реке. Чем больше река, тем больше вероятности встретить на ее берегах жилье. Вдоль рек и ручьев часто прокладывают тропы, приводящие в населенные пункты. Идти по ним легче, чем напрямую, по бездорожью.

В малонаселенной, удаленной местности, имеющей слабую дорожную сеть, реки используются местным населением для передвижения и перевозки грузов. Если есть возможность, то передвигаться по реке со спокойным течением можно и на плоту, изготовленном из сухих бревен. К тому же возле реки легче обеспечить себя продуктами питания. Вблизи водоемов произрастают питательные съедобные растения, в воде можно поймать рыбу. В прибрежных зарослях водится водоплавающая дичь, к реке на водопой приходят животные.

Решение оставаться на месте происшествия принимается, если:

- сигнал бедствия или сообщение о месте происшествия переданы по телефону, по аварийной радиостанции или другим надежным способом;

- место происшествия точно не определено, местность незнакомая и труднопроходимая (горы, лес, глубокие овраги, болота, мощный слой снежного покрова и т.п.);

- направление на населенные пункты и расстояние до них неизвестны;

- большая часть людей не может самостоятельно передвигаться из-за полученных травм или заболеваний.

Приняв решение оставаться на месте происшествия, необходимо придерживаться правил безопасного поведения, которые позволят выжить и дожидаться помощи спасателей.

Во временном лагере, построив надежное укрытие из подручных средств, можно создать условия для нормального отдыха, длительного сохранения нормальной жизнедеятельности обеспечения ухода за больными и ранеными. Находясь на одном месте, легче организовать сбор съедобных растений, ягод.

Для организации такого лагеря надо принять план действий, который включает:

- выбор наиболее подходящего места лагеря с учетом рельефа местности, близости дров и воды, отсутствия опасностей на его территории;

- определение места для строительства временного, но надежного жилища, мест для приготовления пищи, хранения продуктов, имущества, мусора и туалетов;

- определение типа временного укрытия, исходя из возможностей местности, наличия строительного материала и имеющихся инструментов;
- заготовка необходимых материалов и постройка укрытия;
- подготовка места для костра, заготовка достаточного количества дров и разведение огня.

Для успешной реализации этого плана, а также для создания нормального климата в группе, надо распределить, как в обычной туристской группе, обязанности между всеми ее членами с учетом их состояния здоровья и способностей. Надо выделить людей, ответственных за строительство жилища, добычу и поиск пищи, разведение, поддержание огня и приготовление горячей пищи, оказание медицинской помощи и т.д. Непременное условие – каждый должен иметь поручение.

Можно предложить правила поведения, основывающиеся на результатах анализа подобных ситуаций специалистами-спасателями. При попадании в экстремальную ситуацию надо:

- уметь предвидеть опасность;
- уметь контролировать свое поведение;
- быть самостоятельным;
- уметь думать и придумывать;
- принимать быстрые решения;
- быть настойчивым и упрямым, когда это потребуется;
- уметь подчиниться, если это необходимо;
- не отчаиваться, если больше нет сил, бороться за свою жизнь;
- искать другие пути, прежде чем сдаться окончательно.

Таким образом, благополучный исход в экстремальной ситуации зависит от самого человека, от его воли, собранности, дисциплинированности, физической подготовки, а главное – умения выживать[4].

ПК 2.3 Анализ событийных мероприятий предприятия.

Изучение технологий проведения мероприятий разного типа

Событийный маркетинг – маркетинговый инструмент, комплекс специальных мероприятий и акций, проводимых с целью манипулирования поведением и мнением специально приглашенной на событие аудитории. Цель событийного маркетинга – продвижения интересов компании, манипулирования поведением и мнением целевой аудитории. Такой способ продвижения появился в нашей стране недавно: впервые о нем заговорили в начале 21–го века. Суть этого направления заключается в проведении

мероприятий для целевой аудитории, чтобы сформировать позитивное отношение к бренду или продукту.

Событийный маркетинг всегда направлен на улучшение узнаваемости компании или увеличение лояльности потребителей.

Эффективность этого метода воздействия основана на обращении к эмоциональной стороне личности, на создании хорошего настроения и положительных ощущений, работающих на подсознание человека. Ведь человеком руководят эмоции, под влиянием которых он совершает те или иные поступки. Положительные, яркие эмоции, которые способны дать хорошо организованное мероприятие, будут ассоциироваться с компанией и её продукцией, а значит способствовать росту продаж.

Планируя проведение того или иного события можно поставить перед собой сразу несколько целей. Так, организовав молодёжный праздник для представления новой модели мобильного телефона, можно одновременно представить новую продукцию, привлечь внимание к бренду, повысить имидж и узнаваемость марки, кроме того подобное событие безусловно станет информационным поводом для СМИ.

Corporate events – корпоративные мероприятия, которые служат эффективным маркетинговым инструментом. На подобные корпоративы (юбилеи фирмы, праздничные вечеринки, дни рождения, пикники) можно пригласить не только сотрудников компании, но и постоянных клиентов или партнеров. К организации коллективного досуга для персонала прибегают многие современные компании.

