



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

Академический колледж

## ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю

ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг

ПМ 04. Управление функциональным подразделением организации

программы подготовки специалистов среднего звена  
43.02.10 Туризм

период с «12» марта по «15» апреля 2022 года

Студент группы С-ТУ-20

Швецова М.А

подпись

Наименование предприятия:  
ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн»

Руководитель практики от предприятия

Проконова Е.В

подпись

Отчет защищен:

с оценкой

Руководитель практики от ООО

Ермолович Л.О

Владивосток 2022

## Содержание

Введение.....	4
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «ПланетаЛайн».....	6
1.1 История создания и развития предприятия.....	6
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия.....	6
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	8
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	10
1.5 Перспективы развития предприятия.....	12
2 Организационно-технологические аспекты деятельности ООО «ПланетаЛайн».....	14
2.1 Анализ деятельности предприятия.....	14
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	15
2.3 Информационные технологии предприятия.....	17
3 Технология продвижения стимулирования продаж туристского продукта.....	18
4 Система обеспечения безопасности.....	20
5 Формирование профессиональных компетенций за время прохождения практики.....	21
6 Индивидуальное задание.....	25
Заключение.....	27
Список использованных источников.....	29
Приложение А. Схема проезда к ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн».....	30

## 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 г. 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. Посъетская, д. 15. Часы работы: понедельник- пятница 10:00-18:00. Телефоны: +7(432)610-290, факс: 610-007 (Приложение А). Туристская 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 организовывает 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 30 000 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. 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. 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 о экскурсионные маршруты в Китай, Гонконг, Сайпан, Сингапур, Таиланд, Вьетнам, Южную Корею, Японию, Филиппины, Малайзию и Европу.

А также туристская компания «ПланетаЛайн» имеет большой выбор экскурсий и туров 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, 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. Основопологающим 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 производства.

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, клиент ориентированностью 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.

## 2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия

### 2.1 Анализ деятельности предприятия

ООО «ПланетаЛайн» занимается турагентской деятельностью. Под турагентской деятельностью, в соответствии с Законом РФ «Об основах туристской деятельности», понимается деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом.

Турагент – это посредник, занимающийся продажей сформированных туроператором туров, действующий на основе посреднических договоров, или продавец, действующий на основе договоров купли-продажи туристских продуктов.

«ПланетаЛайн» – многопрофильный турагент, то есть осуществляющий комплексное обслуживание любых клиентов, включая отпускников, командированных и прочее.

Компания предлагает, реализует и продвигает туристский продукт клиенту в виде комплексов или свободного набора услуг. Любой предлагаемый вид отдыха адаптируется опытными менеджерами под предпочтение и желание клиента.

ПланетаЛайн организует пляжный отдых, лечебный, экскурсионные туры, продажу авиа и ж/д билетов, а также отдельные туры для детей.

Фирма по желанию клиента добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно.

Основными направлениями деятельности турагентства являются:

- предоставление информации клиентам;
- работа с клиентами бронирование и оформление авиа- железнодорожных автобусных билетов бронирование и оформление гостиниц оказание помощи в выдаче виз трансфер;
- продажа тура маркетинг и реклама;
- работа с туроператорами.

Миссия турфирмы «ПланетаЛайн» это предоставление высококачественных туруслуг и поднятие престижа и ценности работы турагента, не только как продавца туров, но и как высококвалифицированного специалиста, консультанта по туризму. Турагентство является в франчайзинговых отношениях с туроператором ColarTravel.

Главной рыночной задачей ООО «ПланетаЛайн» является обеспечение устойчивого положения на туристском рынке и получение прибыли, а также полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам и туристским центрам и продвижение этой информации с помощью рекламы.

## 2.2 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. Оформление договоров и иных документов производится с использованием локальной сети и сети Интернет, что позволяет менеджерам увеличивать производительность работы и уменьшать время по делопроизводству.

Технология обслуживания клиентов 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.

Менеджеры при работе с туристами внимательно пытаются изучить желания клиента, стараются предложить наиболее выгодный маршрут, всегда советуют время года, в которое лучше провести свой отпуск, страну и наиболее подходящий отель или курорт, соответствующий запросам, интересам и возрастной категории отдыхающих.

