



ОТЧЕТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю

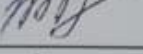
ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

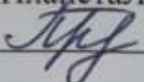
ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов

ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг

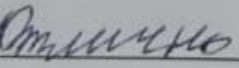

программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 Туризм

период с «11» мая по «21» июня 2021 года

Студент группы С-ТУ-20  Швецова М. А.
подпись

Наименование предприятия:
ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн»
Руководитель практики от предприятия  Прокопова Е. В.
подпись

Отчет защищен:

с оценкой  Руководитель практики от ОО  Ермолович Л.О

Владивосток 2021

Содержание

Введение.....	4
1 Общие сведения о деятельности предприятия.....	6
1.1 История создания и развития предприятия.....	6
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия.....	7
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	9
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	11
1.5 Перспективы развития предприятия.....	13
2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия.....	15
2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	15
3 Технология продвижения стимулирования продаж туристского продукта.....	17
4 Система обеспечения безопасности.....	19
5 Формирование профессиональных компетенций.....	20
6 Индивидуальное задание.....	30
Заключение.....	32
Список использованных источников.....	34
Приложение А. Схема проезда к ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн».....	35

Введение

Туризм – это путешествия, совершаемые людьми в свободное от основной работы, время в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях. Туристское путешествие предполагает временный выезд человека за пределы его обычной среды, без ведения в месте пребывания оплачиваемой деятельности, что исключает из категории туристов людей, профессионально или вынуждено совершающих поездки.

Кроме того, туризм – это туроператорская и турагентская деятельность туристских предприятий, а также иных организаторов и посредников (например, транспортных компаний).

Туроператорская деятельность - деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (туроператор).

Турагентская деятельность - деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагент или турагентство). Турагентства (турфирмы) занимаются продажей уже готовых туров. Как правило, одно турагентство работает сразу с несколькими туроператорами, так же, как и каждый туроператор продает туры сразу десяткам, а то и сотням турагентств.

Развитие туризма сегодня совершенствует систему социально-культурного обслуживания населения, увеличивает ресурсы для модернизации соответствующей инфраструктуры, повышает качество жизни. Туризм и путешествия являются неотъемлемой частью индустрии гостеприимства и одной из ведущих и наиболее развивающихся отраслей экономики.

На сегодняшний день существует огромное количество туристских компаний, которые предлагают огромный спектр услуг.

Место прохождения практики – ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн». Это одно из разноплановых турагентств в городе Владивосток.

Целью прохождения практики является - закрепление теоретических знаний и получение профессиональных навыков их практического применения, знакомство с основными принципами ведения туристской деятельности, управленческими и иными связями, правилами взаимодействия с потребителем услуг.

Задачи практики:

- изучить характеристику предприятия
- научиться ведению документооборота с использованием информационных технологий;
- изучить особенности организационных и функциональных процессов в деятельности турфирм;

- закрепить в практической работе теоретических знаний;
- изучение способов принятия денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности;
- оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;

Объект анализа – ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн».

Во время прохождения практики я ознакомилась с направлениями, которыми занимается турфирма, училась бронировать туры, работать с документами, распространять рекламные материалы и собирать информацию.

1 Общие сведения о деятельности предприятия

1.1 История создания и развития предприятия

Наименование предприятия: Турагентство ООО «Туристическая фирма Планета-Лайн».

Местонахождение: 690003 Россия, г. Владивосток ул.Посьетская, д. 15.

Часы работы: понедельник-пятница 10:00-18:00. Телефоны: +7(432)610-290, факс: 610-007 (Приложение А).

Туристическая фирма «ПланетаЛайн» – это коммерческая организация, которая работает на дальневосточном рынке с 6 апреля 2006 года. За более десяти лет пребывания на туристском рынке, эта компания наработала большой опыт внутреннего и выездного туризма, позволяющий безупречно организовывать разнообразные экскурсионные программы. Компания «ПланетаЛайн», является туроператором, реесторный номер в Едином Федеральном Реестре Туроператоров – РТО 000849.

Специализируется на отправке туристов и организации экскурсионных маршрутов в Китай, Гонконг, Сайпан, Сингапур, Таиланд, Вьетнам, Южную Корею, Японию, Филиппины, Малайзию и Европу.

Фирма предоставляет маршруты по Приморскому краю и г. Владивостоку. А также организует туры и экскурсии для детей, работает с творческими коллективами, спортивными организациями и школами.

Организует поездки с оказанием полного пакета услуг:

- оформление виз;
- авиа и ж/д билеты;
- все виды страховок;
- трансферы;
- экскурсии.

Основной принцип деятельности компании «ПланетаЛайн» – это выполнение надёжной, качественной и профессиональной работы. Компания предлагает лучшие цены и гарантирует надёжность предлагаемых туров, высокий уровень профессионализма при обслуживании клиентов и оказании подобного рода услуг.

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

Документы туристской фирмы «ПланетаЛайн» делятся на три группы:

- 1) учредительные и иные разрешительные документы;
- 2) документы, относящиеся к разработке туров;
- 3) документы, выдаваемые туристам.

Вся документация турфирмы зависит от избираемой ее руководителем формы собственности.

Организационно-правовая форма и форма собственности предприятия «ПланетаЛайн» является ООО (общество с ограниченной ответственностью).

Общество с ограниченной ответственностью – это хозяйственная структура, которая создана на основании решения об объединении капитала в уставной фонд, который изначально распределен между участниками организации по принципу долевого участия. Члены общества не могут иметь никакой ответственности за сделки и договора, заключенные от лица компании, неся риск убытками исключительно в рамках своей персональной доли в денежном эквиваленте.

Общество может иметь гражданские права и нести гражданские обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральными законами, если это не противоречит предмету и целям деятельности, определенно ограниченным уставом общества.

Документы, сопровождающие и обеспечивающие создание, продвижение и продажу турпродукта в ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн»:

- Свидетельство о государственной регистрации юридического лица;
- Свидетельство о постановке на учет юридического лица в налоговом органе по месту нахождения;
- Договор об организации продажи услуг (заключается с клиентом при покупке турпродукта, в нем присутствуют реквизиты компании, права и обязанности клиента и компании);
- Устав;
- Лицензии.

Также в ООО «ПланетаЛайн» присутствуют документы, относящиеся к разработке различных туров. Взаимоотношения между турфирмами – разработчиками туристских услуг и другими участниками туристского рынка. Этот документ предусматривает передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя.

Турагент может продавать туристские услуги туроператора от своего имени, но при этом между ними должен быть заключен соответствующий договор.

В договоре, заключаемом между туроператором и турагентом, должны содержаться:

- условия продвижения и реализации турагентом туристского продукта;
- полномочия турагента на совершение сделок с туристами и (или) иными заказчиками от имени туроператора;
- условие, предусматривающее возможность (невозможность) заключения турагентом субагентских договоров;
- порядок взаимодействия туроператора и турагента в случае предъявления им претензий туристов или иных заказчиков по договору о реализации туристского продукта;
- условие, предусматривающее возможность осуществления выплат туристам страхового возмещения по договору страхования ответственности туроператора либо уплаты денежной суммы по банковской гарантии в случае заключения договора о реализации туристского продукта между туристом и турагентом;
- взаимная ответственность туроператора и турагента, а также ответственность каждой из сторон перед туристом или иным заказчиком.

ООО «ПланетаЛайн» имеет круглую печать со своим наименованием, свой торговый знак, образец которого утвержден собранием учредителей общества, и другие необходимые реквизиты. Учредительные документы фирмы разработаны в соответствии с выбранной организационно-правовой формой и требованиями соответствующих статей Гражданского кодекса Российской Федерации.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура предприятия – это определенная схема, которая является основой распределения функций среди людей, находящихся в этой структуре. Она представляет собой руководство, объясняющее особенности работы фирмы и то, как эта работа выстроена [1]. Для создания качественной структуры предприятия требуется ее постоянный анализ и своевременное внесение корректировок, на основе полученных в результате анализа данных.

