



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 01. Предоставление турагентских услуг

ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов

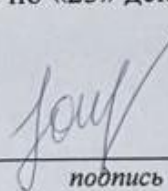
ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг

программы подготовки специалистов среднего звена

43.02.10 Туризм

период с «29» ноября по «25» декабря 2021 года

Студент группы СО-ТУ-20


подпись

Швецова М. А.

Наименование предприятия:
ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн»

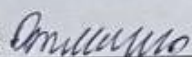
Руководитель практики от предприятия


подпись

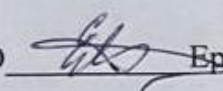
Проколопа Е. В.

Отчет защищен:

с оценкой



Руководитель практики от ОО



Ермолович Л.О

Владивосток 2021

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.....	14
2.3 Информационные технологии предприятия.....	16
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.....	28
Заключение.....	30
Список использованных источников.....	32
Приложение А. Схема проезда к ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн».....	33

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

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

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

Организует поездки с оказанием полного пакета услуг:

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

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

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

Документы туристской фирмы «ПланетаЛайн» делятся на три группы:

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

Вся документация турфирмы зависит от избираемой ее руководителем формы собственности.

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

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

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

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

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

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

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

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

- условия продвижения и реализации турагентом туристского продукта;
- полномочия турагента на совершение сделок с туристами и (или) иными заказчиками от имени туроператора;

– условие, предусматривающее возможность (невозможность) заключения турагентом субагентских договоров;

– порядок взаимодействия туроператора и турагента в случае предъявления им претензий туристов или иных заказчиков по договору о реализации туристского продукта;

– условие, предусматривающее возможность осуществления выплат туристам страхового возмещения по договору страхования ответственности туроператора либо уплаты денежной суммы по банковской гарантии в случае заключения договора о реализации туристского продукта между туристом и турагентом;

– взаимная ответственность туроператора и турагента, а также ответственность каждой из сторон перед туристом или иным заказчиком.

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

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

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

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

Элементы структуры:

– Управление (Конкретный человек или группа людей, которые принимают решения в организации);

– Правила, по которым работает организация;

– Распределение труда (Может быть формальным или неформальным, временным или постоянным).

Компания «ПланетаЛайн» была зарегистрирована 6 апреля 2006 года в г. Владивосток. Уставной капитал 30000 рублей.

Численность штата компании около 5 высококвалифицированных работников с большим опытом работы.

Действующим генеральным директором юридического лица ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн» является Прокопова Елена Викторовна. Статус и должность управляющего организацией – Генеральный директор.

Генеральный директор – это руководитель производственно-хозяйственной деятельностью предприятия. 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)

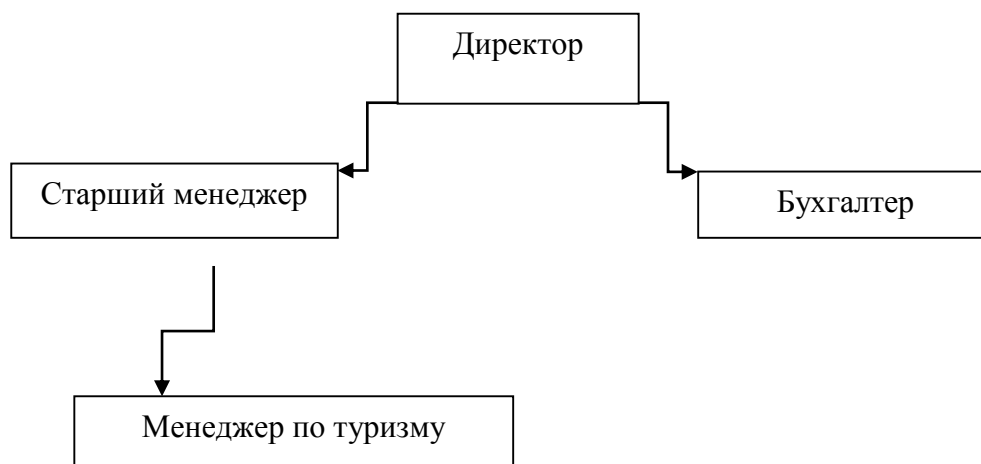


Рисунок 1 – Организационная структура предприятия

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 и т.д. продвижение этой информации с помощью рекламы.

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

1.5 Перспективы развития предприятия

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

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

Главной задачей туристского предприятия является хозяйственная деятельность, подразумевающая получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов трудового коллектива и интересов собственника имущества. Эффективность туристского бизнеса во многом определяется внешними факторами функционирования туристских предприятий. 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 туры и услуги 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. Компания «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 Colar Travel.