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;
- 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.

### 2.3 Информационные технологии предприятия

Информатизация является одной из характерных черт современного общества. С помощью информационных технологий можно экономить человеческие ресурсы, энергию, материальные затраты, которые необходимы для реализации туристической деятельности [8].

Туризм – это сфера экономики, которая остро нуждается в информационных технологиях, потому что от скорости обработки информации напрямую зависит ее функционирование. На информационных технологиях базируется деятельность авиакомпаний, так как маршруты строятся при помощи электронных систем. С помощью программ осуществляется контроль за полётами, персоналом, бухгалтерией и планированием. На основе систем базируется работа спутникового сбора информации, система передачи сообщений.

В настоящее время сформировались следующие направления информационных технологий в туризме:

- локальная автоматизация туристского офиса;
- внедрение прикладных программ автоматизации формирования, продвижения и реализации туристского продукта;
- использование систем управления базами данных;
- внедрение телекоммуникационных систем резервирования мест в отелях и бронирования билетов;
- внедрение мультимедийных маркетинговых систем;
- использование Интернета.

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.

Туристская компания «ПланетаЛайн» имеет в своём офисе 3 городские телефонные линии, факс, ксерокс, сканер, 3 компьютеров, 3 принтера и подключение к сети Интернет.

Для обеспечения функционирования технических средств и решения с их помощью задач пользователя необходимо соответствующее программное обеспечение. В турфирме «ПланетаЛайн» используют такие компьютерные программы как: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point.



### 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.

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. Страхование все чаще становится обязательным условием любого тура.

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 Формирования профессиональных компетенций

### ПК 5.1 Предоставление туроператорских услуг

#### 1) Оформлять отчетную документацию о туристской поездке

Сформированный, готовый к реализации туристский продукт (тур) подразумевает его обязательное методическое обеспечение. Методическое обеспечение воплощается в виде подготовки специальной технологической документации, которая призвана полностью охарактеризовать сам тур, процессы его производства и услуги, предоставляемые туристам. Это необходимо для четкой, оперативной и гибкой работы сотрудников фирмы, а также для возможности постоянного контроля содержания тура, его выполнения и для работы над его совершенствованием.

Отчет о туристской поездке – это документ, по которому оценивается реальный опыт группы, действия туристов на маршруте и грамотность тактических решений.

Основная задача туристского отчета – передать максимум достоверной полезной информации о районе путешествия и о конкретных локальных препятствиях. В нем должны быть сведения о путях сообщения с районом похода, особенностях организации передвижения, заповедниках и пограничных зонах, естественных препятствиях, климатических особенностях и др. Отчет должен рассказать о том, как действовала группа и содержать рекомендации для последующих путешествий.

#### 2) Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта

Анализ деятельности туристической организации – это комплексное изучение его работы для объективной оценки достигнутых результатов, обеспечения конкурентоспособности, роста эффективности работы и качества обслуживания.

Анализ охватывает все области работы туристской организации и характеризует влияние условий, в которых она происходит. Особое внимание уделяется поиску причин, которые препятствуют росту эффективности работы или приведших организацию к состоянию неопределенности.

Под маркетинговым исследованием туристского рынка понимают систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой задачей: их сбор, анализ и отчет о полученных сведениях, выводах и рекомендациях. Маркетинговые исследования в туризме являются функцией, связывающей через информацию туристическое предприятие с рынками, потребителями, конкурентами и другими элементами среды его функционирования. Бывает четыре направления маркетинговых исследований: поисковые, описательные, экспериментальные, оправдательные.

#### 3) Формировать туристский продукт

Тур выступает в качестве особого туристического продукта, в той форме, в какой он имеется на рынке туризма. Потребители, приходя в туристическую организацию, не ищут отдельную услугу или товар, а выбирают их наиболее оптимальное сочетание. Данное сочетание и является туристическим продуктом.

Тур – это комплекс туристских услуг, работ и товаров, взаимоувязанных между собой и направленных на достижение главной цели, определенных программой, временем, ценой, туристским маршрутом.