Организационная структура любой организации будет зависеть от того, кто является ее участниками, какие задачи она решает и как далеко организация зашла в своем развитии.

Элементы структуры:

- Управление (Конкретный человек или группа людей, которые принимают решения в организации);
- Правила, по которым работает организация;
- Распределение труда (может быть формальным или неформальным, временным или постоянным).

Компания «ПланетаЛайн» была зарегистрирована 6 апреля 2006 года в г. Владивосток. Уставной капитал 30000 рублей. Численность штата компании около 5 высококвалифицированных работников с большим опытом работы. Действующим генеральным директором юридического лица ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн» является Прокопова Елена Викторовна. Статус и должность управляющего организацией – Генеральный директор.

Генеральный директор – это руководитель производственно-хозяйственной деятельностью предприятия. Он несет ответственность за сохранность и эффективное использование имущества предприятия, за последствия принимаемых решений, финансово-хозяйственные результаты деятельности общества. Функции генерального директора заключаются в общем руководстве производственно-хозяйственной деятельностью компании. Именно генеральный директор несет полную ответственность за все принятые решения, за результаты деятельности предприятия и сохранность его имущества.

У генерального директора в подчинении находятся:

Старший менеджер. Он, как и все менеджеры, несет ответственность за планирование и руководство работой группы лиц, контроль за их работой и принятие корректирующих мер, когда это необходимо.

Менеджер по туризму. Осуществляет подбор справочных материалов по туризму. Ведет переговоры с контрагентами, согласовывает основные условия договоров на предоставление услуг. Разрабатывает предложения по освоению нового тура, организует реализацию

ознакомительных туристских продуктов. Принимает заказы отдельных туристов или лиц, уполномоченных представлять группу туристов, на формирование туристских продуктов и оформляет их в установленном порядке [2].

Бухгалтер. Отражает поступление путевок от туроператора, с которым заключен договор, за балансом компании. Занимается списанием выданного бланка и получение денежных средств, а также начисление НДС с вознаграждения фирмы. Выдает специальные бланки, путевки клиентам. Оформляет бумаги, связанные со сделками агентства и клиентов, приобретающих путёвки. Ведёт учет материальных ценностей и зачисления заработной платы.

Схема организационной структуры представлена на (Рисунке 1).

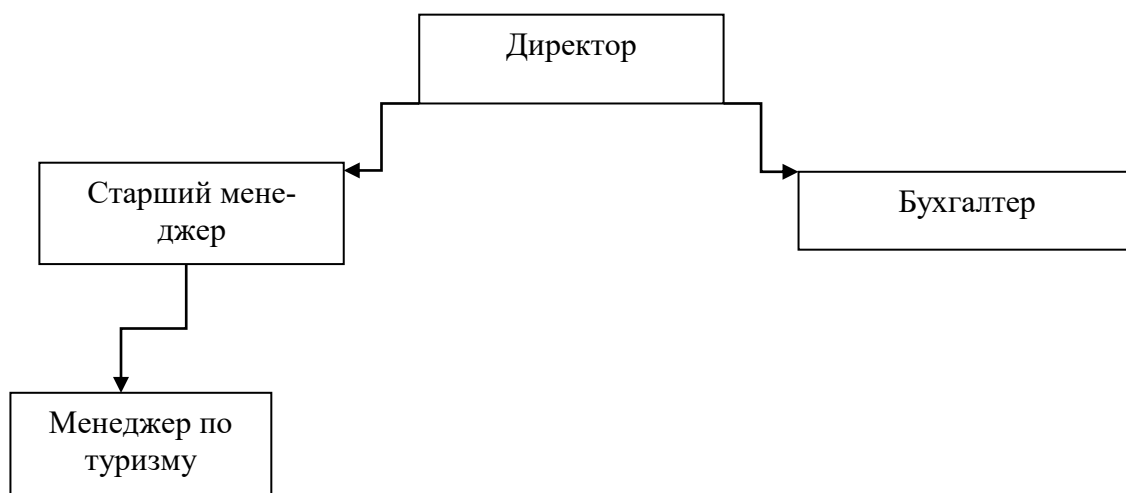


Рисунок 1 – Организационная структура предприятия

В компании «ПланетаЛайн» весь рабочий процесс координируется самими сотрудниками с помощью непосредственных согласований. Все возникающие проблемы оперативно устраняются собственными силами или с привлечением руководства. В рамках структуры протекает весь управленческий процесс: движение потоков информации, принятие управленческих решений, в котором участвует весь персонал.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

«ПланетаЛайн» – многопрофильный турагент, предлагающий различные направлений отдыха. Обращаясь в туристическое агентство «ПланетаЛайн», клиенту в первую очередь объясняют, какие услуги он может приобрести и в какие страны отправится, а также гарантии и обязательства агентства.

Туристская услуга–результат деятельности туристической организации или предприятия, либо индивидуального предпринимателя, деятельность которых направлена на удовлетворение соответствующих потребностей клиентов в организации и осуществлении туров и поездок. В настоящее время туристская сфера является одной из самых быстроразвивающихся, что обусловлено ее актуальностью. Туристические услуги оказывают серьезное влияние на развитие экономики, так как активизируют развитие иных отраслей экономики [3].

В структуре туристских услуг у турагентства «ПланетаЛайн» различают основные и дополнительные.

К основным услугам относят:

- услуги по организации перевозки;
- размещения в отелях;
- питание туристов.

К дополнительным услугам относят:

- услуги по организации экскурсий;
- услуги по страхованию туристов;
- услуги гидов, гидов-переводчиков;
- услуги перевозки туриста (трансфер);
- услуги бронирования и продажи авиа и ж/д билетов;
- визовая поддержка.

Компания может предложить туристам поездки и экскурсионные маршруты в Китай, Гонконг, Сайпан, Сингапур, Таиланд, Вьетнам, Южную Корею, Японию, Филиппины, Малайзию и Европу.

А также экскурсии и туры по Владивостоку и Приморскому краю. К актуальным турам и экскурсиям «ПланетаЛайн» можно отнести:

- Гастрономический тур «Сырный праздник» (Россия, Приморский край, Уссурийский городской округ, село Алексей-Никольское. Для ценителей вкусной еды и активного отдыха);
- Тур выходного дня «Глуховские бани» (Россия, Приморский край, деревня Глуховка);

– Тур выходного дня «Майхинская винодельня» (Россия, Приморский край, село Анисимовка);

– Экскурсионный тур «Владивосток –Хуньчунь – Владивосток» (Китай, город Хуньчунь).

С 12 июня 2021 года у компании появится собственный автобус, который будет возить туристов на пляжный отдых в село Хасанского района Андреевка и на бухту Шамора в Приморском крае.

Основные туристические услуги регламентируются договором на туристское обслуживание и путевкой, а дополнительные услуги могут быть предложены в момент приобретения тура и будут учтены в стоимости тура, а могут предлагаться в ходе тура и оплачиваться туристом самостоятельно [4].

В туристские услуги не включается:

– стоимость реализованных турфирмой проездных билетов, не включенных в состав пакетного тура, которая должна быть учтена в составе транспортных услуг;

– стоимость реализованных турфирмой путевок в санаторно-оздоровительные учреждения, которая должна быть учтена в составе санаторно-оздоровительных услуг;

– стоимость услуг перевозки в составе пакетного тура, если она выполнена зарубежной транспортной компанией (нерезидентом).

Основные задачи ООО «ПланетаЛайн»:

– создание привлекательных туристских продуктов, соответствующих потребностям туристов;

– сохранение конкурентоспособности туристского продукта;

– качественное обслуживание туристов;

– организация продажи туристического продукта в соответствии с современными методами торговли, а также используя специфику и особенности туристического бизнеса;

– полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристическим центрам и т.д. продвижение этой информации с помощью рекламы.

