

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

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

программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 «Туризм»

период с «12» марта по «15» апреля 2024 года

Студент группы СО-ТУ-21-1



М. В. Назарян

Наименование предприятия: АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Руководитель практики
от предприятия



О.Н. Ибрагимова

Отчет защищен:

с оценкой отлично

Руководитель

практики от ОО



И.В Григорьевская

Владивосток 2024

Содержание

Введение	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»	5
1.1 История создания и развития предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма собственности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»	5
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений	7
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний».....	8
1.5 Перспективы развития предприятия.....	9
2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»	11
2.1 Анализ деятельности предприятия.....	11
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии	11
2.3 Информационные технологии предприятия.....	12
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта	14
4 Система обеспечения безопасности	15
5 Технология формирования профессиональных компетенций	16
6 Индивидуальное задание	24
Заключение	27
Список использованных источников	28
Приложение А. Логотип АО «Приморское агентство авиационных компаний».....	29
Приложение Б. Официальный сайт АО «Приморское агентство авиационных компаний».....	30
Приложение В. Официальная страница АО «Приморское агентство авиационных компаний» в социальной сети «ВКонтакте».....	31

Введение

Туризм – временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия, отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работы в посещаемом месте.

Цель туризма – один из главных и определяющих его признаков. В классической теории туризма признается всего семь общих целей, по которым туризм отграничивается от путешествий вообще: оздоровительная (восстановление духовных и физических сил человека, а также лечение); познавательная (совершенствование и углубление знаний о природе естественных явлений, прошлом и настоящем человечества, истории и культуре других стран и народов); спортивная (подготовка и участие в соревнованиях и играх на профессиональном и любительском уровнях, а также участие в качестве зрителей); профессионально-деловая (бизнес-поездки, участие в конференциях, конгрессах, семинарах, обмен опытом, профессиональное обучение); религиозная (паломнические, культовые, культурно-исторические по изучению религии и культов); гостевая и ностальгическая (посещение родственников, мест исторического проживания).

Роль туризма в мировой практике постоянно возрастает. Будучи одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамичных отраслей, туризм обеспечивает 10% оборота производственно-сервисного рынка планеты. Политическое значение туризма, особенно международного, заключается во взаимном сближении, обмене мнениями и взглядами между жителями разных стран и континентов. Туризм может способствовать установлению связи между народами, закладывая основы для мирного сотрудничества, и послужить одним из путей укрепления мира.

Целью производственной практики является закрепление знаний, полученных на лекционных и практических занятиях, приобретение практических навыков в сфере туризма.

В ходе данных компетенций в период с 12.03.2024 по 15.04.2024 необходимо научиться:

- а) определять и анализировать потребности заказчика;
- б) выбирать оптимальный туристский продукт;
- в) выявлять и анализировать запросы потребителей и возможности их реализации, информировать потребителей о туристских продуктах;

г) контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут, инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте, контролировать в соответствии с этим их действия и обеспечивать их безопасность;

д) контролировать качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг.

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

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

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

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

Сегодня Билетур – это Всероссийская сеть, насчитывающая более 50 филиалов по всей России: Москва, Санкт-Петербург, Приморский и Хабаровский край, Еврейская Автономная область, Сахалин и Камчатка [1].

Современные технологии и квалифицированные специалисты «БИЛЕТУР» оказывают клиентам услуги по продаже авиа и железнодорожных перевозок, туристических услуг, страхованию пассажиров, оформлению виз и прочих услуг, связанных с организацией поездок.

За время своего развития компания получила множество наград и благодарностей.

Компания включена в Список туристических организаций Приморского края, имеющих право на осуществление деятельности в рамках Соглашения с КНР от 29.02.2000 о безвизовых групповых туристических поездках [2].

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

Учредительные документы – документы, определяющие индивидуальные особенности статуса конкретного юридического лица в рамках действующего законодательства.

Компания «Билетур» является акционерным обществом.

Акционерное общество (АО) – предприятие, нацеленное на получение прибыли, с уставным капиталом, разделенным на акционеров. Количество акционеров определяется уставом, где закрепляются их права, правила распределения прибыли, величина влияния и другие правила работы. Отличительной особенностью является то, что участники АО не несут ответственность за работу компании, не отвечают за ее долги. Их риск ограничен потерей стоимости акций.

Общее собрание акционеров имеет наивысшую власть, состоит из держателей обыкновенных акций и определяет основной вектор развития компании, распределяет прибыль.

Совет директоров подчиняется общему собранию. Выполняет решения совета правления, осуществляется оперативное управление и назначает исполнительного директора. В исключительных случаях, совет правления выбирает исполнительного директора. Директор, в свою очередь, выполняет поручения совета директоров и отчитывается перед ним за проделанную работу.

Если в уставных бумагах открытого акционерного общества прописан единоличный исполнительный орган – генеральный директор избирается советом правления на ежегодном собрании. Деятельность предприятия полностью подчиняется российскому законодательству, в частности Федеральному Закону РФ «Об акционерных обществах».

Документы туристской фирмы «Билетур» можно разделить на три большие группы, относящиеся к разным видам деятельности: учредительные и иные разрешительные документы; документы, относящиеся к разработке туров; документы, выдаваемые туристам.

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

Учредительные документы АО «Приморское агентство авиационных компаний»:

- свидетельство ИНН;
- свидетельство ОГРН;
- устав АО «Приморское агентство авиационных компаний» от 23.05.2018;
- выписка из ЕГРЮЛ;
- карточка предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»;
- информация о цепочке собственников.

Таким образом, основным документом, определяющим деятельность АО «Приморское агентство авиационных компаний», является его Устав, зарегистрированный надлежащим образом.

Реквизиты предприятия:

- ОГР: 1022502275399;
- ИНН: 2540039013;
- КПП: 254001001.

Генеральный директор: Солодовникова Наталья Николаевна.

Юридический адрес: 690090 Приморский край, г. Владивосток, ул. Тигровая 20а [3].

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

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Под организационной структурой управления понимается упорядоченная совокупность устойчиво взаимосвязанных элементов, обеспечивающих функционирование и развитие организации как единого целого. Организационная структура занимает особое место во внутренней среде туристского предприятия.

Организационная структура управления представляется в виде системы оптимального распределения функциональных обязанностей, прав и ответственности, порядка и форм взаимодействия между входящими в ее состав органами управления и работающими в них людьми. Она направлена прежде всего на установление четких взаимосвязей между отдельными подразделениями фирмы, распределения между ними прав и ответственности. В ней реализуются различные требования к совершенствованию систем управления, выражающиеся в тех или иных принципах [4].

Организационная структура АО «Приморское агентство авиационных компаний» представлена на рисунке 1.