Составление турпродукта как для российских, так и для зарубежных клиентов проходит через следующие этапы:

- генерирование идей относительно турпродукта, его количественных и качественных свойств на основе постоянного изучения действительного и постоянного спроса;
- разработка концепции нового турпродукта;
- пробный маркетинг, означающий продажу на рынке первой партии нового турпродукта с целью определения отношения к нему потенциальных покупателей;
- коммерциализация данного турпродукта, заключающаяся в организации его массовой продажи.

В иностранном туризме, как и в туризме вообще, туристским продуктом является пакет услуг, удовлетворяющий потребностям потенциальных клиентов, в данном случае – иностранных туристов, во время их зарубежных путешествий и подлежащий оплате ими. Это – комплекс гостиничных, транспортных, экскурсионных, переводческих, различных бытовых и коммунальных, медицинских, посреднических и других услуг.

#### 4) Рассчитывать стоимость туристского продукта

Калькуляция полной себестоимости турпродукта – это система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды турпродукта. Метод калькуляция 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.

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.

#### ПК 5.2 Управление функциональным подразделением организации

### 1) Планировать деятельность подразделения

Обслуживание – система трудовых операций, полезных действий, различных усилий, которые осуществляют производители сервисного продукта по отношению к потребителю, удовлетворяя его запросы и предоставляя ему предусмотренные блага и удобства.

Обслуживание туриста в офисе начинается с приема, установления контакта и выявления его потребностей.

Планирование – это непрерывный процесс определения средств по достижению сроков и последовательности действий, распределения управленческих ресурсов. Сущность планирования в туризме проявляется в конкретизации целей, задач, средств их достижения, сроков и последовательности реализации, выявлении материальных, трудовых и финансовых ресурсов, необходимых для решения поставленных задач.

Различают перспективное (стратегическое), тактическое (среднесрочное) и оперативное (текущее) планирование. Планирование управления туристической деятельностью начинается с процесса стратегического планирования - по разработке стратегических планов, программ.

### 2) Организовывать и контролировать деятельность подчиненных

Организационная структура – это упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, устойчивыми отношениями, обеспечивающих их функционирование и развитие как целого. Целью организационной структуры управления является обеспечение устойчивого развития социально-экономической системы через формирование, сохранения и совершенствования способов взаимосвязи и взаимодействия системы с внешней средой и внутренней взаимодействия элементов системы.

Управление персоналом – это комплексное, целенаправленное воздействие на коллектив с целью обеспечения оптимальных условий для творческого, инициативного, сознательного труда отдельных его работников, направленного на достижение целей предприятия.

Система управления персоналом туристской организации состоит из следующих взаимосвязанных подсистем:

- кадровая политика;
- принципы, механизмы и методы управления персоналом;
- система найма и высвобождения персонала.
- система отбора персонала;
- система развития персонала;
- система стимулирования.

### 3) Оформлять отчетно-планирующую документацию

Деловая документация – это официально-деловые документы, регламентирующие деятельность организаций, учреждений, предприятий и туристских фирм. Их часто называют управленческими, а их совокупность – управленческой документацией.

К отчетным относят документы, содержащие сведения о результатах деятельности предприятия за определенный период времени. Эти документы могут составляться по различным направлениям деятельности. Отчетная документация в деятельности предприятий и государства выполняет функцию обратной связи, позволяя сопоставить полученные результаты с плановыми показателями. Ее анализ позволяет корректировать и совершенствовать деятельность.

Основной отчетный документ турфирмы – туристская путевка. Это документ строгой отчетности, заменяющий выдачу кассового чека.

Порядок отчетности турагента перед туроператором определяется соглашением сторон и происходит посредством факсимильной, электронной или иной связи, позволяющей зафиксировать факт отправки и получения документов. Туроператор вправе затребовать от турагента месячный, квартальный, полугодовой и годовой отчеты по расчетам и платежам, а турагент обязан представить их не позднее десяти календарных дней после окончания отчетного периода.