Туристские услуги в «ПланетаЛайн» представляют собой крупный сегмент сферы услуг, обеспечивающих удовлетворение потребностей людей и реализацию их деятельности в свободное время: отдых, развлечения, путешествия.

1.5 Перспективы развития предприятия

Туризм является одной из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. К началу третьего тысячелетия на долю международного туризма приходилось 8% общего объема мирового экспорта и 30-35% мировой торговли услугами [5].

Важнейшими из действующих лиц в сфере туризма являются туристские предприятия. Туристское предприятие – это самостоятельно хозяйствующий субъект, обладающий правами юридического лица, который на основе использования имущества трудовым коллективом производит и реализует продукцию, выполняет работы, оказывает услуги.

Главной задачей туристского предприятия является хозяйственная деятельность, подразумевающая получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов трудового коллектива и интересов собственника имущества. Эффективность туристского бизнеса во многом определяется внешними факторами функционирования туристских предприятий. основополагающим внешним фактором является конкурентная среда субъектов туризма, которая в современных экономических условиях отличается высокой степенью неопределенности, поскольку предполагает множество субъектов хозяйствования, цели и мотивы которых предсказать довольно трудно.

В Приморском крае уровень конкуренции среди туристических предприятий ощущается особенно остро, поскольку на территории края очень велика плотность туристических компаний. Количество туристических предприятий в различных источниках оценивается по-разному. Наиболее полный список турфирм включает 271 предприятие [6]. Фирмы в основном расположены в г. Владивосток и ориентированы они на предпочтения клиента, при этом любая турфирма должна стремиться завоевать покупательское расположение и доверие.

Руководство и сотрудники туристской фирмы ООО «ПланетаЛайн» понимают, что для того, чтобы успешно конкурировать на рынке, надо изучать опыт конкурентов и видеть перспективы собственного развития. Поэтому фирма практикует: предоставление скидок с объявленных цен на туруслуги и продукты в случае предварительного бронирования в сроки ранее установленной даты. Бесплатное дополнительное обслуживание в течение 1-3 дней, если турист покупает тур с большой продолжительностью поездки, включение в комплексное обслуживание некоторых бесплатных дополнительных услуг. И сезонные скидки, которые дают возможность в течение всего года поддерживать более стабильный уровень.

Для того чтобы туристское предприятие развивалось и не стояло на месте нужно иметь большую клиентскую базу. Так как именно клиенты являются целевой аудиторией любой туристической компании, а особенно те, которые уже воспользовались ее услугами. Поэтому от персонала турагентства требуется умение работать с накопленной базой клиентов, вовлекая их в новые покупки туристических продуктов.

Из-за эпидемии коронавируса туристический бизнес оказался почти парализован. Закрытие внешних границ и введение ограничительных мер в регионах серьезно ударили по отрасли. По оценкам Ростуризма, потери российской туриндустрии от распространения коронавируса уже к концу первого полугодия составят около 1,5 трлн рублей, а спрос на туры упал практически до нуля. В этот период произошло развитие внутреннего туризма. Компании «ПланетаЛайн» стали развивать и продвигать экскурсии по Приморскому краю.

За 10 лет работы на туристском рынке компания «ПланетаЛайн» имеет уже огромный опыт по работе с клиентами и имеет достаточно большую клиентскую базу. Они привлекают клиентов своим профессионализмом, системой скидок, клиентоориентированностью и партнёрскими продажами. Что позволяет развивать и продвигать фирму на туристском рынке. На данном этапе развития компания «ПланетаЛайн» останавливаться не собирается. В дальнейшем они собираются улучшить своё обслуживание по Приморскому краю.

2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия

2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

Одной из главных задач сферы туризма является совершенствование сервиса, то есть повышение культуры обслуживания туристов. Высокая культура обслуживания помогает персоналу решать проблемы туриста, а значит способствовать развитию и процветанию всей фирмы [7]. Следовательно, необходимо постоянно проявлять заботу о туристах.

Туристское обслуживание – это совокупность видов деятельности, обеспечивающих туристам различные удобства при покупке и потреблении услуг и товаров во время путешествия и пребывания вне постоянного места жительства.

Обслуживание клиентов в офисе турфирмы «ПланетаЛайн» происходит в максимально комфортных условиях для выбора и оформления тура, в атмосфере дружелюбия, участия и даже праздника. Задействованы все предпосылки создания психологического и рабочего комфорта, чтобы турист с удовольствием обратился бы в этот офис повторно.

Для удобства клиентов офис компании свободный, комфортный и оснащён картографическим материалом и информационными плакатами. Пространство офиса оформлено сувенирными изделиями, большинство из которых это не что иное, как благодарность туристов за тщательно подобранный тур.

Особенность обслуживания в турфирме «ПланетаЛайн» заключается в том, что клиент часто приходит не один, поэтому работник фирмы должен быть готов общаться сразу с несколькими психологическими типами людей. Особую важность для общения имеет впечатление, создающееся в первые минуты контакта клиента с персоналом турфирмы. Мнение клиента о турфирме складывается уже на основе того, как менеджер приветствуют его по телефону или при входе в офис.

На сегодняшний день персонал организации предоставляет состоит из профессионально подготовленных менеджеров, которые обеспечивают подбор качественных туристических услуг клиентам. Менеджеры предоставляют клиентам полную информацию относительно соблюдения в путешествии правил предосторожности.

Для быстрой работы менеджеров предусмотрено оснащение офиса современной компьютерной техникой и оргтехникой.

Технология обслуживания в турфирме ООО «ПланетаЛайн» включает в себя:

- прием клиента и установление контакта с ним;
- установление мотивации выбора турпродукта;
- предложение туров;

- оформление правоотношений и расчет с клиентом;
- информационное обеспечение покупателя.

Корпоративная культура для сотрудников компании – это то, что связывает их воедино. То, что заставляет и мотивирует их работать в компании согласно принятым правилам. Поэтому очень важно сформировать культурное пространство, включающее в себя нормы поведения и определить идеальные модели, собственно, самого поведения.

Корпоративная культура компании дает возможность достижения поставленных ранее стратегических целей и актуальных задач, является основой сплоченности всего коллектива.

В области туристической деятельности она позволяет сделать обслуживание туристов более качественным, так как, придерживаясь правил корпоративной культуры, менеджеры допускают меньше ошибок в своей работе. С этой точки зрения корпоративная культура помогает не только в работе, но и сплачивает коллектив, повышает трудовую дисциплину, а также создает определённый психологический климат в организации.

Культура предприятия "ПланетаЛайн" складывается из множества норм, правил и ценностей, которыми сотрудники руководствуются в своей деятельности. Руководство придерживается принципов честности и открытости в отношении с подчиненными, доступно объясняет цели и помогает в их достижении.

В туристской компании действуют стандарты обслуживания покупателей, обязательные для всех работников. Эти стандарты включают в себя описание внешнего вида, а также правила поведения и общения с посетителями. У компании есть свои традиции, такие как ежегодно проводить корпоративные мероприятия, посвящённые различным праздникам. Предприятие поддерживает командный дух сотрудничества и уважения ко всем членам команды, признаёт личный вклад каждого сотрудника и не допускает конфликтов.

Поэтому руководство «ПланетаЛайн» уделяет особое внимание следующим моментам:

- отбору персонала на основании его способностей и возможностей выполнять требования, установленные должностными инструкциями;
- обеспечению нормальных, хороших условий для работы;
- максимальному использованию потенциала каждого работника «ПланетаЛайн», а также творческому подходу к делу.

В «ПланетаЛайн» корпоративная культура воспринимается как неотъемлемая часть успешного туристского бизнеса и как одно из условий для раскрытия потенциала каждого работника.