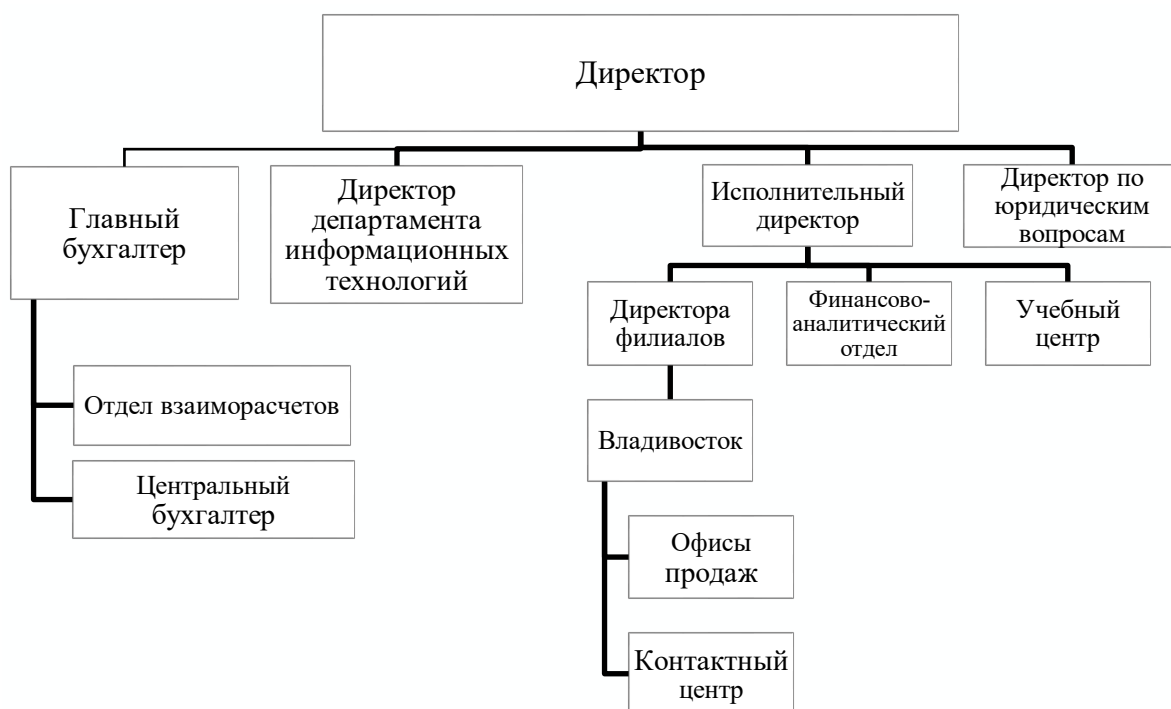


Рисунок 1 – Организационная структура предприятия «Билетур», 2024 г.

Организационная структура АО «Приморское агентство авиационных компаний» является линейно-функциональной.

Генеральный директор АО «Приморское агентство авиационных компаний» работает с главным бухгалтером, исполнительным директором, директором по юридическим вопросам, директором департамента информационных технологий.

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

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

Менеджер службы приёма и размещения руководит деятельностью этой службы, решает конфликтные ситуации, которые возникают между персоналом или с клиентами. Администратор отвечает за проверку документов клиентов, оформляет гостя при заселении или при выселении, предоставляет номера, работает с жалобами клиентов, а также снабжает гостей необходимой информацией.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Основные задачи деятельности АО «Приморское агентство авиационных компаний»: продажа авиа и железнодорожных билетов и туристические услуги.

Основные виды туристических услуг, оказываемых предприятием АО «Приморское агентство авиационных компаний»:

- отдых в России: экскурсионные, пляжные, горнолыжные, экологические, исторические и природные туры;
- отдых в Азии;
- отдых на лучших пляжах мира;
- отдых в странах Европы и Америки;
- организация морских круизов;
- детский отдых;
- организация групповых, индивидуальных, корпоративных, спортивных и VIP туров;
- кредитование на туры;
- организация чартерных рейсов;
- визовая поддержка;
- бронирование гостиниц;

- трансфер в/из аэропорт(-ов) по России и за рубежом;
- аренда.

Отдельной услугой агентства является продажа авиа и железнодорожных билетов:

- работа с ведущими авиакомпаниями, предоставление всех скидок и льгот авиакомпаний;
- помощь в подборе маршрута и тарифа при покупке авиабилета;
- бронирование авиабилетов в любую страну мира, на рейсы любых авиакомпаний;
- корпоративное обслуживание организаций;
- продажа железнодорожных билетов;
- система «купи билет в одном филиале, а забери в другом»;
- обмен и возврат авиабилетов, приобретенных в филиалах АО «Приморское агентство авиационных компаний» возможен в любом филиале, независимо от места его нахождения;
- авиабилеты в кредит;
- страхование пассажиров;
- онлайн бронирование;
- круглосуточная поддержка контактного центра [1].

В настоящее время туристский рынок очень изменчив и находится в нестабильном состоянии, поэтому для успешной работы туристское предприятие должно уметь подстраиваться под эти изменения. Прежде всего, это открытие новых направлений и совершенствование старых туров. За годы своей работы «Билетур» собрал устойчивую клиентскую базу, поэтому о заниженном спросе на свой продукт беспокоиться не стоит. Для улучшения позиции турфирмы «Билетур» и преодоления существующих слабых сторон необходимо определиться с выбором стратегии. В данной ситуации целесообразно выбрать стратегию роста. Результатом ее реализации станет появление у турфирмы долговременных конкурентных преимуществ, позволит расширить ассортимент предоставляемых услуг, а также привлечь новых клиентов.

1.5 Перспективы развития предприятия

Для успешного развития своей фирмы АО «Приморское агентство авиационных компаний» необходимо изучать опыт конкурентов и видеть перспективы собственного развития. В основном, изучением конкурентов занимается отдел рекламы, который может выступать в роли «тайного покупателя». Нужно это для того, чтобы сравнить цены и качество продуктов своих соперников. Необходимо проработать свои слабые стороны, такие как: неразвитая инфраструктура, малая известность о туристских продуктах,

неразвитость рынка инвестиций, необходимого для развития материальной базы туризма. Положительно настроенная по отношению к фирме и хорошо информированная общественность является одним из решающих факторов её развития и совершенствования. Положительно настроенные клиенты – залог успеха. Также компании очень важно определить круг потенциальных клиентов фирмы, их запросы и пожелания, финансовые возможности и, исходя из этого, затем уже определять комплекс дальнейших действий, направленных на их завоевание и удержание. Развитие всех туристских направлений деятельности турфирмы «Приморское агентство авиационных компаний» осуществляется в достаточно сложных условиях, поскольку для предпринимательской деятельности в области туризма в последние годы характерна очень высокая степень конкуренции. Ассортимент у многих туркомпаний очень схожий, поэтому сложно продвинуться вперёд, тем более не усложняя качество туристского продукта. Тем не менее, турфирма смогла занять собственную нишу на рынке туристической индустрии города Владивостока и сформировать собственную клиентскую базу.

«Билетур» – прогрессивная компания и с каждым годом увеличивается её клиентооборот. За эти годы компания приобрела довольно большое количество постоянных клиентов и партнеров. Многие выбирают «Билетур», прежде всего потому, что её отличает надежность, высокое качество работы и уважение к клиентам.

Компания постоянно наблюдает за своими клиентами, узнаёт их предпочтения и старается улучшить свои возможности в обслуживании. Для того чтобы туристы могли рассказать о том, что именно в обслуживании их удовлетворяет, а что отталкивает, для этих целей на сайте компании имеется раздел для отзывов и предложений. Также можно высказывать своё мнение в социальных сетях. Очень важно, чтобы представители отдела рекламы научились прислушиваться к своим клиентам и их предпочтениям. Это важно для того, чтобы не потерять аудиторию, а также привлечь новую. Много новых идей в улучшении обслуживания и комфорта, если вдуматься, предложено самими туристами.