Trade events – это события, организуемые для клиентов, партнеров, дилеров. К данным мероприятиям можно отнести различные презентации, конференции, светские приемы, форумы, семинары, саммиты, выставки. Целью проведения подобных событий является демонстрация новой товарной линии, поиск потенциальных партнеров, обмен опытом.

Special events, который представляет собой ряд специальных мероприятий (фестивалей, концертов, массовых шоу-программ, рекламных туров), благотворно влияющих не только на продвижение товаров и услуг, но и на имидж компании.

В основе эффективного использования такого инструмента, как событийный маркетинг стоит прежде всего креативный подход к решению поставленных задач. Необходимо точно знать, чего нужно добиться проведением того или иного мероприятия, какова его целевая аудитория, и исходя из этого правильно выбрать наиболее подходящий формат и место проведения запланированного события, сделать его максимально нестандартным, запоминающимся и эффективным. АО «Приморское агентство авиационных компаний» активно использует событийный маркетинг в своем продвижении [5].

ПК 2.4 Взаимодействие со службами быстрого реагирования.

Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.

В последние годы в РСЧС сложилась двухуровневая система реагирования на чрезвычайные ситуации: на территориальном и федеральном уровнях.

Система реагирования на чрезвычайные ситуации – это совокупность подготовленных органов управления, сил, материальных, финансовых и информационных ресурсов, взаимодействие которых регулируется специальным нормативным правовым полем, определяющим порядок противодействия авариям, катастрофам, стихийным бедствиям и их последствиям.

Территориальный уровень системы реагирования можно рассматривать как совокупность органов управления, сил, материальных, финансовых средств, информационных ресурсов, размещенных в пределах территории субъекта Российской Федерации. Все перечисленные системы реагирования на чрезвычайные ситуации имеют аналогичные структуры, которые включают:

- органы управления, подготовленные к принятию решений и их реализации по предотвращению и ликвидации чрезвычайных ситуаций;

- силы ликвидации чрезвычайных ситуаций (спасательные силы общего назначения, аварийно-спасательные подразделения, нештатные спасательные подразделения и т.п.);

- материально-технические средства (техника, специальное оборудование, одежда, энергетические установки, продовольствие и т.д.), поступающие в распоряжение органов управления для обеспечения действий сил ликвидации чрезвычайных ситуаций;

- финансовые резервы, предназначенные для восстановления затраченных материальных ресурсов и оплаты стоимости работ, выполняемых привлекаемыми со стороны силами и средствами;

- информационные ресурсы объекта в части решения задач по ликвидации возможных чрезвычайных ситуаций (план действий по предупреждению и ликвидации возможных чрезвычайных ситуаций, планы городов, населенных пунктов и объектов, планы коммуникаций, систем пожаротушения, систем связи и оповещения и др.).

Следует отметить, что органами управления систем реагирования на чрезвычайные ситуации на всех уровнях являются, как отмечалось выше, комиссии по чрезвычайным ситуациям, возглавляемые губернаторами, главами органов местного самоуправления, руководителями предприятий и организаций, либо лицами ими уполномоченными.

На эти органы управления в части реагирования на чрезвычайные ситуации возлагается: методическое руководство деятельностью по вопросам защиты населения и

территорий от чрезвычайных ситуаций; координация деятельности всех служб и спасательных формирований в интересах защиты территорий и населения от чрезвычайных ситуаций; планирование подготовки и руководство ликвидацией возникающих чрезвычайных ситуаций; подготовка руководящего состава и населения к защите от катастроф.

Под руководством КЧС работают постоянно действующие органы управления ГОЧС и органы повседневного управления – дежурно-диспетчерские службы.

В состав сил реагирования на чрезвычайные ситуации входят службы и специальные формирования общего назначения, подчиненные органам управления субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления и администрации предприятий и организаций, а также спасательные формирования (поисково-спасательные службы), подчиненные соответствующим органам управления ГОЧС.

Экскурсовод или гид-проводник АО «Приморское агентство авиационных компаний» обязан соблюдать Требования к технологии работ по проверке транспортных средств при государственном техническом осмотре с использованием средств технического диагностирования требования [6].

ПК 2.5 Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания.

Анализ претензий туристов.

Качество туристского обслуживания является одним из важнейших факторов успешной деятельности туристского предприятия АО «Приморское агентство. Качество становится незаменимым инструментом в конкурентной борьбе. Туристы, которые довольны обслуживанием в гостиницах, ресторанах, бюро услуг, туристских комплексах определенных стран, становятся их активными пропагандистами. Они многократно посещают эти места, способствуя увеличению потоков туристов, создавая высокую репутацию понравившимся им туристским районам. Качество обслуживания, в конечном счете, способствует повышению экономической эффективности туризма.