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 его реализацию, включающий рекламу, участие в специализированных выставках, организацию информационных центров, издание каталогов, буклетов и т.д.

Каналы продвижения туристского продукта:

- реклама в средствах массовой информации и других признанных рекламоносителях;
- стимулирование продаж;
- прямая продажа (прямой маркетинг);
- связи с общественностью.

Основными этапами работы по продвижению турпродукта являются:

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

Современный рынок средств массовой информации представлен самыми разнообразными формами. Турфирме необходимо постоянно изучать рынок рекламных услуг. Особое внимание при этом следует обращать на такие характеристики рекламоносителей, как местонахождение, структура, численность их аудитории, охват рынка, частота выпуска, рейтинг, качество информации, расценки, скидки. Для продвижения турпродукта на рынке международного туризма чаще всего используют популярные СМИ [9].

Реклама в СМИ – оплаченная форма неличностного представления продукта (услуги) и формирования спроса на него, а также формирование положительного имиджа предприятия. Реклама охватывает большой, географически разбросанный рынок, может многократно повторяться для одной и той же аудитории, хорошо сочетается и дополняет другие элементы маркетинговых коммуникаций.

К основным рекламоносителям относятся:

- пресса (газеты и журналы);
- прямая реклама (разосланные по почте рекламные письма и розданные из рук в руки рекламные брошюры, проспекты, буклеты);
- внешняя реклама (плакаты на внешних щитах, стендах, тумбах, рекламные указатели на дорогах и световая реклама);

- радио и телереклама на центральных и местных каналах, на кабельном телевидении;
- кино и видеореклама (видеоролики, видеоклипы);
- электронная реклама (передача рекламной информации через телекоммуникационные системы, прежде всего через сеть Интернет);
- другие средства, к которым можно отнести рекламные стенды на международной и национальной туристических выставках, рекламу на транспорте, рекламу в местах продажи, сувенирную рекламу.

Любые мероприятия по продвижению туристского продукта должны быть ориентированы на конкретного потребителя, поэтому необходимо постоянно исследовать рынок потребителей и анализировать запросы потенциальных клиентов [10].

В туристической компании «ПланетаЛайн» для рекламы выпускаются красочные буклеты, связанные с их собственными проектами, для большего привлечения туристов к данным услугам. Данная турфирма также имеет обширное количество реклам в сети Internet, что помогает привлечь большое количество клиентов. Компания использует такие виды реклам как, электронная реклама, внешняя, сувенирная и с недавнего времени рекламу на транспорте.

4 Система обеспечения безопасности

Один из важных элементов организации туризма является обеспечение безопасности жизни и здоровья туриста (экскурсанта). Под безопасностью в туризме понимается личная безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества и не нанесение ущерба окружающей природной среде при совершении путешествий.

Безопасность туризма должна основываться на тщательно продуманной, целенаправленной и всеобъемлющей системе мер для создания таких условий, при которых не могло бы произойти какого-либо инцидента с туристом.

Страхование является одним из способов защиты жизни, здоровья, имущества туристов от возможного причинения ущерба, от посягательств третьих лиц в компании «ПланетаЛайн».

Страхование в международном туризме – это основная форма обеспечения страховыми компаниями безопасности туристов в стране временного пребывания, призванная при наступлении страховых случаев компенсировать возможный вред, нанесенный здоровью или имуществу туристов, за счет уплачиваемых ими страховых взносов.

Основные виды страхования:

- медицинское страхование жизни и здоровья туриста;
- имущественное страхование багажа, фото- и видеоаппаратуры, личного автотранспорта и иного личного имущества туриста, а также имущества турфирм (офисных помещений, оргтехники, автотранспорта и др.);
- гражданской ответственности – страхование ответственности туристов, владельцев транспорта, отелей, турфирм и других субъектов туризма.

Техническое оснащение систем безопасности, также повышает уровень защиты туристов, позволяет контролировать ситуацию. Транспортные средства, вокзалы, аэропорты, предприятия туристской индустрии оснащаются новейшими техническими устройствами: электронными замками, замками повышенной секретности, камерами слежения, металлодетекторами, зеркалами для обследования днищ автомобилей, рентгеновскими установками для просвечивания багажа, пуленепробиваемыми стеклами, эффективным противопожарным оборудованием и другими современными средствами безопасности.

Обучение персонала поведению в экстремальных условиях также является необходимым условием обеспечения безопасности. На туристических предприятиях открываются специализированные службы безопасности, организуется обучение персонала, проводятся тренинги и инструктажи сотрудников, отрабатывается их взаимодействие в экстремальных условиях. Первоочередная забота всех работников фирмы «ПланетаЛайн» это защита туристов от возможных факторов риска.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

ПК 5.1 Предоставление турагентских услуг

1) Определение и анализ потребности заказчика

Потребность клиентов – это внутреннее ощущение недостаточности чего-либо, возникающее в конкретной ситуации и при определенных условиях.

Можно выделить два вида потребностей клиентов:

1. Базовые. Эти потребности относят к продуктам, которые планирует получить покупатель. Также эти потребности называются рациональными.

2. Непредвиденные. Эти потребности несут удовлетворение помимо того, которое ожидалось от покупки продукта. Также их называют эмоциональными.

На сегодняшний день в туристической сфере определяющую роль играет именно качество туристической продукции, а не любые другие показатели. Актуальной проблемой в туристическом бизнесе является умение подавать туристический продукт. Менеджер должен обладать познаниями по определению потребностей клиента. Для того, чтобы удовлетворить потребности туриста, необходимо установить с ним контакт. Для этого используются различные психологические приемы, которые представляют собой совокупность различных факторов.

2) Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт

Исполнитель обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора.

Информация о туристском продукте в обязательном порядке должна содержать сведения:

– о потребительских свойствах туристского продукта (программе пребывания, маршруте и условиях путешествия);

– об общей цене туристского продукта в рублях, о правилах и условиях эффективного и безопасного использования туристского продукта;

– о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания, включая сведения о необходимости наличия визы для въезда в страну и (или) выезда из страны временного пребывания;

– об основных документах, необходимых для въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания;

– об опасностях, с которыми потребитель может встретиться при совершении путешествия;

– о таможенных, пограничных, медицинских, санитарно-эпидемиологических и иных правилах (в объеме, необходимом для совершения путешествия).

3) Выбор оптимального туристского продукта

Туроператор разрабатывает туристские маршруты, насыщает их услугами посредством взаимодействия с поставщиками услуг, обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг, подготавливает рекламно-информационные издания по своим турам, рассчитывает цены на туры, передает туры турагенту для их последующей реализации туристам. Турагент занимается продвижением сформированных туроператором туров: приобретает туры у туроператора и реализует их потребителю. Турагент добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно.

Преимущества сотрудничества для турагента с туроператором состоят в следующем:

- освобождение от деятельности по планированию и разработке условий тура, их согласованию с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, транспорта и объектами культурно-зрелищной программы), получение иностранных виз и др.;
- уменьшение доли ответственности перед клиентом;
- расширение сферы деятельности благодаря сотрудничеству с несколькими туроператорами, специализирующимися на разных по содержанию и качеству турпродуктах;
- обеспечение коммерческой выгоды в результате использования имиджа фирмы туроператора.

4) Рассчитывать различные варианты турпродукта

Турпродукт – это совокупность набора услуг, продукции и работ, направленные на удовлетворение основных потребностей клиента в период совершения поездки с туристскими целями.

Турпродукт включает три главных компонента: тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги, товары.

Себестоимость туристского продукта складывается из суммы переменных и постоянных затрат на организацию тура. Кроме того, в себестоимость включаются и другие затраты в соответствии с приказом председателя ГКФТ от 08.06.98 № 210.

К переменным (прямым и косвенным) затратам относится стоимость: размещения туристов в гостинице, заказного питания, перевозки, экскурсий, трансфера и организации встречи/проводов, а также комиссионные турагентам и расходы на руководителя группы.