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

2.1 Анализ деятельности предприятия

Особой популярностью у компании пользуются рекреационный и спортивный виды туризма. Компания стремительно развивается на рынке туристских услуг. Туристы являются потребителями основных, дополнительных и сопутствующих услуг. «Билетур» предоставляет услуги, которые позволяют удовлетворить интерес людей, познакомиться с образом жизни, менталитетом и культурой других стран. Агентство «Билетур» сотрудничает с отелями, ресторанами и другими предприятиями. При разработке зарубежных туров «Билетур» поддерживает контакты с зарубежными консульствами, представительствами. Это позволяет получать оперативную информацию о планируемых мероприятиях, и всевозможных изменениях. АО «Приморское агентство авиационных компаний» работает со всеми зарубежными консульствами Владивостока: Генеральным консульством Социалистической Республики Вьетнам, Генеральным консульством Республики Индия, Генеральным консульством Республики Корея, Генеральным консульством Соединенных Штатов Америки, Генеральным консульством Украины, Генеральным консульством Японии, Консульством Австралии, Консульством Канады, Почетным консулом Королевства Таиланд, Почетным консулом Республики Филиппины.

Особой популярностью пользуются туры в Тайланд, Китай и Южную Корею. Компания стремительно развивается на рынке туристских услуг Приморья. Предприятие ориентировано как на внутренний рынок (туры по Приморью), так и международный.

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии

Виды деятельности и оказываемые услуги:

- туроператор по Испании, Италии. Всероссийская сеть АО «Приморское агентство авиационных компаний» аккредитована в генеральных консульствах этих стран, что позволяет оформлять визы в короткие сроки и по привлекательной цене;
- туроператор по Юго-Восточной Азии (Китай, Южная Корея, Япония, Таиланд, Вьетнам, Гонконг, Сайпан, Сингапур, Филиппины, Индия, Индонезия, Малайзия и многие другие страны);
- туроператор на Камчатке (экологические туры, сплав, рыбалка, охота, восхождения и др.);
- туроператор в Приморье (исторические, природные туры);
- организация чартерных рейсов;

- турагент в страны Европы, Азии и Америки (VIP-туры, морские курорты, экскурсионные туры, отдых, учеба, каникулы и прочее); - визовая поддержка;
- аренда такси;
- доставка пассажиров из/в аэропортов по России и за рубежом;
- бронирование гостиниц в городах России и за рубежом;
- аренда вертолета;
- аренда катеров, яхт;
- аренда автобусов и микроавтобусов (Владивосток и Приморье).

Виды деятельности и оказываемые услуги:

- подбор оптимального маршрута и тарифа при покупке авиабилета;
- бронирование и продажа авиабилетов в любую страну мира на рейсы любых авиакомпаний. Предоставляются все скидки и льготы авиакомпаний;
- транзитные перевозки через Сеул, Харбин, Лондон, Амстердам, Франкфурт, города России, страны СНГ, Америки, Азии, Европы;
- корпоративное обслуживание организаций;
- оформление групповых перевозок;
- продажа железнодорожных билетов;
- единая справочная служба;
- единая служба бронирования авиабилетов;
- возможность возврата, обмена, получения авиационных и железнодорожных билетов, оплаченных в кассе Агентства, в городах: Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Владивосток, Хабаровск, Благовещенск, Комсомольск-на-Амуре, Петропавловск-Камчатский, Южно-Сахалинск и в других точках продажи;
- заказ билетов по телефону и онлайн;
- доставка авиабилетов по организациям;
- продажа билетов в кредит;
- возможна любая форма оплаты.

Турфирма «Билетур» уделяет большое внимание организации обслуживания туристов в их путешествиях. Они предоставляют им всевозможные услуги, а также ответственно относятся к безопасности своих туристов.

2.3 Информационные технологии предприятия

Применение информационных технологий ориентировано в первую очередь на автоматизацию профессионального труда конкретных специалистов. Решается эта задача за счет использования современных технических средств обработки, хранения и передачи

информации. Они выбираются исходя из объема и сложности выполняемых на предприятии задач. Под офисными программами на сегодняшний день понимаются как Excel-таблицы, приспособленные для ввода заявок и проставления отметки об оплате, так и сложные комплексные системы, позволяющие автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы турагентства. Также работа в текстовом редакторе Word. Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на продвижение туристского продукта (распространение и продажи).

Прежде всего это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристского продукта. В современном мире интернет занимает лидирующее положение практически во всех направлениях, имея официальный сайт, турфирма «Билетур» также развивает свои социальные сети, такие как вконтакте, фейсбук и другие.

Объявления также публикуются на торговых площадках. Преимущества работы турфирмы благодаря информационным технологиям позволяют ускорить развитие предприятия и ускорить продвижение информации в общество.

Офис АО «Приморское агентство авиационных компаний» полностью оснащён современной оргтехникой, это необходимо для быстрой и качественной работы турфирмы.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

АО «Приморское агентство авиационных компаний» осуществляет продажу авиабилетов, железнодорожных билетов и туров. Для этого компания использует классические инструменты продвижения. В первую очередь компания создает привлекательный имидж.

К основным имиджевым составляющим турагентства можно отнести две вещи – логотип компании, как элемент внешнего имиджа предприятия, а также корпоративную культуру и ценности – как элемент внутреннего имиджа предприятия.

Логотип агентства представлен в Приложении А.

Также имеется сайт (Приложение Б). Он очень удобный в использовании. Визуально выполнен в приглушенных цветах, которые приятны глазам.

Отдельное внимание уделяется вопросам рекламной политики. Активно используется реклама в социальных сетях. Стоит отметить, что вопросами продвижения занимаются специалисты, работающие в отделе рекламы. Они публикуют разные новости о компании, а также сообщают о турах-новинках. Предприятие имеет активные группы в WhatsApp, Telegram, Вконтакте (Приложение В) и других социальных сетях. Специалистам хорошо удаётся привлечь внимание покупателей.

Компания также активно участвует в выставках, с направленностью «Туризма».

Так в выставке RITE 2022 приняло участие 300 российских и зарубежных компаний. За три дня работы выставку и состоявшийся на Набережной ДВФУ Дальневосточный фестиваль «День путешественника» посетило более 43 тысяч человек [5].

Важным элементом продвижения является работа с потенциальными клиентами. Менеджеры турагентства должны уметь грамотно консультировать клиентов, рассказывать о преимуществах предлагаемых туров, помогать выбрать оптимальный вариант.

Для стимулирования продаж можно проводить различные акции и конкурсы. Например, предложить клиентам возможность выиграть бесплатный тур при покупке определенного количества путевок. Также можно предоставлять бонусы за рекомендации друзьям и знакомым.

Турагентство «Билетур» использует все вышеперечисленные инструменты для продвижения своих услуг. Компания активно рекламируется в СМИ, имеет свой сайт и страницы в социальных сетях, проводит акции и конкурсы для клиентов. Кроме того, менеджеры «Билетур» всегда готовы предоставить профессиональную консультацию и помощь в выборе тура.

4 Система обеспечения безопасности

Под безопасностью туризма понимают безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также отсутствие нанесения ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства. В состав системы безопасности туризма входят также отдельные элементы системы экологической безопасности [6].

Цели системы безопасности туризма:

- а) создание и поддержание на основе соблюдения баланса интересов системы туризма, ее подсистем, элементов и иных объектов безопасности в сфере туризма необходимого уровня защищенности от внутренних и внешних угроз безопасности;
- б) обеспечение надежного существования и возможности прогрессивного развития системы туризма, ее подсистем и иных элементов, иных объектов безопасности в сфере туризма в условиях неопределенности.