## 6 Индивидуальное задание

### Осуществление маркетинговых исследований

В быстро изменяющихся условиях туристского рынка важнейшей маркетинговой функцией любого туристического предприятия является проведение маркетинговых исследований. Без них компания не сможет ориентироваться в бизнес-среде, узнать характеристики интересующих её рынков, изучить действия конкурентов и потребности своих клиентов.

Маркетинговые исследования – это систематический сбор, регистрация и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом туристских услуг, с целью снижения информационной неопределенности и коммерческого риска.

Комплексное маркетинговое исследование проводится туристской фирмой самостоятельно или его проведение заказывается специализированным маркетинговым фирмам. Они могут быть применены к любой стороне маркетинга, которая требует наличия информации для содействия принятию оптимального решения.

Комплекс маркетинга туристского предприятия состоит из:

- туристского продукта;
- цена;
- сбыт;
- коммуникации.

Маркетинговые исследования в туризме являются функцией, связывающей через информацию туристского предприятие с рынками, потребителями, конкурентами и другими элементами среды его функционирования. Цель маркетинговой деятельности туристского предприятия – управление туристским предприятием исходя из требований рынка, что позволяет предоставлять потребителям требуемый туристский продукт в определенное время и в определенном месте.

Маркетинговыми исследованиями занимаются в основном крупные фирмы, которые могут позволить себе содержать специальный отдел. В таком отделе может работать от одного до нескольких десятков сотрудников. Среди сотрудников отдела – разработчики планов исследований, статистики, социологи, психологи, специалисты по моделированию. Мелкие фирмы могут обращаться с просьбой спланировать или провести такое исследование в специальную организацию или кооперироваться для их проведения.

При планировании маркетинговых исследований в туристских компаниях нужно учитывать все направления деятельности.

Маркетинговые исследования имеют следующие этапы:

- определение проблемы;
- разработка концепции исследования;



- кабинетные маркетинговые исследования;
- полевые исследования рынка;
- анализ конъюнктуры рынка;
- исследование внешних рынков;
- формирование маркетинговой информационной системы;
- управленческое решение проблемы.

Главной задачей маркетингового исследования туристской фирмы «Планета-Лайн» является всесторонний анализ внутренней и внешней среды туристского предприятия и подготовка на этой основе информации, необходимой для принятия решений, касающихся производственно-сбытовой деятельности.

Маркетинговое исследование необходимо туристским фирмам, так как их деятельность в условиях рынка и конкуренции всегда связана с большим или меньшим финансовым риском, степень которого особенно возрастает во внешнеэкономической деятельности, в том числе и в области туризма.

## 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. – Москва.: 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. – Москва: 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, Москва: 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., исп. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2018. – 340 с.
- 9 Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Под ред. В.А. Алексунина. – Москва: Маркетинг, 2017. – 516 с.
- 10 Маркетинг: Учебник /Под ред. А.Н.Романова. - Москва: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015. – 410с