При определении термина «качество» следует учитывать различные аспекты его понимания. До настоящего времени среди специалистов не существует единства в определении

этого понятия. Как правило, все эти определения неполны, многообразны, неточны. Однако в каждом случае они отвечают конкретным потребностям общества.

Первое известное определение качества принадлежит древнегреческому философу Аристотелю: качество – это благо, обеспечивающее счастье. Современное научное определение качества приведено в международном стандарте ISO 8402-86: «качество

совокупность свойств и характеристик продукции и услуг, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности».

Потребности связаны с личностью потребителя и его собственностью. Они могут быть разделены на два вида:

а) нематериальные – здоровье человека, его образование, информация, культура, духовные ценности и т. д., т. е. результат услуги связан с изменением состояния самого человека;

б) материальные – имущество в виде вещей, включая деньги и ценные бумаги, постройки, земля, недвижимость, домашние животные и другая собственность, т. е. результат услуги выражен изменением собственности потребителя – сохранением, улучшением, восстановлением – в конечном счете, это измененная или новая продукция.

До последнего времени понятие «качество» применялось исключительно в производственной среде, по отношению к материальным товарам. В соответствии с ГОСТ Р 50691-94 «Модель обеспечения качества услуг» качество услуги – совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя; качество обслуживания – совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

По Закону РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» граждане Российской Федерации имеют право на надлежащее качество и безопасность товаров, работ и услуг. В услугах выделяют два направления регулирования качества:

– материальное (объективное), которому соответствуют количественные характеристики, т. е. показатели или параметры качества, измеряемые и выраженные числом и размерностью, имеющие стандартные методы определения (расчет, анализ, измерение и т. д.);

– нематериальное (субъективное), которому соответствуют качественные (не измеряемые) характеристики, зависящие от субъективного восприятия потребителя, оцениваемые экспертами органолептически (органами чувств). Это – комфортность, удобство, эстетика интерьера, этика общения, вежливость, чуткость, доступность персонала, т. е. вся совокупность характеристик культуры обслуживания.

Комплексный характер туристской деятельности затрудняет установление единого показателя оценки качества обслуживания. Влияние ряда факторов экономического, организационного, технического характера не позволяет измерить качество обслуживания в различных видах туристской деятельности по одному и тому же показателю. Многоплановый характер туризма предполагает применение всеохватывающего критерия

оценки, который объединил бы в себе общее, специфическое и единичное процесса обслуживания.

В философском понимании качество определяется практически бесконечным числом отдельных элементарных свойств. В таком понимании невозможно найти количественную оценку качества. Однако, когда под качеством понимается полезность, способность удовлетворить ту или иную потребность, вопрос оценки существенно упрощается, становится более определенным.

По отношению к сфере туризма имеется несколько представлений о качестве турпродукта (услуги). Одно основано на свойствах продукта, другое – на отсутствии в нем недостатков, а третье – на трех категориях качества:

- техническое качество – характеризуется тем, что потребитель получил после того, как взаимодействие исполнителя и потребителя было завершено, т. е. конечный результат;

- функциональное качество – проявляется непосредственно в процессе предоставления услуг (обслуживании);

- социальное (этическое) качество – качество доверия, которое не может быть оценено потребителем перед покупкой.

Таким образом, на качество туристского обслуживания АО «Приморское агентство оказывают влияние несколько составляющих: услуга; технология обслуживания; условия обслуживания. Законодательными, нормативно–правовыми актами определены основные требования к качеству туристской услуги, которыми необходимо руководствоваться в процессе проектирования тура. Кроме того, существуют еще и потребительские требования, которые во многом определяют потребительскую оценку качества той или иной услуги, а также всего процесса обслуживания. Все эти составляющие взаимосвязаны и должны соответствовать друг другу. Неудовлетворенность потребителей условиями обслуживания или технологией неизменно приведет к субъективной оценке качества самой услуги [7].

Сотни туристов становятся жертвами туристских предприятий, которые недобросовестно относятся к выполнению своих обязательств. Многие фирмы, получив право на международную туристскую деятельность, не выполняют все условия действия лицензии, а также статьи Законов РФ «О стандартизации», «О сертификации продукции и услуг», «О защите прав потребителей», «О рекламе», используя несовершенство законодательной и методической базы в своих интересах. Общий поток жалоб в туризме можно разделить на четыре основные категории:

1) Неисполнение или ненадлежащее исполнение услуг, обещанных турфирмой. Большинство жалоб относится к этой категории. Разница между тем, что предлагает турфирма, и тем, что турист получает на самом деле, может варьироваться от незначительной до полностью неприемлемой.

2) Несвоевременное информирование туриста об изменениях в программе тура. Это вторая по распространенности категория жалоб. Изменения ранжируются от незначительных до серьезных.

3) Недостоверная или неточная информация о туре. Чтобы сделать правильный выбор между почти одинаковыми турпакетами, турпакетом и отдельно приобретаемой услугой, потенциальный турист должен иметь всю необходимую и достоверную информацию.

4) Ограничение собственной ответственности турфирмы за изменения условий тура.