Основные принципы системы безопасности туризма: законность, взаимная ответственность подсистем и иных элементов системы туризма по обеспечению безопасности системы туризма, культура безопасности туризма, системность, комплексность, гибкость, мобильность и повсеместность, надежность, непрерывность и необходимая достаточность, техническая оснащенность, компетентность и профессионализм, взаимодействие с правоохранительными органами и службами по чрезвычайным ситуациям, изучение и внедрение положительного опыта обеспечения безопасности, интеграция с международными системами безопасности туризма. В агентстве АО «Приморское агентство авиационных компаний» для осуществления безопасности самого предприятия, кадров, имущества и клиентов представлен полный комплекс защиты:

- охрана офиса посредством найма охранного агентства;
- информационная безопасность обеспечивается высоким уровнем защищенности доступа в Интернет, к почте, к счетам фирмы;
- финансовая безопасность определяется высокими показателями деятельности;
- кадровая безопасность определяется защитой сотрудников в процессе выезда, страхованием;
- безопасность клиентов формируется посредством инструктажей, страхования.

АО «Приморское агентство авиационных компаний» в обязательном порядке знакомит своих туристов с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг.

ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.

Состав и содержание документации туров предусмотрены нормативными документами Российской Федерации. Туристская документация должна отвечать нормативным требованиям, направленным на защиту прав потребителей.

В набор технологической документации для каждого тура обязательно включаются:

- технологическая карта туристской поездки по маршруту;
- описание маршрута;
- информационный листок к путевке;
- калькуляция, или расчет стоимости, тура;
- карта-схема маршрута;
- график движения по маршруту;
- график загрузки туристского предприятия группами туристов на определенное время;
- лист бронирования;
- бланки путевок типовой формы ТУР-1 «Туристская путевка», утвержденной Минфином России;
- бланки договоров с клиентами – турагентами;
- договоры с партнерами – поставщиками услуг (гостиницами, транспортными компаниями, экскурсионными бюро и т. д.);
- описание технологических особенностей тура (памятка о сроках подачи заявок, заказов на транспорт, билеты, экскурсии и на бронирование в гостиничных предприятиях, предприятиях питания; бланки заявок; графики движения транспорта по маршруту; возможные пересадки, ожидания и пр.);
- тексты памяток для туристов (в особых случаях, например, для загранпоездок в карантинные страны, для специализированных спортивных или приключенческих туров по снаряжению и т. д.);
- справочные материалы по маршруту;
- варианты рекламных проспектов и буклетов.

ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

Маркетинговое исследование – это сбор, обработка и анализ информации, необходимой для маркетинга компании. В зависимости от того, что компания хочет узнать,

изучать можно что угодно – цены, клиентов, конкурентов, рынок, желания и предпочтения потребителей.

Маркетинговые исследования проводят, чтобы собрать данные и принять правильные решения относительно бизнеса. Это помогает зарабатывать больше – или не терять деньги из-за ошибок.

Наиболее типичными задачами маркетологов предприятие «Билетур» являются: изучение характеристик рынка, замеры потенциальных возможностей рынка.

Анализ распределения долей рынка между фирмами, анализ сбыта, изучение тенденций деловой активности, изучение товаров конкурентов, краткосрочное прогнозирование, изучение реакции на новый товар и его объём, долгосрочное прогнозирование, изучение политики цен.

Турагентство «Билетур» имеет высококвалифицированных работников отдела рекламы. Они часто выступают в роли «тайного покупателя» и делают выводы о своих конкурентах. Опираясь на своих конкурентов, работники отдела рекламы знают о своих дальнейших действиях, о привлечении туристов и так далее.

ПК 3.3 Формировать туристский продукт.

Формирование туристского продукта – это деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие) (ст. 1 Федерального закона от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» (далее - Закон N 132-ФЗ)).

Туристский продукт формируется исходя из конъюнктуры туристского рынка или по конкретному заказу туриста из услуг организаций, причастных к обслуживанию туристов на отдыхе и в путешествии.

К таким организациям относятся транспортные компании, гостиницы, рестораны, кафе, экскурсионные фирмы, музеи и выставочные залы, спортивные и курортные организации и т.д.

Формирование туристского продукта вправе осуществлять исключительно организации, являющиеся туроператорами и отвечающие всем требованиям Закона N 132-ФЗ, – наличие финансового обеспечения и регистрация в едином федеральном реестре туроператоров (ст. 4.1 Закона N 132-ФЗ).

При формировании туристского продукта, туроператор осуществляет поиск следующих контрагентов:

- организаций гостиничной сферы и иных организаций, оказывающих услуги по размещению и проживанию туристов;

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

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

Конкретный заказ туриста или лица, уполномоченного представлять группу туристов, на формирование туристского продукта оформляется в письменной форме как соглашение, имеющее характер предварительного договора.

После заключения соглашения туроператор разрабатывает и утверждает маршрут, а затем приступают к формированию тура.

ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта

Цена на туристский продукт определяется методом нормативной калькуляции себестоимости услуг. Вообще калькуляция – это определение стоимости одной единицы услуги (товара).

При калькуляции себестоимости любой услуги важно обосновать калькуляционную единицу, принятую в качестве измерителя уровня затрат, так как потребительские свойства (качество) даже одноименной услуги часто бывают разными. Важно исчислить затраты на производство единицы услуги строго определенной потребительной стоимости.

При определении цены на услуги туризма турагентство «Билетур» исходит из следующих принципов:

- цена должна возместить туристскому предприятию затраты на производство, реализацию, организацию потребления услуг туризма и обеспечить такой размер прибыли, который позволил бы ему функционировать на принципах самофинансирования;
- цена должна соответствовать спросу на данные услуги, который во многом определяется сезонностью туризма;
- цена должна быть гибкой, то есть обладать маневренностью и динамичностью.

В зависимости от способа их определения статьи калькуляции делятся на прямые затраты, относимые на единицу услуги на основании норм и прямого учета.

Косвенные затраты, учитываемые и планируемые в целом по производству и распределяемые по видам услуг на основании того или иного признака, также учитываются.

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

Основные постоянные затраты:

- а) аренда офиса;
- б) заработная плата персонала туристского предприятия с отчислениями на социальное страхование;
- в) затраты на общую рекламу;
- г) прочие хозяйственные расходы и другие.

Переменные затраты:

- а) расходы на проживание;
- б) расходы на питание;
- в) транспортные расходы;
- г) виза, при её необходимости;

Расчет стоимости туристского продукта производится на основе следующих факторов:

- стоимость авиабилетов или других видов транспорта, необходимых для доставки туристов в место назначения;
- стоимость проживания в отеле или другом типе размещения;

- стоимость питания (зависит от выбранного типа питания: полный пансион, полупансион, без питания);
- стоимость экскурсий и развлечений;
- стоимость виз и страховки;
- комиссия туроператора и агентства.

Для расчета стоимости туристского продукта необходимо учитывать все эти факторы и применять к ним соответствующие коэффициенты, чтобы получить окончательную цену продукта. При этом необходимо также учитывать сезонность, популярность направления и конкурентоспособность продукта на рынке.

ПМ.04 Управление функциональным подразделением организации.

ПК 4.1 Планировать деятельность подразделения.

Планирование деятельности подразделения турагентства – это важный процесс, который позволяет определить цели и задачи, а также разработать стратегию для достижения успеха.

В рамках планирования деятельности подразделения турагентства "Билетур" проводятся следующие мероприятия:

а) Анализ рынка. Здесь идет изучение спроса на туристические услуги, определение конкурентов и их преимуществ, выявление трендов и изменений в отрасли.