К основным постоянным затратам туристской фирмы относятся: аренда офиса, заработная плата управленческого и иного персонала с отчислениями на социальное страхование, затраты на общую рекламу, прочие общехозяйственные расходы.

5) Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта

При оформлении туристского путешествия в офисе туроператора (турагента) турист получает на руки важные документы, подтверждающие его право на получение оплаченных услуг, а также исчерпывающую информацию об этих услугах.

К таким документам относятся:

- договор о реализации турпродукта;
- туристская путевка установленной формы;
- информационный листок к путевке; туристский ваучер;
- памятка (например, для выезжающих за рубеж).

Турпутевка – документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности, который является неотъемлемой частью договора о реализации туристского продукта и оформляется после его подписания между туроператором или турагентом и заказчиком туристского продукта. По своей юридической силе турпутевка приравнивается к кассовому чеку и предназначена для осуществления наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт.

Ваучер – многофункциональный документ, подтверждающий статус туриста, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, а также подтверждающий факт (полноту) их оказания. Ваучер (комплект ваучеров) должен быть составлен на языке страны направления и на английском языке или языке страны пребывания. В отличие от туристской путевки ваучер является документом международного характера, поэтому четкой формы он не имеет и составляется в форме, которая удобна и отправляющей, и принимающей туристов фирме, в свою очередь, турпутевка содержит только сведения, необходимые для отчетности, и составляется на русском языке, в большинстве случаев непонятном для принимающей стороны.

Страховой полис – необходимая составляющая туристского сервиса, гарантирующая туристам (путешественникам) безопасность и комфорт, постепенно прививается и на российской почве. Именно безопасность и комфорт обеспечивают туристам страхование имущества как перевозимого ими вместе с собой, так и используемого в процессе путешествий, совершения финансовых (коммерческих) сделок. Страховой полис предусматривает оплату медицинской помощи туристам и возмещение их расходов при наступлении страхового случая непосредственно в стране (месте) временного пребывания. Оформляется на русском языке и государственном языке страны временного пребывания.

б) Доставка туроператору пакета документов для получения виз

Визовая поддержка – это комплекс услуг, которым пользуется путешественник, чтобы оформить визу. Обычно комплекс включает в себя заполнение документов, сбор необходимых бумаг и их подачу в посольство, консульство или визовый центр.

Обязательный пакет документов для оформления и получения виз:

- заграничный паспорт;
- внутреннее удостоверение гражданина РФ, подтверждающее его личность;
- анкетные данные;
- фотографии (2 или 4, в зависимости от требований страны въезда);
- квитанция об уплате пошлины;
- медицинская страховка;
- свидетельство о рождении ребенка (если путешествие будет с несовершеннолетним сыном/дочерью);
- согласие родителей (при условии поездки без опекунов);
- справка о доходах с работы.

7) Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз

К документам строгой отчетности или БСО относятся квитанции, билеты, проездные документы, талоны, путевки, абонементы и другие документы, предназначенные для осуществления наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт.

Расчетные бумаги, которые выдаются взамен кассового чека, должны соответствовать ряду правил. Несоблюдение порядка изготовления и оформления не позволяет использовать документ в торговле.

Основные требования:

- Бумага изготавливается официальной типографией. Это предусматривает наличие реквизитов, тиража, номера и даты исполнения заказа.
- Расчетный документ состоит из двух частей. Основная передается клиенту после оплаты услуг, корешок остается продавцу для отчета.

Структура документа:

- сведения о туроператоре или турагенте (полное и сокращенное наименования, ИНН, ОКПО, адрес, телефон фирмы, реестровый номер, если поставщик услуг – туроператор);
- сведения о документе (наименование, серия, номер);
- сведения об оказываемых услугах (вид оказываемых услуг, количество дней путешествия, стоимость);

- сведения о клиенте турфирмы (Ф.И.О. клиента, паспортные данные);
- сведения об оплате услуг (сумма, выплаченная наличными и с карты, дата проведения расчетов);
- сведения о представителе турфирмы, получившем плату за услуги (Ф.И.О, должность);
- подпись представителя турфирмы, получившего плату за услуги;
- печать турфирмы;
- пометка о том, что форма туристской путевки является неотъемлемой частью договора на оказание туристических услуг с указанием его регданных (даты и номера).

ПК 5.2 Предоставление услуг по сопровождению туристов

1) Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут

Перед отправлением на маршрут руководитель туристской группы (гид, экскурсовод) получает в туристской организации следующие документы:

- маршрутный лист (путевой документ группы, отправляющейся в самостоятельное путешествие, менее сложное, чем поход первой категории);
- маршрутная книжка (путевой документ группы, отправляющейся в путешествие I и выше категорий сложности);
- план-задание к наряду с указанием всех реквизитов группы;
- памятку руководителя группы;
- копию калькуляции принимающего бюро путешествий (турфирмы);
- копию расчета стоимости путевки;
- бланк списка туристов;
- доверенность на обслуживание туристов;
- бланк отзыва туристов о маршруте;
- путевую информацию.

2) Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках

Процесс выполнения любого туристского маршрута разделяется на три основных этапа: подготовительный, маршрутный, заключительный.

При подготовительном этапе менеджер обязан проинструктировать туристов, ознакомить их с особенностями тура, правилами поведения в стране пребывания, погоде, эпидемиологической обстановке, безопасности. Каждый турист, по прибытию в начальную точку маршрута, проходит инструктаж с гидом-проводником. Инструктаж перед поездкой является очень ответственным моментом и завершающим этапом работы с туристом перед началом путешествия. Поэтому менеджер должен предоставить полную информацию о предстоящем

туре и ответить на все вопросы. Инструктаж проводится в устной форме на собрании группы.

3) Контроль наличия туристов

Руководитель туристской группы – представитель турфирмы, который находится с группой в течение всего времени отдыха. Иногда может быть одновременно и сопровождающим. Руководитель туристской группы во время сопровождения группы туристов отвечает за дисциплину и порядок в группе, за полное и качественное обслуживание, за соблюдение сроков пребывания за рубежом, за соблюдением маршрута следования, за безопасность жизни и здоровья туристов, за сохранность имущества туристов, за охрану окружающей среды. В его обязанности входит контролировать готовность и наличие группы, оборудования и транспортных средств; инструктировать туристов о правилах поведения; контролировать действия туристов; обеспечивать безопасность.

4) Сопровождать туристов на маршруте

Обеспечение комплексной безопасности туристов и объектов туристской деятельности включает действия всех участников туристской отрасли: турагентов и туроператоров, туристских фирм, предприятий общественного питания, коллективных средств размещения, транспортных компаний, государственных служб, ответственных за жизнь и здоровье граждан, и самих туристов.

Для обеспечения туристской безопасности на маршруте необходимо не только соблюдение норм действующего законодательства, но и грамотная деятельность уполномоченных федеральных органов исполнительной власти, обеспечивающих охрану общественного порядка и соблюдение прав и свобод людей.

Туристы на маршруте движения должны соблюдать рекомендации гида, который координирует и контролирует их деятельность на маршруте. Кроме того, досуг туристов при необходимости также должен быть организован.

За порядок в туристической группе отвечает руководитель туристической группы.

К его задачам относятся следующие положения:

- получение документов за день до выезда (не позднее 17.00 ч.);
- проверка комплектности документов, правильности их заполнения;
- ознакомление с программой тура, его описанием, данных о посещаемой стране, местными особенностями и обычаями, законами, правилами поведения;
- получение инструкций на случай действий при возникновении чрезвычайных ситуаций (болезнь или смерть туриста, задержание его властями, при возникновении пожаров и т.д.);

– получение адресов и телефонов посольств, консульств или представительств России, страховщиков, полиции, ближайших медицинских организаций, принимающей стороны.

5) Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания

Качество туристского обслуживания – это комплекс услуг и мероприятий, обладающих свойствами удовлетворять потребности и желания туристов на отдыхе и в путешествиях.

Существует два подхода к определению качества работы туроператора: агентский и потребительский.

Значение для партнерской агентской сети имеют такие показатели качества работы туроператора, как четкость и оперативность во взаимодействии с турагентами, стабильность деятельности, оптимальность соотношения цены и качества услуг, профессионализм персонала, индивидуальный подход к партнерам и выгодная ценовая политика. Эти показатели являются основными в оценке деятельности любого туроператора.

Потребительский подход к определению качества концентрируется на углублении понятия качества обслуживания туристов. Туристское обслуживание как продукт характеризуется не только комплексностью, но и такими специфическими факторами, как нематериальность, неосвязаемость, неспособность к транспортировке и хранению, а также сильной зависимостью от конкретного исполнителя (гида, экскурсовода, инструктора и т. д.).

На качество обслуживания, кроме перечисленных выше факторов, влияет ассортимент предлагаемых услуг.

б) Оформлять отчет о туристской поездке

Отчет о туристском походе – это документ, по которому МКК (маршрутно-квалификационная комиссия) оценивает реальный опыт группы, действия туристов на маршруте и грамотность тактических решений. Основная задача туристского отчета – достоверно предоставить максимум полезной информации о районе путешествия и о конкретных естественных препятствиях. Отчет должен рассказать о том, как действовала группа и содержать рекомендации для последующих путешествий.

Требования к туристскому отчету:

- должен содержать только достоверную информацию;
- может быть письменным или устным;
- вместе с отчетом в МКК предоставляются маршрутная книжка и документы, подтверждающие прохождение маршрута;
- фотографии и зарисовки, входящие в отчет, должны характеризовать сложные участки маршрута и действия туристов на них, обеспечивать последующим группам ориентирование на местности, отображать природу и достопримечательности района;

– к отчету прилагается обзорная карта (схема) района похода с нанесенным маршрутом.

ПК 5.3 Предоставление туроператорских услуг

1) Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках

Под транспортной сферой понимается часть материальной базы экономики любого государства. Ее деятельность направлена на обеспечение бесперебойного функционирования экономики.

Основные виды транспорта, которые применяются в туристской сфере:

- железнодорожный;
- автомобильный;
- воздушный;
- водный.

Как правило, туристы путешествуют несколькими видами транспорта. Например, лететь на самолете до страны, а дальше перемещаться на автобусе и т.д. Многие компании сейчас предоставляют в аренду автомобили, мопеды, велосипеды, которые также являются транспортными средствами для перемещения.

Выбор транспортного средства важен при формировании туристического маршрута. Он предполагает заранее определение точек передвижения, расчет времени и целей. Маршруты предполагают включение в них пунктов остановки, например, для питания, проживания, экскурсий, спортивных и досуговых мероприятий. В начале маршрута обозначается место сбора туристов, а также определяется конечная точка как место оказания последней услуги.

2) Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета

Разработка туристского продукта - достаточно сложный, многоступенчатый процесс, требующий комплексного, системного анализа и осуществляемый при выполнении ряда условий:

- проведение маркетингового исследования рынка для определения потенциального потребительского спроса на различные виды туристского продукта;
- определение видов, форм и элементов туристского продукта, периодичности его предоставления;
- анализ реальных затрат на разработку и реализацию предполагаемого к продаже туристского продукта;
- оценка экономической эффективности и целесообразности разработки туристского продукта на основе данных о его предполагаемых доходах и расходах.

Планирование туров - изначальная функция турфирмы, которая должна обеспечить создание привлекательного и конкурентоспособного турпродукта для его последующей реализации на рынке. Оно должно основываться исключительно на предварительной оценке спроса и предложения на рынке.

Для этого необходимо определить основные параметры ожидаемого рыночного спроса, а именно: территориальные границы рынка (город, район, область, регион); социальный состав клиентуры; виды туризма и цели путешествий; возможные объемы и сезоны поездок и т.п.

3) Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности

Основной задачей деятельности туроператора является формирование (создание) туристского продукта (тура), подкрепленного соответствующей программой обслуживания, которая обеспечивала бы требуемый уровень безопасности туристов.

Организуя работу, по формированию туристского продукта, туроператоры обязаны учесть и строго выполнять следующие требования обеспечения безопасности туристов:

- провести комплексный анализ возможных рисков и их последствий для туристов;
- спланировать и выполнить организационные меры, обеспечивающие снижение возникновения возможных рисков до приемлемого уровня;
- создать необходимые условия для обеспечения личной безопасности туристов, сохранности их имущества, беспрепятственного получения неотложной медицинской и правовой помощи;
- своевременно предоставлять туристам и экскурсантам необходимую достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора и безопасность на туристском маршруте;
- обеспечивать услуги инструкторов-проводников, если организуемые путешествия связаны с прохождением туристами маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни, здоровья (например, маршруты в горной и труднопроходимой местности, спелеологические, водные и др. объекты);
- предоставлять туристам гарантии оказания (оплаты) медицинской помощи, если законодательством страны (места) временного пребывания установлены требования таких гарантий;
- предоставлять туристам возможность дополнительного добровольного страхования жизни, здоровья, имущества и рисков при наличии угрозы безопасности;
- при возникновении необходимости организовать эвакуацию пострадавшего туриста с места происшествия и из страны (места) временного пребывания;

- приостановить путешествие, экскурсию в случае возникновения риска чрезвычайного происшествия (ситуации);

- обеспечить проведение для туристов необходимых инструктажей по безопасности с учетом специфики вида туристского путешествия (маршрута);

- своевременно предоставлять туристам информацию о реальной возможности спасения, эвакуации и оказания на маршруте квалифицированной медицинской помощи, схемах оповещения и сеансах связи.

4) Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания

Калькулирование полной себестоимости турпродукта – это система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды турпродукта. Метод калькулирования полной себестоимости позволяет получить представление о всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы продукции.

Себестоимость туристского продукта складывается из суммы переменных и постоянных затрат на организацию тура.

Основные постоянные затраты:

- аренда офиса
- заработная плата персонала туристского предприятия с отчислениями на социальное страхование;
- затраты на общую рекламу;
- прочие хозяйственные расходы и др.

Переменные затраты:

- расходы на проживание (рассчитывается исходя из стоимости номера);
- расходы на питание (стоимость питания может быть включена в стоимость проживания, а также указываться отдельно от стоимости номера, но в большинстве гостиниц завтрак входит в стоимость номера в сутки);
 - транспортные расходы (стоимость проезда до места назначения, трансфер, стоимость транспортных расходов на экскурсионное обслуживание);
 - виза, при необходимости;
 - расходы на экскурсионную программу;
 - страховка (является обязательной и оплачивается туристом по желанию, в стоимость тура она не входит и оформляется как дополнительная услуга).

6 Индивидуальное задание

Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания

Туристский продукт, сбыт его и обслуживание – это наиважнейшие звенья в деятельности любого туристского предприятия.

Туристское обслуживание – это совокупность видов деятельности, обеспечивающих туристам различные удобства при покупке и потреблении услуг и товаров во время путешествия и пребывания вне постоянного места жительства.

Одной из основных задач турфирмы «ПланетаЛайн» является увеличение прибыли и обеспечение качественного обслуживания. Получение и увеличение прибыли подразумевает под собой, прежде всего наличие и увеличение числа постоянных клиентов. Клиентов можно привлечь и удержать, если они заинтересованы в получении услуги у фирмы, а также услуга должна соответствовать качеству предлагаемых услуг туристического предприятия.

Качество туристского обслуживания – это комплекс услуг и мероприятий, обладающих свойствами удовлетворять потребности и желания туристов на отдыхе и в путешествиях. Является одним из важнейших факторов успешной деятельности туристского предприятия.