Следует заметить, что турфирма в пункте договора «Права, обязанности и ответственность сторон» старается оставить за собой как можно больше прав, а за туристом – как можно больше обязанностей. Часто именно этот пункт договора, нечетко сформулированный, слишком пространный и исключаящий всякую ответственность турфирмы, является источником жалоб туристов [8].

ПК 2.6 Составление отчета руководителя туристской группы.

Письменный отчет предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний» о туристском походе состоит из:

- Титульного листа;
- Содержания;
- Справочных сведений о походе;

Группа сообщает номер школы (название учреждения), округ, район похода, вид туризма, категоричность, нитку маршрута, протяженность, продолжительность активной части, сроки похода, номер маршрутной книжки, состав группы (с указанием года рождения, туристского опыта и обязанностей участников и руководителей). Для водных походов дополнительно указывается распределение участников по экипажам. Состав группы может быть на отдельном листе.

- Характеристики района похода;

Дается краткое описание района похода: географическое положение, сведения о туристских возможностях района, пути подъезда и выезда с маршрута, сведения о возможности и об организации заброски продуктов на маршруте, аварийные и запасные

варианты маршрута, сведения о медицинских пунктах, музеях, магазинах, адреса и телефоны поисково-спасательной службы, туристских организаций.

– Графика движения;

В таблице указывается порядковый номер дня пути, дата, пройденный участок маршрута (от–до), километраж, чистое ходовое время, перепад высот за день (кроме водных походов), естественные препятствия и их категории трудности (кроме водных походов), способ передвижения, реальная погода. В конце таблицы указывается общая протяженность, продолжительность и суммарный перепад высоты активной части маршрута. Километраж и ходовое время линейных радиальных выходов указываются в одну сторону. Перепад высот считается суммированием высоты подъемов и спусков. Таблица метеонаблюдений может быть выполнена на отдельном листе.

– Технического описания маршрута;

В хронологическом порядке дается описание прохождения маршрута группой: ориентиры и расстояния между ними, направления движения, наличие и характеристика троп, дорог, растительности, рельефа, рек, населенных пунктов, мест ночлега, купания (если они проводятся), наличие источников питьевой воды, описание сложных участков и действий группы при их преодолении, применяемая страховка и меры безопасности.

Основные требования к техническому описанию;

а) описание действий самой группы на маршруте;

б) соответствие карте и иллюстрациям;

в) возможность использования его другими группами при подготовке и проведении похода.

Для водного похода техническое описание маршрута должно представлять собой не только лоцию реки, но и описание действий группы при преодолении препятствий.

– Картографического материала;

Картографический материал должен состоять из:

а) обзорной схемы района похода;

б) маршрутной карты.

На обзорной мелкомасштабной схеме района похода указываются начальный и конечный пункт похода, маршрут, места ночлегов, стыковка отдельных листов карты.

Маршрутная карта:

Группа вычерчивает схему пути или наносит свой маршрут на имеющийся картографический материал с корректировкой по «нитке» прохождения маршрута.

Возможно выполнение схем и карт на отдельные дни пути, при этом на мелкомасштабной обзорной схеме показывается взаимное расположение схем на участках маршрута.

На всех картах применяются условные топографические знаки, действующие в настоящее время. Условными знаками, установленными группой, показываются маршрут, места ночлегов, дневок, даты, экскурсионные объекты и другие объекты, имеющие интерес для туристов. Таблица введенных условных знаков прилагается. На каждом листе схемы, карты показывается линия С-Ю, масштаб, рамка, указывается автор корректировки или вычерчивания.

– Сведений о материальном оснащении группы;

Приводятся: списки личного и группового снаряжения, ремнабора, медицинской аптечки, рекомендации по использованию снаряжения и продуктов на данном маршруте и в данных природных условиях.

– Заключение и рекомендаций;

Даются рекомендации по выбору района и нитки маршрута, по посещению интересных мест, указываются изменения маршрута и его причины. Приводится информация о познавательном и воспитательном значении похода для участников, список использованной литературы, отчетов и т.п.

– Краеведческого задания.

Результаты краеведческой работы представляются в виде:

а) краткое теоретическое вступление по теме работы с указанием педагогической и познавательной целей;

б) описание методики работы на маршруте;

в) описание результатов самостоятельной работы;

г) выводы и практические рекомендации для организаторов походов по результатам работы с указанием выявленных особенностей в краеведческой характеристике района;

д) познавательное значение выполненной работы;

е) использование данного материала на маршруте;

ж) список литературы;

и) иллюстративный материал (рисунки, фото, карты и т.п.).

Отчет о походе делается в жестком переплете формата А4 в одном или нескольких томах.

Отчет должен быть оформлен аккуратно, красочно, с использованием иллюстративного материала (рисунки, фотографии, открытки и т.п.). Фотографии должны

быть сделаны в данном походе. Иллюстративный материал должен пояснять и подтверждать прохождение маршрута на сложных участках. В их число должна входить общая фотография всей группы на маршруте. Фотографии должны иметь подписи и обозначены характерные ориентиры, путь группы.