б) Определение целей и задач. Определение конкретных целей и задач, которые должны быть достигнуты в рамках деятельности подразделения.

в) Разработка стратегии. Это поможет достижению поставленных целей и задач быстро и эффективно.

г) Планирование бюджета. Определение бюджета, который будет выделен на реализацию стратегии.

д) Планирование маркетинговых мероприятий. Разработка маркетинговых мероприятий, которые будут направлены на привлечение новых клиентов и удержание старых. Также благодаря таким мероприятиям увеличивается количество деловых партнеров.

е) Планирование работы персонала. Определение количества персонала, необходимого для выполнения поставленных задач, а также разработка системы мотивации и обучения персонала.

ж) Планирование работы с клиентами. Разработка системы работы с клиентами, которая будет направлена на удовлетворение потребностей клиентов и повышение уровня их удовлетворенности.

и) Планирование контроля и оценки результатов. Разработка системы контроля и оценки результатов, которая позволит определить эффективность реализации стратегии и внести необходимые корректировки.

В целом, планирование деятельности подразделения турагентства «Билетур» является важным этапом, который позволяет определить направление развития и достичь поставленных целей.

ПК 4.2 Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.

Организация и контроль деятельности подчиненных в турагентстве – это важная задача, которая требует от руководителя умения эффективно управлять персоналом.

Организация работы подчиненных включает в себя следующие этапы:

1. Определение руководителем целей и задач, которые должны быть выполнены подчиненными.

2. Распределение обязанностей. Руководитель должен распределить обязанности между подчиненными таким образом, чтобы каждый из них мог эффективно выполнять свою работу.

3. Обучение и развитие персонала. Руководитель должен обеспечить обучение и развитие персонала, чтобы они могли выполнять свои обязанности на высоком уровне.

4. Мотивация персонала. Руководитель должен создать условия для мотивации персонала, чтобы они были заинтересованы в выполнении своих обязанностей.

Контроль деятельности подчиненных включает в себя следующие этапы:

а) Проверка выполнения задач: руководитель должен проверять выполнение задач подчиненными и контролировать их работу.

б) Анализ результатов: руководитель должен анализировать результаты работы подчиненных и выявлять проблемы, которые могут возникнуть в процессе работы.

в) Корректировка действий: руководитель должен корректировать действия подчиненных, если они не соответствуют поставленным целям и задачам.

г) Оценка работы персонала: руководитель должен оценивать работу персонала и давать обратную связь, чтобы они могли улучшить свою работу.

Турагентство «Билетур» организует и контролирует деятельность своих подчиненных.

Каждый сотрудник имеет свои конкретные цели и задачи, которые должны быть выполнены в рамках его работы. Руководители помогают своим подчиненным определить эти цели и задачи, а также обеспечивают их необходимыми ресурсами для достижения этих целей.

Каждый сотрудник имеет свои обязанности, которые распределяются между ними

таким образом, чтобы каждый мог эффективно выполнять свою работу. Руководители помогают своим подчиненным определить эти обязанности и обеспечивают их необходимыми ресурсами для выполнения этих обязанностей.

«Билетур» предоставляет своим сотрудникам возможность обучения и развития, чтобы они могли выполнять свои обязанности на высоком уровне. Руководители помогают своим подчиненным определить, какие навыки им необходимо развивать, и обеспечивают их необходимыми ресурсами для обучения.

АО «Приморское агентство авиационных компаний» создает условия для мотивации своих сотрудников, чтобы они были заинтересованы в выполнении своих обязанностей. Руководители помогают своим подчиненным определить, какие стимулы им необходимы для мотивации, и обеспечивают их необходимыми ресурсами для достижения этих стимулов.

В турагентстве «Билетур» руководители регулярно проверяют выполнение задач своими подчиненными и контролируют их работу. Они также анализируют результаты работы своих подчиненных и выявляют проблемы, которые могут возникнуть в процессе работы.

Если действия подчиненных не соответствуют поставленным целям и задачам, руководители турагентства корректируют их действия. Они также помогают своим подчиненным определить, какие действия им необходимо предпринять, чтобы достичь поставленных целей.

Руководители оценивают работу своих подчиненных и дают обратную связь, чтобы они могли улучшить свою работу. Они также помогают своим подчиненным определить, какие навыки им необходимо развивать, чтобы достичь поставленных целей.

В целом, организация и контроль деятельности подчиненных в турагентстве – это важный процесс, который требует от руководителя умения эффективно управлять персоналом и достигать поставленных целей.

АО «Приморское агентство авиационных компаний» организывает и контролирует деятельность своих подчиненных с помощью различных методов, чтобы достичь поставленных целей и задач.

ПК 4.3 Оформлять отчетно-планирующую документацию.

Оформление отчетно-планирующей документации турагентства – это важный процесс, который позволяет контролировать и анализировать деятельность компании. В рамках этого процесса проводятся следующие мероприятия:

- 1 Составление плана работы: составляется план работы на определенный период времени, который включает в себя цели, задачи, мероприятия и сроки их выполнения.

2 Оформление отчетов: составляются отчеты о выполнении плана работы, которые содержат информацию о достигнутых результатах, проблемах и предложениях по улучшению работы.

3 Анализ данных: проводится анализ данных, полученных из отчетов, для выявления проблемных зон и определения направлений для улучшения работы.

4 Разработка стратегии: на основе анализа данных разрабатывается стратегия развития компании на определенный период времени.

5 Составление бюджета: составляется бюджет на определенный период времени, который включает в себя расходы на маркетинг, персонал, аренду помещений и другие затраты.

6 Оформление договоров: оформляются договоры с партнерами и клиентами, которые содержат информацию о предоставляемых услугах, условиях оплаты и ответственности сторон.

7 Составление документов для отчетности: составляются документы для отчетности перед государственными органами и акционерами компании.

8 Оформление документов для внутреннего использования: оформляются документы для внутреннего использования, такие как инструкции, правила и процедуры работы.

Оформление отчетно-планирующей документации в турагентстве «Билетур» включает в себя все этапы, перечисленные выше.

В целом, оформление отчетно-планирующей документации в турагентстве АО «Приморское агентство авиационных компаний» позволяет контролировать и анализировать деятельность компании, разрабатывать стратегию развития и обеспечивать эффективную работу.

6 Индивидуальное задание

Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг. Контроль наличия туристов

Туристские и экскурсионные услуги, оказываемые исполнителем, должны соответствовать требованиям, установленным федеральными законами и нормативными документами, действующими в Российской Федерации, а также договору о реализации туристского продукта. Качество туристских и экскурсионных услуг на различных этапах оказания оценивается в соответствии с требованиями ГОСТ Р 52113.

Оценку и контроль качества исполнения туристских и экскурсионных услуг осуществляют с помощью экспертного и социологического методов.

Экспертный метод предполагает проведение оценки деятельности на основе опроса и анализа суждений (качественных и количественных оценок) экспертов, специалистов отрасли, в том числе руководителей, менеджеров туристских и экскурсионных организаций, а также проверки технологических документов исполнителя туристских и экскурсионных услуг.

Социологический метод предполагает проведение социологических обследований (анкетирование, опрос, записи в книге отзывов экскурсантов, интернет-отзывы) с последующим анализом полученных данных.

Контроль качества исполнения экскурсионных услуг осуществляют руководители организаций – исполнителей экскурсионных услуг, общественные организации в пределах своей компетенции, в соответствии с требованиями, установленными законодательством Российской Федерации [7].