Высокое качество обслуживания побуждает клиентов пользоваться туристическими услугами чаще. Обеспечивая людей превосходным обслуживанием, компания получает приятные отзывы о своей деятельности, вследствие чего увеличивается клиентура.

Понятие качества услуг состоит из:

- Стандартов. Каждая услуга должна соответствовать общепринятым стандартам, вследствие чего она будет полностью отвечать техническим требованиям, характеристикам.
- Обширный круг потребностей. Предоставленная услуга необходима использоваться для обширного круга потребителей.
- Цена. Услуга должна обладать высоким качеством и доступной ценой.
- Применение. Результат полученной услуги применяется по назначению. Только в этом случае она может считаться быть оказанной по правилам.

Оценка качества туристского обслуживания – это положительная или отрицательная оценка эмоционального настроения, вследствие восприятия клиентом полученного обслуживания в туристском предприятии.

Основные критерии оценки качества туристского обслуживания в туристском предприятии:

- размещение (чистота помещений, дизайн, состояние территории, ассортимент услуг);
- питание (чистота помещений, качество блюд, время и атмосфера обслуживания);

– транспорт (состояние транспорта, комфортность, продолжительность маршрута и скорость передвижения).

Для того, чтобы исследовать качество туристских услуг, проводятся следующие мероприятия:

- опрос;
- формирование фокус-группы;
- повышение узнаваемости бренда, сочетание цены и качества товара;
- использование тайных покупателей.

Качество обслуживания туристов в ООО «ПланетаЛайн» можно оценить, как высокое. Предоставляемые туристские услуги клиентам полностью соответствуют ожиданиям и возможностям клиентов, услуги предоставляются клиентам в комфортных условиях, соответствуют требованиям, указанным в путевке, билете, квитанции, а также предоставляется возможность получения как основных, так и дополнительных услуг.

Заключение

Туризм занимает важное место в экономическом комплексе стран, регионов и отдельных городов. Развитие туризма способствует дальнейшему углублению процессов глобализации, интеграции и международной специализации стран. На сегодняшний день происходит большое развитие внутреннего туризма. Из-за закрытия границ туристы стали отдавать предпочтение отдыху внутри страны. Турагентство «ПланетаЛайн» использует повышенный спрос и предлагает принципиально новые турпакеты по России.

«ПланетаЛайн» является многопрофильным турагентом в Приморском крае в городе Владивосток. Туристическая компания – хорошо сформировавшаяся фирма, устойчиво стоит на туристическом рынке более 10 лет. Она стабильна в своём развитии и по мере возможности расширяет свой спектр услуг, открывает новые возможности для роста, завоёвывает расположение туристов.

Спектр услуг компании на данный момент:

- бронирование и продажа авиабилетов по любым направлениям;
- заключение договоров по страхованию туристов и багажа;
- организация трансферов для приезжих в г. Владивосток;
- реализация туристского продукта, сформированного туроператором;
- бронирование и реализация отдельных туристских услуг
- доставка туристских путевок, билетов на транспорт различных видов

Приоритеты компании:

- широкий спектр предоставляемых услуг;
- качественное обслуживание;
- индивидуальный подход к каждому клиенту;
- высококвалифицированный персонал.

Мне удалось ознакомиться со всеми основными аспектами деятельности туристического агентства "ПланетаЛайн" и должностными обязанностями его сотрудников. Мною была получена информация о маркетинговых коммуникациях компании, о средствах передачи информации, касающихся услуг целевой аудитории турагентства.

Основным преимуществом «ПланетаЛайн» является значительный опыт работы, квалифицированный персонал, гибкая ценовая политика, наличие постоянных клиентов, наличие туристских программ по Приморью.

Налаженная система франчайзинговых отношений с туроператором CoralTravel позволяет турфирме «ПланетаЛайн» занимать основные позиции на туристском рынке. Для привлечения клиентов и повышения стабильности компания активно выставляет рекламу в сети Интернет, а также выпускает огромное количество буклетов с собственными проектами.

Основная схема работы «ПланетаЛайн» по обслуживанию потребителей туристского продукта строится на личном контакте продавца с покупателем в офисе турфирмы. В будущем данное предприятие планирует стать еще более популярным среди туристов и ведущих турфирм в городе. Так же планируется создание собственного автобуса, который будет возить туристов на различные экскурсии по Приморскому краю.

Следует отметить, что в целом руководству предприятия удалось организовать достаточно эффективную систему хозяйствования как в отношении внутреннего окружения (организация, персонал, управление конфликтами и стрессами), так и в отношении внешней среды (постановка маркетинговой деятельности, принятие различных управленческих решений и др.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Колодий, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме: экономика ощущений и впечатлений: учебное пособие для СПО / Н. А. Колодий. – М.:Издательство Юрайт, 2019. –326 с.
- 2 Пищулов, В. М. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие / В.М. Пищулов-3-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 284 с.
- 3 Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 165 с.
- 4 Богданов, Е. И. Экономика отрасли туризма: учебник / Е. И. Богданов, Е. С. Богомолова, В. П. Орловская; под ред. проф. Е. И. Богданова. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 318 с.
- 5 Ансофф И. Стратегическое управление. - М.: Экономика, 2015. – 647с.
- 6 Туризм на Дальнем Востоке: бизнес, инвестиционные стратегии, образование и экология. // Материалы региональной научно – практической конференции. – Владивосток: ДВГАЭУ, 2015. – 356 с.
- 7 Борисов К.Г.: Международный туризм и право, М.: Инфра-2018г;- 277 с.
- 8 Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии: учебник для академического бакалавриата / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. – 2- е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 340 с.
- 9 Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Под ред. В.А. Алексунина. – М.: Маркетинг, 2017. – 516 с.
- 10 Маркетинг: Учебник /Под ред. А.Н.Романова. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015. – 410с.

Приложение А

Схема проезда к ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн»

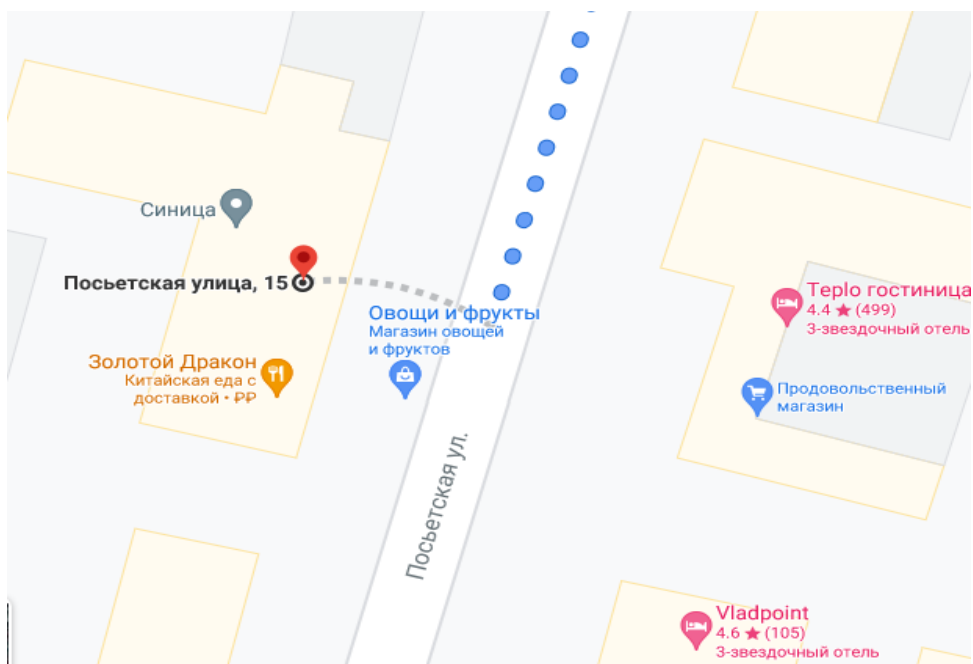


Рисунок А.1 - Схема проезда к ООО «ПданетаЛайн»

Индивидуальное задание по учебной практике

Студент(ка) Швецова Марина Алексеевна

ФИО

обучающийся(аяся) на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) учебную практику в объеме 216 часа с «11» мая 2021 г. по «21» июня 2021 г.