Страницы отчета должны быть пронумерованы, отчет снабжен оглавлением, должны быть указаны авторы разделов [9]

6 Индивидуальное задание

ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов

ПК.2.2Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте.

Обращение за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации.

Взаимодействие со службами быстрого реагирования

В походе какое-то время туристская группа находится в полной изоляции, вдали от жилья. Это состояние группы можно назвать осознанным автономным существованием. В таких условиях залогом безопасности и благополучия туристов являются максимальная информированность о районе похода, высокая физическая, техническая и морально-волевая подготовка. Именно поэтому так важно тщательно готовиться к каждому походу.

Однако даже подготовленная туристская группа может оказаться в ситуации вынужденной автономии при резком изменении природных условий или в результате стихийного бедствия. При этом группа, как правило, выбивается из графика. Это в свою очередь ведет к увеличению продолжительности похода и, как следствие, в группе образуется нехватка продуктов.

В еще более сложной ситуации оказывается группа при остром заболевании или травме одного из ее членов. В этом случае группа стоит перед выбором: либо остановиться и ждать улучшения состояния пострадавшего, либо транспортировать его в ближайший населенный пункт. В первом случае группа опять-таки выбивается из графика, во втором случае участники группы вынуждены нести пострадавшего порой на длительное расстояние. Для детской группы это очень серьезное испытание.

В ситуации вынужденного автономного существования благополучный исход зависит в первую очередь от правильных действий с первого момента ее возникновения. Анализ многих ситуаций показывает, что очень часто наибольшую опасность для пострадавших представляет не сам свершившийся факт, а последствия первых необдуманных действий.

Поэтому первое, что необходимо сделать в экстремальной ситуации, – успокоиться и объективно оценить сложившееся положение. Первые поступки под воздействием эмоций диктуются инстинктом самосохранения и далеко не всегда являются верными. Важно в момент возникновения аварийной или экстремальной ситуации не терять самообладания, не поддаваться страху, который мешает концентрации внимания, принятию верных решений.

Опасность надо постараться воспринять по частям, определив первоочередные из них и перспективные. Аварийная ситуация обычно возникает внезапно, и ее развитие не

всегда можно прогнозировать. Поэтому порядок действий в таких ситуациях зависит от конкретной обстановки.

В случае стихийного бедствия (схода лавины, лесного пожара, наводнения) необходимо немедленно покинуть опасную зону. При этом следует вынести в безопасную зону раненых, постараться забрать без риска для жизни все имеющееся снаряжение, запасы воды и пищи. После этого следует оперативно проанализировать ситуацию, определить ближайшее наиболее безопасное место, наметить путь движения к нему и туда перебазироваться. Всеми работами на месте аварии руководит старший группы.

Только окончательно убедившись, что все люди и снаряжение, запасы пищи и воды находятся в безопасности, приступают к дальнейшим действиям.

Успех выживания в экстремальной ситуации определяется не только способностями и возможностями каждого члена группы в отдельности, но и группы в целом. Однако и жизнедеятельность всей группы зависит от физического и морального состояния каждого члена группы. Поэтому с первых мгновений наступления аварии необходимо прилагать усилия (а иногда и немалые) для сохранения морально-волевого состояния группы в целом и каждого участника в отдельности.

Непременным условием благополучных действий группы в сложной ситуации является наличие руководителя. При умелом руководстве группа сможет избежать паники, растерянности, неуверенности в своих силах, разобщенности в действиях, проявления эгоизма и иждивенчества. Задача руководителя – не дать возникнуть конфликтам, которые в такой ситуации возможны по самым незначительным поводам.

При определяющей роли руководителя многое зависит и от членов группы. Терпимость к слабости или раздражению окружающих, способность первым пойти на примирение помогут избежать конфликтов, разрушающих единство группы. В экстремальной ситуации, когда нервы у всех на пределе, конфликты могут привести к очень серьезным последствиям.

Как в аварийных, так и в экстремальных ситуациях в условиях природной среды первоочередные действия должны быть направлены на оказание первой медицинской помощи пострадавшим, затем – на устранение угрожающего фактора или быстрый уход от него. Параллельно с оказанием медицинской помощи надо приступить к строительству простейшего временного убежища, способного защитить пострадавших от ветра, снега, дождя или палящего солнца. В экстремальных ситуациях это только усугубит положение пострадавших. Надо помнить, что усугубление ситуации может произойти вследствие резких изменений погоды. Поэтому надо постоянно следить за состоянием погоды и быть готовым к ее изменениям.