Устанавливается порядок и правила проектирования туристских услуг, в том числе входящих в туристский продукт. Стандарт применяется юридическими лицами, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, индивидуальными предпринимателями, оказывающими туристские услуги и/или услуги по разработке технических документов в сфере туризма.

Проектирование туристских услуг: подготовка и разработка технических и технологических документов на туристские услуги/туристский продукт в соответствии с программой обслуживания туристов и условиями путешествия.

«Портфель экскурсовода»: условное наименование комплекта информационных материалов (фотографий, копий документов, географических карт, схем, репродукций с картин и др.), используемых экскурсоводом в ходе проведения экскурсии.

Программа обслуживания туристов: перечень предоставляемых услуг, посещаемых объектов показа и досуговых мероприятий, сформированный в определенной последовательности, с указанием времени, места и условий обслуживания.

Технологическая карта экскурсии – документ, устанавливающий логическую последовательность осмотра объектов на маршруте в соответствии с определенной тематикой. Технологическая карта содержит пространственно-временные характеристики отдельных этапов экскурсии: продолжительность, протяженность, месторасположение остановок, точек обзора и пр.

Туристский маршрут: маршрут следования туристов (экскурсантов), разработанный в соответствии с требованиями безопасности и включающий посещение различных исторических мест, культурных объектов, природных ландшафтов и т.п. в культурно-познавательных, оздоровительных, спортивных и других целях [8].

Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных услуг включает в себя несколько этапов:

1 Проверка наличия туристов: перед началом экскурсии необходимо убедиться, что все туристы находятся на месте и готовы к началу экскурсии. Если кого-то нет на месте, но необходимо позвонить ему и решить вопрос его отсутствия.

2 Проверка состояния автобуса или другого транспортного средства: перед началом экскурсии необходимо проверить состояние автобуса или другого транспортного средства, чтобы убедиться, что оно соответствует требованиям безопасности и комфорта.

3 Проверка квалификации гида: перед началом экскурсии необходимо убедиться, что гид обладает необходимой квалификацией и знаниями для проведения экскурсии.

4 Проверка маршрута: перед началом экскурсии необходимо убедиться, что маршрут соответствует заявленному и не содержит опасных участков.

5 Проверка наличия необходимых документов: перед началом экскурсии необходимо убедиться, что у гида есть все необходимые документы для проведения экскурсии.

6 Проверка наличия страховок: перед началом экскурсии необходимо убедиться, что у всех туристов есть страховки, которые покрывают возможные риски во время экскурсии.

7 Проверка качества обслуживания: во время экскурсии необходимо следить за качеством обслуживания туристов и своевременно реагировать на возможные проблемы.

8 Проверка соблюдения правил безопасности: во время экскурсии необходимо следить за соблюдением правил безопасности и своевременно реагировать на возможные нарушения. Также до путешествия нужно проинформировать туристов о том, что их будет

ждать на маршруте, какие препятствия. Обязательно нужны также медицинские показания туристов, чтобы знать, может ли маршрут быть для их здоровья безопасным.

9 Проверка качества предоставляемых услуг: после окончания экскурсии необходимо провести анализ качества предоставляемых услуг и принять меры по улучшению качества в будущем.

Как итог можно сказать, что контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных услуг является важным этапом, который позволяет обеспечить безопасность и комфорт туристов во время экскурсии.

Контроль наличия туристов является одним из этапов контроля качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг. Перед началом экскурсии необходимо убедиться, что все туристы находятся на месте и готовы к началу экскурсии. Это может быть достигнуто путем проверки списка участников экскурсии, а также визуального осмотра места сбора туристов. Если некоторые туристы отсутствуют, необходимо принять меры для их поиска и информирования о начале экскурсии. Контроль наличия туристов позволяет обеспечить безопасность и комфорт всех участников экскурсии.

Заключение

Туризм является одной из ведущих отраслей мировой экономики. Во многих странах туризм играет значительную роль в создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт, строительство, сельское хозяйство и другие.

Успех деятельности любой турфирмы на рынке туризма определяется, в первую очередь, привлекательным туристским продуктом. В процессе прохождения учебной практики приобретены навыки самостоятельной работы с клиентами и партнерами предприятия и опыт работы в сфере рекламы.

Проанализировав деятельность АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «Билетур») можно сделать вывод, что данная организация является конкурентоспособной и занимает высокое место среди туристских предприятий. Прохождение практики позволило мне повысить уровень профессиональной подготовки в области туризма, приобрести новые знания, необходимые для освоения предметов по специальности туризм.

Во время прохождения практики в турагентстве «Билетур» я получила ценный опыт работы в сфере туризма. Я ознакомилась с основными принципами работы туристического агентства, изучила процесс подбора и бронирования туров, научилась работать с клиентами, а также я изучила основы маркетинга и рекламы в туризме.

Также, прохождение практики позволило повысить уровень профессиональной подготовки в области туристического сервиса, приобрести новые знания, необходимые для успешного трудоустройства в данную сферу.

В процессе прохождения практики были закреплены знания, полученные на лекционных и практических занятиях, также приобретены практические навыки. Для примера исследования было выбрано предприятие АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «Билетур»). Основным видом деятельности компании является въездной и выездной туризм.

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

Список использованных источников

- 1 Официальный сайт АО «Приморское агентство авиационных компаний» // О компании. – URL: <https://www.biletur.ru/Agency/> (дата обращения: 18.03.2024).
- 2 СПС «Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов» // О безвизовых групповых туристических поездках: Соглашение между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики от 09.11.2000 (в ред. от 17.11.2006). – URL: <https://docs.cntd.ru/document/901787446> (дата обращения: 18.03.2024).
- 3 Официальный сайт Руспрофиль // Реквизиты АО «Приморское агентство авиационных компаний». – URL: <https://www.rusprofile.ru/id/3842581> (дата обращения: 20.03.2024).
- 4 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 14 ноября 1996 года № 132 – ФЗ (посл.ред. от 09.03.2021 N 45–ФЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2021. – № 49. – с. 5491 (дата обращения: 21.03.2024).
- 5 Тихоокеанский туристский форум и Тихоокеанская международная туристская выставка Pacific International Tourism Expo (PITE) / Официальный сайт «Открой Владивосток».
– URL: <https://vladivostok.travel/calendar/?season=spring> (дата обращения: 21.03.2024).
- 6 Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [сайт]. – URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 12.12.2023).
- 7 ГОСТ Р 54604 [сайт]. – URL: <https://kanikuli.ru/files/Zakony/GOST/ГОСТ> (дата обращения: 25.03.2024).
- 8 Оценка и качество контроля исполнения туристских и экскурсионных услуг [сайт].
– URL: <https://studfile.net/preview> (дата обращения: 25.03.2024).