## Приложение А

### Схема проезда к ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн»

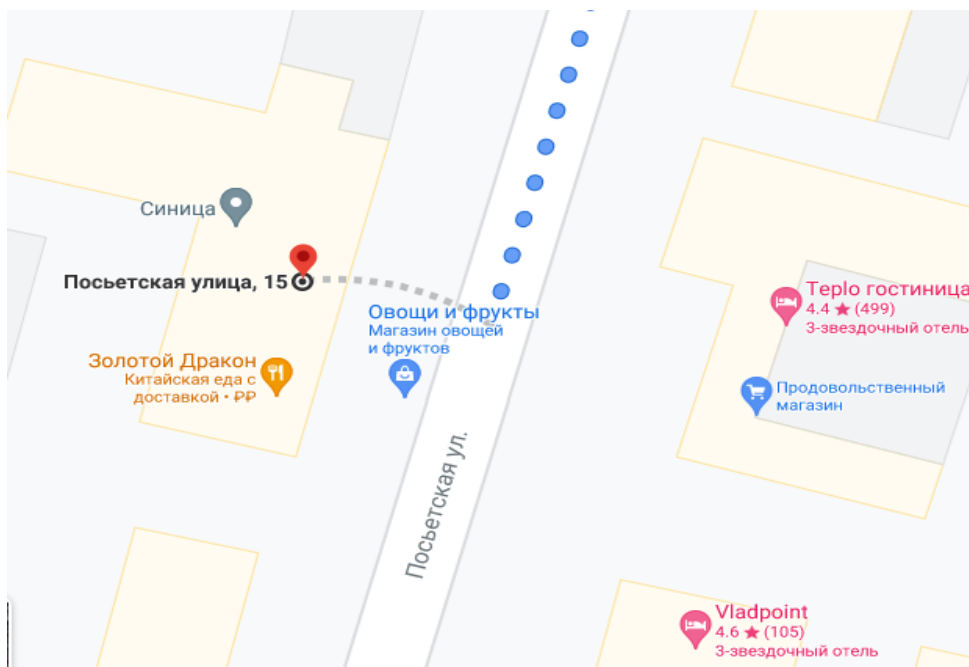


Рисунок А.1 - Схема проезда к ООО «ПланетаЛайн»

### Индивидуальное задание по производственной практике

Студент(ка) Швецова Марина Алексеевна  
 обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную практику в объеме 180 часов с «12» марта 2022 г. по «15» апреля 2022 г.  
 в организации ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн», 690912, г. Владивосток, п. Трудовое, ул. Дружбы 16

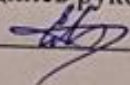
#### Виды и объем работ в период производственной практики

№ 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	Осуществление маркетинговых исследований	7
3	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	8
4	Распространение рекламных материалов и сбор информации	8
5	Ведение документооборота с использованием информационных технологий	8
6	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	8
7	Работа с заявками на бронирование турпродукта	8
8	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	8
9	Работа с запросами клиентов	8
10	Работа с агентскими договорами	8
11	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	8
12	Контроль наличия туристов	8
13	Использовать каталоги и ценовые приложения	8
14	Построение управленческой деятельности	8
15	Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности	8
16	Организация управленческих команд	8
17	Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности	8
18	Ведение деловой документации	8
19	Работать и организовывать работу с офисной техникой	8
20	Осуществление хранения и поиска документов	8
21	Осуществление автоматизированной обработки документов	8
22	Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте	8
23	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	12

Дата выдачи задания «12» марта 2022 г.

Срок сдачи отчета по практике «15» апреля 2022 г.

Подпись руководителя практики



/ Ермолович Л.О., преподаватель Академического колледжа

## АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) \_\_\_\_\_ Швецова Марина Алексеевна \_\_\_\_\_  
 ФИО

обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную практику в объеме 180 часов с «12» марта 2022 г. по «15» апреля 2022 г. в организации ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн», 690912, г. Владивосток, п. Трудовое, ул. Дружбы 16

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

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Ведение документооборота с использованием информационных технологий	Отлично
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	Отлично
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	Отлично
	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Работа с запросами клиентов	Хорошо
<b>Итоговая оценка по ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг</b>			<b>Отлично</b>
Управление функциональным подразделением организации	ПК 4.1 Планировать деятельность подразделения	Построение управленческой деятельности	Хорошо
	ПК 4.2 Организовывать и контролировать деятельность подчиненных	Организация управленческих команд	Отлично
	ПК 4.3 Оформлять отчетно-планирующую документацию	Ведение деловой документации	Отлично
<b>Итоговая оценка по ПМ. 04 Управление функциональным подразделением организации</b>			<b>Отлично</b>

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 15 апреля 2022 г.

Оценка за практику Отлично

Руководитель практики от предприятия

[подпись]  
подпись  
М.П.

Троконова С.В.  
Ф.И.О.





# ДНЕВНИК

## прохождения производственной практики

Студент Швецова Марина Алексеевна

Специальность/профессия 43.02.10 Туризм

Группа С-ТУ-20

Место прохождения практики ООО Туристическая фирма «ПланетаЛайн»

Сроки прохождения с «12.03.2022» по «15.04.2022»

Инструктаж на рабочем месте «12» марта 2022 г.

*дата*

*Подпись*

Проколова Е.В.