В экстремальной ситуации при невозможности получения помощи извне важно сохранить имеющиеся на себе вещи, т.к. от этого зависит в дальнейшем нормальная жизнедеятельность. Производится осмотр внешнего вида, приведение в порядок своей одежды и обуви. Нужно всеми силами стараться сохранить теплоресурсы в холодное время и внутренние запасы воды в жару. Если кто-то нуждается в ремонте одежды – это стоит произвести незамедлительно. Следует при этом позаботиться о людях, не имеющих достаточно одежды для предохранения от холода и жары, по возможности равномерно распределить ее между всеми пострадавшими. При недостатке одежды в холодное время необходимо использовать имеющееся имущество, способное предохранить от холода. Все должны знать – защита организма от холода в первую очередь скажется на экономии продуктов питания.

После этого собирают в одно место все сохранившиеся при выходе в безопасное место вещи, предметы снаряжения (на первый взгляд, может быть, и ненужные). Их сортируют, отделив необходимое в первую очередь и временно неостребованное, упаковывают или аккуратно складывают в безопасном месте.

Все вещи, снаряжение и личное имущество, вплоть до предметов личной гигиены в экстремальной ситуации переходят в разряд общественных и используются для удовлетворения потребностей всех пострадавших. Собираются запасы воды и все имеющиеся продукты питания, образуя неприкосновенный запас. Назначаются ответственные за сохранность вещей, снаряжения, продуктов.

Для принятия решения о дальнейших действиях нужно оценить реально сложившуюся обстановку, ответить на следующие вопросы:

а) Если ваше местоположение не известно, то придерживались ли вы заданного (согласованного) маршрута на момент аварии? Если обнаружат ваше отсутствие, то первоначальные поиски будут производиться в районе вашего предполагаемого маршрута.

б) Хорошо ли виден ваш временный лагерь с воздуха или окружающих возвышенностей? Можете ли вы сделать так, чтобы он был виден лучше?

в) Имеют ли местные власти в своем распоряжении достаточно сил и средств для организации эффективного поиска?

г) Способствуют ли метеоусловия работе спасателей, поисковых самолетов и вертолетов?

д) Знаете ли вы точно свое местонахождение? Если да, то как близко вы находитесь от какого-либо населенного пункта? Каков характер местности между вами и этим населенным пунктом? Каковы климатические условия и возможные сложности

предполагаемого маршрута передвижения? Сколько времени потребуется для выхода к этому населенному пункту?

е) Смогут ли все члены группы выдержать переход к жилью? Есть ли пострадавшие с серьезными ранениями, требующие немедленной медицинской помощи?

ж) Располагаете ли вы достаточным количеством вещей и снаряжения для длительного перехода, есть ли у вас компасы, спички и т.д.?

и) Какие у вас имеются запасы продовольствия и воды? Оцените ваши аварийные запасы и те, которые можно восполнить из природных источников. Есть ли недалеко хороший источник воды? Сможете ли вы добывать пропитание в безлюдной местности после того, как израсходуете свои неприкосновенные запасы?

к) Что вам известно о том, как нужно выживать в тех природных условиях, в которых вы оказались?

Группа, оказавшаяся в экстремальной ситуации автономного существования, должна принять решение: оставаться на месте аварии и ждать помощи или попытаться добраться до ближайшего населенного пункта.

Решение об уходе с места происшествия принимают в тех случаях, когда:

- нет уверенности, что о происшествии знают и в ближайшее время будут организованы поиски группы;

- есть возможность правильно сориентироваться и определить направление к ближайшему населенному пункту, расстояние до которого невелико и состояние здоровья людей позволяет осуществлять движение;

- возникла непосредственная угроза жизни (лесной пожар, наводнение и т.п.);

- люди не могут быть обнаружены спасателями из-за окружающей их на этом месте густой растительности;

- в течение трех суток нет связи и помощи.

На месте происшествия необходимо обозначить направление своего ухода: оставить записку, выложить стрелку, сделать зарубки на деревьях, связать пучки травы и т.п.

Перед выходом необходимо проверить одежду и обувь, тщательно упаковать и приготовить для переноски все необходимое (может быть, даже и огонь, если нет спичек).

До выхода надо решить первоочередную задачу – определить направление выхода.

Успешное решение задачи зависит от умения членов группы определить стороны света и ориентироваться на местности. Но главное при этом – определить направление, в котором наиболее вероятна встреча с людьми. При наличии карты и компаса сложность будет только в определении места нахождения группы. Если отсутствует и карта, и

компас, то задача существенно усложняется. В таком случае определение направления выхода, сохранение этого направления во время движения будет целиком зависеть от умений членов группы.

Для определения направления выхода необходимо предпринять разведку для изучения окрестностей местонахождения группы, несмотря на то, что она отнимет некоторое время. Полученная информация может значительно сократить время движения к населенному пункту, дороге.

Какими же соображениями надо руководствоваться, выбирая направление выхода?

Наиболее рациональный прием для группы, не имеющей достаточного количества продуктов, компаса и карты, – идти до первого ручья, реки. Направление к ним укажут понижения местности, овраги, звериные тропы к водопою. Ручеек неизбежно приведет к реке. Чем больше река, тем больше вероятности встретить на ее берегах жильё. Вдоль рек и ручьев часто прокладывают тропы, приводящие в населенные пункты. Идти по ним легче, чем напрямую, по бездорожью.