Приложение А

Логотип АО «Приморское агентство авиационных компаний»

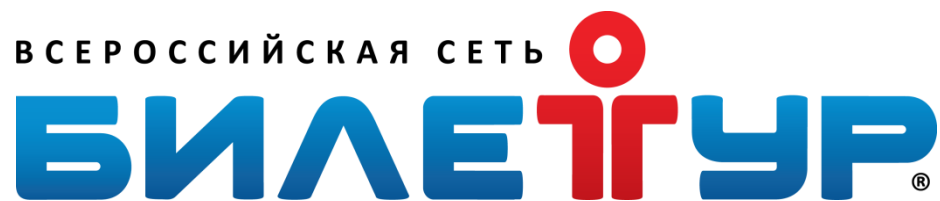


Рисунок А.1 – Логотип турфирмы АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Приложение Б

Официальный сайт АО «Приморское агентство авиационных компаний»

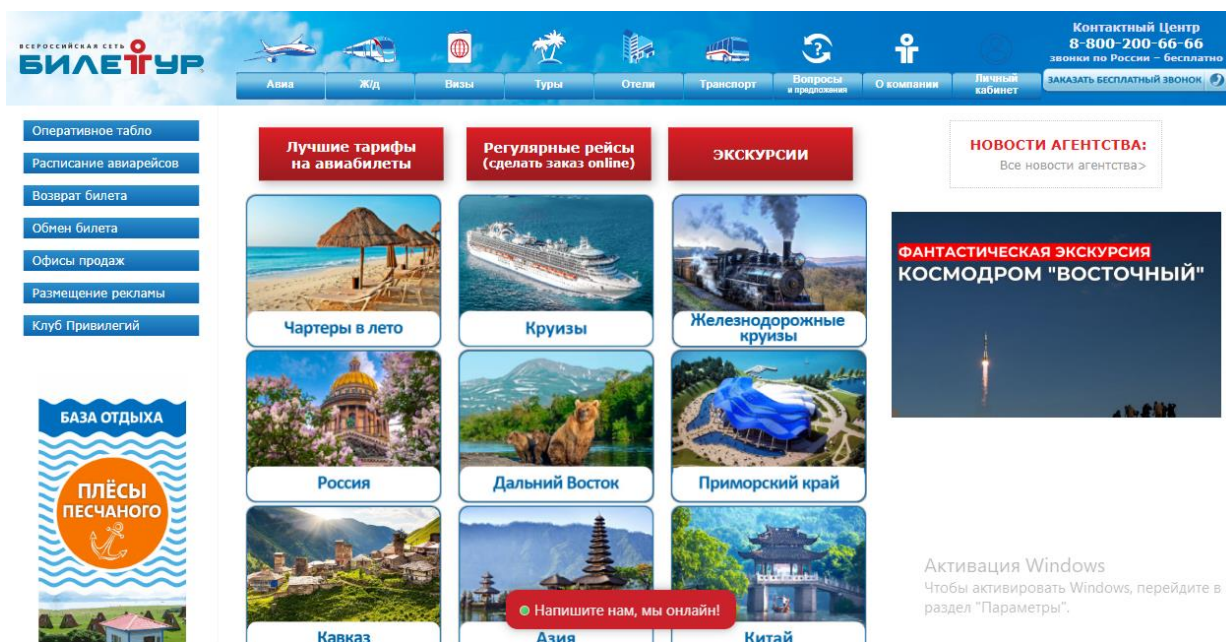


Рисунок Б.1 – официальный сайт АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Приложение В

АО «Приморское агентство авиационных компаний» в социальной сети «ВКонтакте»

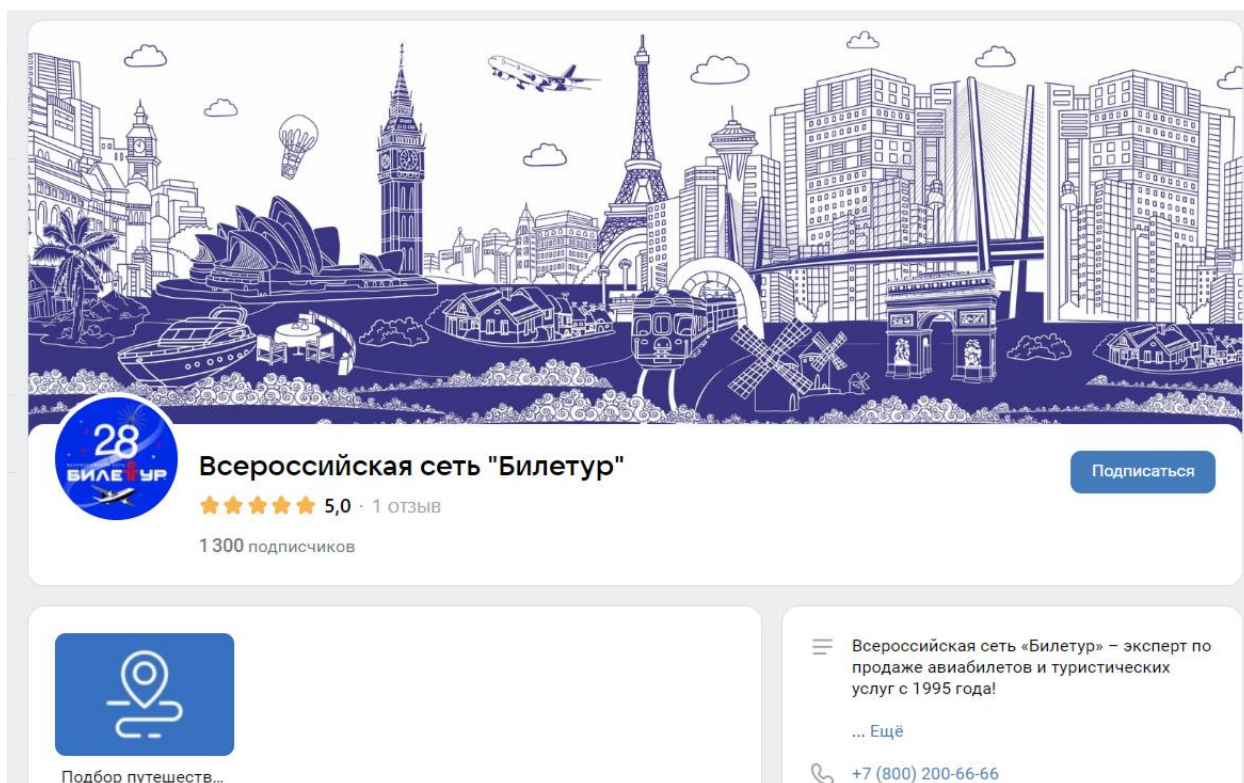


Рисунок В.1 – Официальная страница АО «Приморское агентство авиационных компаний» в социальной сети «ВКонтакте»

Индивидуальное задание по производственной практике

Студентка Назарян Мариам Варужановна, обучающаяся на 3 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную (по профилю специальности) практику в объеме 180 часов с «12» марта 2024 г. по «15» апреля 2024 г. в организации АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток, ул. Тигровая 20 А.

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период производственной (по профилю специальности) практики

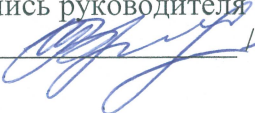
№ n/n	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ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

	Разработка должностных инструкций	
19	Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности	8
	Применение методов оценки исполнительской деятельности на практике	
20	Ведение деловой документации	8
	Работать и организовывать работу с офисной техникой	
21	Оформление и проверка правильности оформления документации в соответствии с установленными требованиями, в том числе с использованием информационных технологий	8
	Осуществление хранения и поиска документов	
22	Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте	8
	Осуществление автоматизированной обработки документов	
23	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	12

Дата выдачи задания «12» марта 2024 г.

Срок сдачи отчета по практике «15» апреля 2024 г.

Подпись руководителя практики

 Григорьевская И.В., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Назарян Мариам Варужановна, обучающаяся на 3 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную практику (по профилю специальности) в объеме 180 часов с «12» марта 2024 г. по «15» апреля 2024 г. в организации АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток, ул. Тигровая 20 А.