в организации ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн», 690912, г. Владивосток, п. Трудовое, ул. Дружбы, 16

(наименование организации, юридический адрес)

Виды и объем работ в период производственной практики

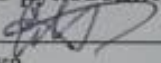
№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	1
2	Определение и анализ потребности заказчика	7
3	Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	6
4	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	6
5	Выбор оптимального туристского продукта	8
6	Доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран	8
7	Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников	8
8	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	8
9	Контроль наличия туристов	8
10	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	8
11	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	8
12	Сопровождение туристов на маршруте	8
13	Использование приемов эффективного общения и соблюдение культуры межличностных отношений	8
14	Проведение инструктажа по технике безопасности при проведении туристского мероприятия на русском и иностранном языках	8
15	Проведение инструктажа об общепринятых и специфических правилах проведения при посещении различных достопримечательностей	8
16	Взаимодействие со службами быстрого реагирования	8
17	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	8
18	Оформлять отчёт о туристской поездке	8
19	Установление и обоснование правильности выбора транспортного средства при формировании туристского продукта	8
20	Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте	8
21	Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности	8
22	Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	8
23	Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта	8
24	Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета	8

25	Предоставление сопутствующих услуг	8
26	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках	8
27	Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках	8
28	Оформление отчёта практики	12

Дата выдачи задания «11» мая 2021 г.

Срок сдачи отчета по практике «21» июня 2021г.

Подпись руководителя практики

 / Ермолович Л.О., мастер производственного обучения Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Швецова Марина Алексеевна

ФИО

обучающийся(ая) на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) учебную практику в объеме 216 часов с «11» мая 2020 г. по «21» июня 2021 г. в организации ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн», 690912, г. Владивосток, п. Трудовое, ул. Дружбы, 16

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 турагентских услуг	ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Определение и анализ потребности заказчика	<i>отлично</i>
	ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными туристских услугах, входящих в турпродукт	<i>отлично</i>
	ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Выбор оптимального туристского продукта	<i>хорошо</i>
	ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Рассчитывать различные варианты турпродукта	<i>хорошо</i>
	ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	<i>отлично</i>
	ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Доставка туроператору пакета документов для получения виз	<i>отлично</i>
	ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности	Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации	<i>отлично</i>

		туроператора по оформлению виз	
Итоговая оценка по ПМ 01. Предоставление турагентских услуг			<i>отлично</i>
Предоставление услуг по сопровождению туристов	ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	<i>отлично</i>
	ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках	<i>хорошо</i>
	ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Контроль наличия туристов	<i>отлично</i>
	ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Сопровождать туристов на маршруте	<i>отлично</i>
	ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	<i>хорошо</i>
	ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Оформлять отчет о туристской поездке	<i>хорошо</i>
Итоговая оценка по ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов			<i>отлично</i>
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках	<i>отлично</i>
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета	<i>хорошо</i>
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Формирование турпродукта с соблюдением основных	<i>хорошо</i>

		требований безопасности	
	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	<i>хорошо</i>
Итоговая оценка по ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг			<i>хорошо</i>

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

Освоено на продвинутом уровне

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

Дата 21 июня 2021 г.

Оценка за практику *Отлично*

Руководитель практики от предприятия



Троколова Е.В.
Ф.И.О.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

ДНЕВНИК

Студента Швецова Марина Алексеевна

Курса 1 группы С-ТУ-20

База практики ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн»

Начало практики 11 мая 2021г. окончание 21 июня 2021г.

ДНЕВНИК

прохождения учебной практики

Студент Швецова Марина Алексеевна

Фамилия Имя Отчество

Специальность/профессия 43.02.10 Туризм

Группа С-ТУ-20

Место прохождения практики ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн»

Сроки прохождения с «11.05.2021» по «21.06.2021»

Инструктаж на рабочем месте «11» мая 2021 г

дата

Триф. Прокофова Е.В.
подпись *Ф.И.О. инструктирующего*

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
11.05	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	5	
11.05	Определение и анализ потребности заказчика	4	
12.05	Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	5	
13.05	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	5	
14.05	Выбор оптимального туристского продукта	4	
17.05	Доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран	5	
18.05	Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников	5	
19.05	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	5	
20.05	Контроль наличия туристов	4	
21.05	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	5	
22.05	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	5	
24.05	Сопровождение туристов на маршруте	5	
25.05	Использование приемов эффективного общения и соблюдение культуры межличностных отношений	5	
26.05	Проведение инструктажа по технике безопасности при проведении туристского мероприятия на русском и иностранном языках	4	
27.05	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	4	
28.05	Оформлять отчет о туристской поездке	5	

29.05	Установление и обоснование правильности выбора транспортного средства при формировании туристского продукта	4	
31.05-01.06	Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте	4	
02.06-03.06	Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности	5	
04.06-05.06	Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	5	
07.06-08.06	Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта	5	
09.06-10.06	Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета	4	
11.06-12.06	Предоставление сопутствующих услуг	5	
14.06-15.06	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках	4	
16.06-17.06	Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках	5	
18.06-19.06	Оформление отчёта практики	5	
21.06	Дифференцированный зачет	5	

Руководитель

М.П.



[Handwritten signature]
подпись

[Handwritten signature]
Ф.И.О.

Характеристика деятельности студента
Швецова Марина Алексеевна
группы С-ТУ-20 при прохождении учебной 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>средний</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>средний</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>высокий</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 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	<i>средний</i>
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	<i>высокий</i>
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	<i>высокий</i>
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности	<i>средний</i>
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, выучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	<i>высокий</i>
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы	<i>высокий</i>
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности	Составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта	<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>высокий</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>средний</i>
ПК 2.3	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	<i>средний</i>
ПК 2.4	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях	<i>средний</i>
ПК 2.5	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	<i>высокий</i>

ПК 2.6	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	<i>средний</i>
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний	<i>высокий</i>
ПК 3.2	Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	<i>средний</i>
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	<i>высокий</i>
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран. Работа с запросами клиентов	<i>высокий</i>

Руководитель практики (от организации) Проконова Елена Викторовна

(рабочий тел.)



Характеристика

Студент 1 курса специальности «Туризм» проходил учебную практику в туристской фирме «ПланетаЛайн» с «11» мая 2021 г. по «21» июня 2021 г.

В течение всего периода практики, студент Швецова Марина Алексеевна проявила такие качества как ответственность, коммуникабельность, внимательность и дисциплинированность, интересовалась особенностями работы.

К поручениям руководителя практики относилась со всей ответственностью и инициативой, выполнял все поставленные перед ней задачи. Выполняла их добросовестно, быстро и в строгом соответствии с поставленной задачей.

В ходе работы студентка Швецова Марина Алексеевна продемонстрировала отличные теоретические знания полученные в колледже., а также кадрового документооборота. Проявила Оказала помощь сотрудникам в работе на компьютере и заполнении необходимой документации.

За время прохождения практики зарекомендовал себя с положительной стороны.

По результатам практики заслуживает оценку «отлично».

Руководитель практики от организации



Е. В. Прокопова

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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Швецова Марина Алексеевна
Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-20-1
согласно приказу ректора № 3366-с от 30.04.2021 года
направляется в ООО «ПланетаЛайн», г. Владивосток
для прохождения учебной практики по специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 6 недель
с 11.05.2021 года по 21.06.2021 года.

Руководитель практики Ермолович Л.О.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО «Туристическая фирма «Планета Лайн»	11.05.2021г	
ООО «Туристическая фирма «Планета Лайн»	21.05.2021г	