В малонаселенной, удаленной местности, имеющей слабую дорожную сеть, реки используются местным населением для передвижения и перевозки грузов. Если есть возможность, то передвигаться по реке со спокойным течением можно и на плоту, изготовленном из сухих бревен. К тому же возле реки легче обеспечить себя продуктами питания. Вблизи водоемов произрастают питательные съедобные растения, в воде можно поймать рыбу. В прибрежных зарослях водится водоплавающая дичь, к реке на водопой приходят животные.

Решение оставаться на месте происшествия принимается, если:

- сигнал бедствия или сообщение о месте происшествия переданы по телефону, по аварийной радиостанции или другим надежным способом;
- место происшествия точно не определено, местность незнакомая и труднопроходимая (горы, лес, глубокие овраги, болота, мощный слой снежного покрова и т.п.);
- направление на населенные пункты и расстояние до них неизвестны;
- большая часть людей не может самостоятельно передвигаться из-за полученных травм или заболеваний.

Приняв решение оставаться на месте происшествия, необходимо придерживаться правил безопасного поведения, которые позволят выжить и дождаться помощи спасателей.

Во временном лагере, построив надежное укрытие из подручных средств, можно создать условия для нормального отдыха, длительного сохранения нормальной

жизнедеятельности, обеспечения ухода за больными и ранеными. Находясь на одном месте, легче организовать сбор съедобных растений, ягод.

Для организации такого лагеря надо принять план действий, который включает:

- выбор наиболее подходящего места лагеря с учетом рельефа местности, близости дров и воды, отсутствия опасностей на его территории;
- определение места для строительства временного, но надежного жилища, мест для приготовления пищи, хранения продуктов, имущества, мусора и туалетов;
- определение типа временного укрытия, исходя из возможностей местности, наличия строительного материала и имеющихся инструментов;
- заготовка необходимых материалов и постройка укрытия;
- подготовка места для костра, заготовка достаточного количества дров и разведение огня.

Для успешной реализации этого плана, а также для создания нормального климата в группе, надо распределить, как в обычной туристской группе, обязанности между всеми ее членами с учетом их состояния здоровья и способностей. Надо выделить людей, ответственных за строительство жилища, добычу и поиск пищи, разведение, поддержание огня и приготовление горячей пищи, оказание медицинской помощи и т.д. Непременное условие – каждый должен иметь поручение.

Можно предложить правила поведения, основывающиеся на результатах анализа подобных ситуаций специалистами–спасателями. При попадании в экстремальную ситуацию надо:

- уметь предвидеть опасность;
- уметь контролировать свое поведение;
- быть самостоятельным;
- уметь думать и придумывать;
- принимать быстрые решения;
- быть настойчивым и упрямым, когда это потребуется;
- уметь подчиниться, если это необходимо;
- не отчаиваться, если больше нет сил бороться за свою жизнь;
- искать другие пути, прежде чем сдаться окончательно.

Таким образом, благополучный исход в экстремальной ситуации зависит от самого человека, от его воли, собранности, дисциплинированности, физической подготовки, а главное – умения выживать [4].

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, Биробиджан, 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 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.

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 практики стало приобретение навыков, необходимых для работы в туристской индустрии.

Сегодня в условиях постоянного усиления конкуренции компании «Приморское агентство авиационных компаний» надо научиться учитывать не только собственный финансовые интересы, но и интересы покупателя, чтобы удержать его и сохранить свою долю на рынке. А это может быть достигнуто только при соблюдении заранее

разработанной ценовой и маркетинговой политики, используя все современные наработки.

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 стимулирующей функции, помогают маркетинговым исследованиям, а 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.

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. Производственная 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.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 АО «Приморское агентство авиационных компаний» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://biletur.ru/agency/filials/index.asp> (Дата обращения от 22.06.2023.)
- 2 Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы: учебник / Н.Н. Павлова – Москва: Норма, 2018. – 384 с. (Дата обращения 22.06.2023)
- 3 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. (Дата обращения 22.06.2023)
- 4 Выживание в экстремальной ситуации [Электронный ресурс] Режим доступа <https://studme.org/> (Дата обращения: 23.06.2023)
- 5 Событийное мероприятие, цели, виды, статьи затрат, экономическая эффективность, анализ экономических показателей, оценка экономической эффективности, разработка мероприятий, смета затрат, экономический эффект [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studopedia.ru/> (Дата обращения: 23.06.2023)
- 6 Организация реагирования на чрезвычайные ситуации на территориальном и федеральном уровнях [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.obzh.ru/> (Дата обращения: 23.06.2023)
- 7 Контроль и оценка качества туристского обслуживания [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studref.com/> (Дата обращения: 23.06.2023)
- 8 Анализ жалоб потребителей в туризме. Претензии туристов и разрешение конфликтов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studwood.net/> (Дата обращения: 23.06.2023).
- 9 Н.А. Костерев «Рекомендации по составлению туристского отчета о походе» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nkosterev.narod.ru/> (Дата обращения: 23.06.2023).