наименование организации, юридический адрес

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

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Ведение документооборота с использованием информационных технологий. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранных граждан.	Отлично
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний. Распространение рекламных материалов и сбор информации. Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран.	Отлично
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Составление турпакета с использованием иностранного языка. Работа с заявками на бронирование турпродукта. Консультирование партнеров по турпродуктам. Предоставление информации турагентам по рекламным турам.	Отлично

	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Оформление страховых полисов. Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта. Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	отлично
Итоговая оценка по ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг			отлично
Управление функциональным подразделением организации	ПК 4.1 Планировать деятельность подразделения	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг. Построение управленческой деятельности. Организация работы функциональных служб. Управление групповыми явлениями и процессами. Разработка должностных инструкций.	отлично
	ПК 4.2 Организовывать и контролировать деятельность подчиненных	Контроль наличия туристов. Принятие управленческого решения. Управление персоналом функциональных служб. Организация управленческих команд. Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности. Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности. Применение методов оценки исполнительской деятельности на практике.	отлично
	ПК 4.3 Оформлять отчетно-планирующую документацию	Ведение деловой документации. Работать и организовывать работу с офисной техникой.	отлично

		Оформление и проверка правильности оформления документации В соответствии С установленными требованиями, в том числе с использованием информационных технологий. Осуществление хранения и поиска документов. Использование комплекса телекоммуникационных технологий В электронном документообороте. Осуществление автоматизированной обработки документов.	отлично
Итоговая оценка по ПМ. 04 Управление функциональным подразделением организации			отлично

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

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

Дата 15 апреля 2024 г.

Оценка за практику отлично

Руководитель практики от предприятия

Ибрагимова О.И.
Ф.И.О.
М.П.



ДНЕВНИК

прохождения производственной практики

Студентка Назарян Мариам Варужановна

Фамилия Имя Отчество

Специальность/профессия 43.02.10 Туризм, специалист по туризму

Группа СО-ТУ-21-1

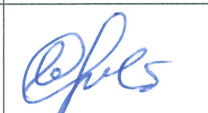
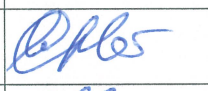
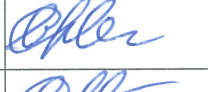
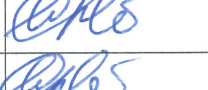
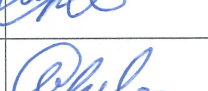
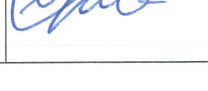
Место прохождения практики АО «Приморское агентство авиационных компаний»

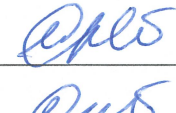
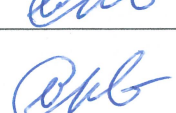
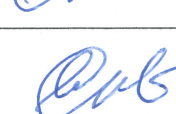
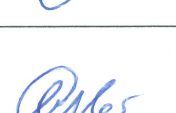
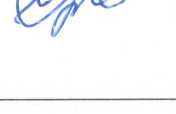
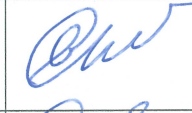
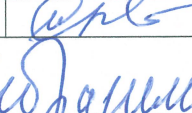
Сроки прохождения с «12.03.2024» по «15.04.2024»

Инструктаж на рабочем месте «12» марта 2024 г.
дата


подпись


Ф.И.О. инструктирующего

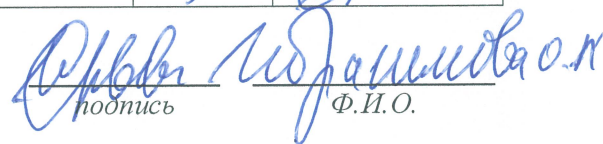
Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
12.03.2024	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	5	
13.03.2024	Изучение информации о различных видах развлечений, которые можно посетить во время путешествия, и выбор наиболее подходящего для конкретного маршрута.	5	
14.03.2024	Изучение основ работы с клиентами в сфере туризма.	5	
15.03.2024	Изучение основ работы с экскурсоводами и гидами.	5	
16.03.2024	Предоставление туристу полной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов.	5	
17.03.2024	Изучение основ работы с гостиницами, отелями и хостелами.	5	
18.03.2024	Изучение основ работы с транспортными компаниями.	5	
19.03.2024	Изучение основных видов туристических услуг и их особенности.	5	
20.03.2024	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках	5	
21.03.2024- 25.03.2024	Проведение анализа конкурентов на рынке туристических услуг.	5	

26.03.2024- 29.03.2024	Анализ основных направлений туризма в России и за рубежом. Популярные направления. Направления, которые можно развить в ближайшие годы.	5	
30.03.2024- 01.04.2024	Разработка индивидуального туристского маршрута по выбранному направлению с полным комплектом документов.	5	
02.04.2024- 03.04.2024	Разработка плана продвижения нового туристского продукта.	5	
04.04.2024- 05.04.2024	Проведение анализа деятельности других туркомпаний.	5	
06.04.2024	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Различия и особенности программ.	5	
07.04.2024.	Разработать план бюджета для путешествия по выбранному маршруту, учитывая все расходы на проживание, питание, транспорт и развлечения.	5	
08.04.2024	Изучение информации о различных видах виз и документов, которые необходимы для путешествия по выбранному маршруту, и выбор наиболее подходящего для конкретного маршрута.	5	
09.04.2024	Разработка плана действий на случай непредвиденных обстоятельств во время путешествия, таких как потеря документов или задержка рейса.	5	
10.04.2024	Изучение информации о различных видах туристических услуг и выбор наиболее подходящего для конкретного маршрута.	5	
11.04.2024- 12.04.2024	Разработка маршрута для путешествия по выбранной стране, учитывая основные достопримечательности и интересные места.	5	
13.04.2024- 14.04.2024	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	5	
15.04.2024	Дифференцированный зачет	5	

Руководитель

М.П.




подпись Ф.И.О.

Характеристика деятельности студентки
Назарян Мариам Варужановны
группы СО-ТУ-21-1 при прохождении производственной
(по профилю специальности) практики

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

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

Руководитель практики (от организации)

подпись

(фамилия, имя, отчество, рабочий тел.)



Характеристика

Назарян Мариам Варужановна, студентка 3 курса, специальности «Туризм» проходила производственную практику в туристской фирме АО «Приморское агентство авиационных компаний», с «12» марта 2024 г. по «15» апреля 2024 г., расположенной по адресу: г. Владивосток, ул. Тигровая 20 А.

За время прохождения практики Назарян Мариам Варужановна ознакомилась со структурой организации, порядком ведения кадрового делопроизводства, учета и хранения документов. Принимала участие в подготовке документов.

В отношении профессиональных качеств Назарян Мариам Варужановна проявила себя как человек компетентный, исполнительный, аккуратный, ответственно относится к порученным заданиям. Умело применяет теоретические знания, полученные в период обучения в практической деятельности Назарян Мариам Варужановна внимательна при работе с документами, легко ориентируется в их содержании. Владеет навыками работы за компьютером, которые использовала при составлении различных документов.

В межличностных отношениях вежлива, общительна, легко приспосабливается к работе в коллективе.

Оценка руководителя от практики – «отлично».

Руководитель практики от организации О. Н. Ибрагимова



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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Назарян Мариам Варужановна

Подразделение Академический колледж Группы СО-ТУ-21-1

согласно приказу ректора № 1706-с от 04.03.24 года

направляется в АО "Приморское агентство авиационных компаний", г. Владивосток
для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 5 недель с 12.03.2024 года по 15.04.2024 года.

Руководитель практики Григорьевская И.В.