*Ф.И.О. инструктирующего*

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
12.03	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	5	<i>Проколова Е.В.</i>
12.03	Осуществление маркетинговых исследований	5	<i>Проколова Е.В.</i>
14.03	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	5	<i>Проколова Е.В.</i>
15.03	Распространение рекламных материалов и сбор информации	5	<i>Проколова Е.В.</i>
16.03	Ведение документооборота с использованием информационных технологий	5	<i>Проколова Е.В.</i>
17.03	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	5	<i>Проколова Е.В.</i>
18.03	Работа с заявками на бронирование турпродукта	5	<i>Проколова Е.В.</i>
19.03	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	5	<i>Проколова Е.В.</i>
21.03	Работа с запросами клиентов	5	<i>Проколова Е.В.</i>
22.03	Работа с агентскими договорами	5	<i>Проколова Е.В.</i>
23.03	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	5	<i>Проколова Е.В.</i>
24.03	Контроль наличия туристов	5	<i>Проколова Е.В.</i>
25.03	Использовать каталоги и ценовые приложения	5	<i>Проколова Е.В.</i>
26.03	Построение управленческой деятельности	5	<i>Проколова Е.В.</i>
28.03- 29.03	Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности	5	<i>Проколова Е.В.</i>
30.03- 31.03	Организация управленческих команд	5	<i>Проколова Е.В.</i>
01.04- 02.04	Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности	5	<i>Проколова Е.В.</i>
04.04- 05.04	Ведение деловой документации	5	<i>Проколова Е.В.</i>
06.04- 07.04	Работать и организовывать работу с офисной техникой	5	<i>Проколова Е.В.</i>
08.04-	Осуществление хранения и поиска документов	5	<i>Проколова Е.В.</i>

09.04			
11.04	Осуществление автоматизированной обработки документов	5	
12.04	Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте	5	
13.04-14.04	Оформление отчёта практики	5	
15.04	Дифференцированный зачет	5	

Руководитель

*Е.В. Проколова*  
подпись

Проколова Е.В

М.П.



Характеристика деятельности студента  
Швецова Марина Алексеевна  
 группы С-ТУ-20 при прохождении производственной практики

Код	Общие компетенции	Основные показатели оценки результата	***Уровень (низкий, средний, высокий)
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к своей будущей профессии	Высокий
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в туристской области; Оценка эффективности и качества выполнения	Высокий
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Решения в стандартных и нестандартных профессиональных задач в туристской области	Средний
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные	Высокий
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для профессиональной деятельности	Применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	Высокий
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с коллегами, потребителями туристских услуг	Высокий
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция собственной работы	Средний
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Обновление знаний, приобретение новых способов мышления, новых методов и приемов работы	Высокий
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Анализ новых технологий в области технологических процессов туристского обслуживания	Высокий
ПК 3.1	Оформлять отчетную документацию о туристской	Ведение документооборота с использованием	Высокий

	поездке	информационных технологий	
ПК 3.2	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний	Высокий
ПК 3.3	Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	Высокий
ПК 3.4	Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	Средний
ПК 4.1	Планировать деятельность подразделения	Построение управленческой деятельности	Высокий
ПК 4.2	Организовывать и контролировать деятельность подчиненных	Организация управленческих команд	Средний
ПК 4.3	Оформлять отчетно-планирующую документацию	Осуществлять ведение деловой документации	Высокий

Руководитель практики (от организации) \_\_\_\_\_

*Е.В. Прокопова*

Прокопова Е.В.

М.П.



## Характеристика

Студент 2курса специальности «Туризм» проходил производственную практику в туристской фирме «ПланетаЛайн» с «12» марта 2022 г. по «15» апреля 2022 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

М.П



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 № 1374-с от 28.02.2022 года  
направляется в ООО "Туристическая фирма Планета Лайн", г. Владивосток  
для прохождения производственной практики по специальности 43.02.10 «Туризм» на  
срок 5 недель с 12.03.2022 года по 15.04.2022 года.

Руководитель практики Ермолович Л.О.



### Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО "Планета Лайн"	12.03.2022 года	
ООО "Планета Лайн"	15.04.2022 года	