Приложение А

Схема проезда к АО «Приморское агентство авиационных компаний»,
г. Владивосток



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

Приложение Б

Сайт «Билетур», г Владивосток



Рисунок Б.1 – Официальный сайт компании «Билетур»

Индивидуальное задание по производственной (по профилю специальности) практике

Студент(ка) Коткова Фёкла Вячеславовна,
Ф И О

обучающийся(аяся) на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную (по профилю специальности) практику в объеме 36 часов с «22» июня 2023 г. по «28» июня 2023 г.

в организации АО «Приморское агентство авиационных компаний»
Приморский край, г. Владивосток, Тихонова 20А
наименование организации, юридический адрес

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: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	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. Обращение за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации. Взаимодействие со службами быстрого реагирования.	6
5	Оценивание качества 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 2023 г.

Срок сдачи отчета по практике «28» июня 2023 г.

Подпись руководителя практики

Ткаченко Е.В. / Ткаченко Е.В. преподаватель
Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Коткова Анастасия Вячеславовна

ФИО

обучающийся(аяся) на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную (по профилю специальности) практику в объеме 36 часов в с «22» июня 2023 г. по «28» июня 2023 г.

в организации АО «Приморское агентство авиационных компаний»
Приморский край, г. Владивосток, Тироваля ЕОА
 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 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	Проведение инструктажа 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	Отлично

		транспортных средств при выходе на маршрут.	<i>Отлично</i>
	ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания. Анализ претензий туристов.	<i>Отлично</i>
	ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы.	<i>Отлично</i>
Промежуточная оценка по ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов			<i>Отлично</i>

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 2023 г.

Оценка за практику *Отлично*.

Руководитель практики от предприятия _____



Машинкина О.Н.

Ф.И.О.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

ДНЕВНИК

Студента: Котковой Дианы Вячеславовны

курса 1 группы С-ТУ-22 -1

База практики: производственная

Начало практики «22» июня 2023г. окончание «28» июня 2023 г.

Владивосток 2023

ДНЕВНИК

прохождения производственной (по профилю специальности) практики

Студент Котикова Диана Кичеевна

Фамилия Имя Отчество

Специальность/профессия «Туризм», специалист по туризму

Группа С-ТУ-22-1

Место прохождения практики АО «Приморское агентство обслуживания иностранных туристов»

Сроки прохождения с «22.06.2023» по «28.06.2023»

Инструктаж на рабочем месте «22» июня 2023 г

Дата

подпись

Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
22.06.2023	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	5	
23.06.2023	Контроль наличия туристов	5	
	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	5	
	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут	5	
	Анализ событийных мероприятий предприятия	5	
	Изучение технологий проведения мероприятий разного типа	5	
24.06.2023	Изучение технологий досуговой деятельности предприятия	5	
	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте	5	
	Обращение за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации	5	
26.06.2023 27.06.2023	Взаимодействие со службами быстрого реагирования	5	
	Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания.	5	
27.06.2023	Составление отчета руководителя туристской группы.	5	
	Анализ претензий туристов.	5	
27.06.2023	Оформление отчёта практики	5	
28.06.2023	Дифференцированный зачет	5	

Руководитель
М.П.



подпись

Ф.И.О.

Ибрагимова О.И.

Характеристика деятельности студента
Комковой Анастасии Александровны

группы С-ТУ-22-1 при прохождении производственной
 (по профилю специальности) 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	<i>высокий</i>
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	<i>высокий</i>
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Решения в стандартных и нестандартных профессиональных задач в туристской области	<i>высокий</i>
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	<i>высокий</i>
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для профессиональной деятельности	Применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	<i>средний</i>
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с коллегами, потребителями туристских услуг	<i>высокий</i>
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция собственной работы	<i>высокий</i>
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	<i>средний</i>
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Анализ новых технологий в области технологических процессов туристского обслуживания	<i>высокий</i>

ПК 2.1	Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Контроль наличия туристов Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут	<i>Александр</i>
ПК 2.2	Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение инструктажей по технике безопасности	<i>Александр</i>
ПК 2.3	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	<i>Александр</i>
ПК 2.4	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях	<i>Александр</i>
ПК 2.5	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания	<i>Александр</i>
ПК 2.6	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	<i>Александр</i>

Руководитель практики (от организации) _____

Александр
Подпись

(фамилия, имя, отчество, рабочий тел.)



Характеристика

За время прохождения производственной практики в туристической фирме «Приморское агентство авиационных компаний» студентка Коткова Диана Вячеславовна 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.



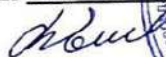
О.Н

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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Коткова Диана Вячеславовна
Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-22-1
согласно приказу ректора № _____ -с 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 22.06.2023 года по 28.06.2023 года.

Руководитель практики Ткаченко Е.В.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
АО «Приморское агентство	22.06	
авиационных компаний»	28	