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 выполнять требования, установленные должностными инструкциями;
- обеспечению нормальных, хороших условий для работы;
- максимальному использованию потенциала каждого работника «ПланетаЛайн», а также творческому подходу к делу;

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

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, бухгалтером 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.

Туристическая 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 и т.д.

Каналы продвижения туристского продукта:

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

Основными этапами работы по продвижению турпродукта являются:

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

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

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

К основным рекламоносителям относятся:

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

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

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

В туристической компании «ПланетаЛайн» для рекламы выпускаются красочные буклеты, связанные с их собственными проектами, для большего привлечения туристов к данным услугам.

Данная турфирма также имеет обширное количество реклам в сети Internet, что помогает привлечь большое количество клиентов. Компания использует такие виды реклам как, электронная реклама, внешняя, сувенирная и с недавнего времени рекламу на транспорте.

4 Система обеспечения безопасности

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

Безопасность туризма должна основываться на тщательно продуманной, целенаправленной и всеобъемлющей системе мер для создания таких условий, при которых не могло бы произойти какого-либо инцидента с туристом. Страхование является одним из способов защиты жизни, здоровья, имущества туристов от возможного причинения ущерба, от посягательств третьих лиц в компании «ПланетаЛайн».

Страхование в международном туризме – это основная форма обеспечения страховыми компаниями безопасности туристов в стране временного пребывания, призванная при наступлении страховых случаев компенсировать возможный вред, нанесенный здоровью или имуществу туристов, за счет уплачиваемых ими страховых взносов. 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 1 Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям

Различают два основных типа потребителей:

Индивидуальные потребители (конечные пользователи) – отдельные лица или домохозяйства, покупающие товары и услуги для своего личного использования (потребления). Они выбирают товар или услугу исключительно из собственных побуждений и мотивов для себя или для близких людей.

Потребители от имени организации (корпоративные покупатели) – лица, группы лиц, покупающие товары и услуги для своей профессиональной деятельности (для производства других товаров и услуг). Суть корпоративного обслуживания – предоставление полного пакета туристических услуг сотрудникам той или иной компании.

ПК 2 Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты

Туристский продукт – комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его туристского путешествия. Турпродукт является уникальным товаром, продвигается на рынок как единое целое.

При этом турпродукт занимает четкое место в уже сложившейся системе продаж.

Туристский продукт состоит из трёх элементов:

- тур (маршрут, программа);
- дополнительные туристско-экскурсионные услуги (прокат снаряжения, анимация, посещение фитнес-залов и бассейнов);
- товары сувенирного характера.

ПК 3 Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов

Необходимые документы для оформления визы:

- загранпаспорт (срок действия не менее трёх месяцев);
- несколько цветных фото 3,5х 4,5 см
- опросный лист;
- оригинальная анкета посольства;
- если есть старый загранпаспорт с шенгенскими визами, то потребуется его копия;
- ксерокопия всех страниц внутреннего паспорта (в соответствии с требованиями).

ПК 4 Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта

Реализация турпродукта – это деятельность туроператора или турагента по заключению договора с туристом или иным заказчиком, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором.

Реализация туристского продукта осуществляется на основании договора, заключаемого в письменной форме, в том числе в форме электронного документа. Указанный договор должен соответствовать законодательству Российской Федерации, в том числе законодательству о защите прав потребителей.

Реализация туристского продукта включает в себя:

- предоставление информации о реализуемых туристских услугах, входящих в туристский продукт;
- принятие заказа и бронирование туристских услуг;
- заключение договора о реализации туристского продукта;
- страхование туристов (экскурсантов);
- проведение инструктажа туристов, в том числе по обеспечению безопасности;
- предоставление туристских услуг в соответствии с заключенным договором;
- оценку и контроль качества исполнения туристских услуг.

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

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

К таким документам относятся: договор о реализации турпродукта; туристская путевка установленной формы; информационный листок к путевке; туристский ваучер; памятка (например, для выезжающих за рубеж)

ПК 6 Доставка туроператору пакета документов для получения виз

Виза – это разрешительный документ, дающий право человеку на пересечение тех или иных границ. Под визой понимается фактическое разрешение иностранцу на въезд на территорию другого государства.

Схема взаимодействия турагентства и визового отдела проста. Турагент собирает вместе с туристом все необходимые документы, передаёт туроператору на оформление визы. Туроператор относит в визовый отдел, а визовый отдел относит документы в Консульство страны.

ПК 7 Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности

Учет бланков строгой отчетности и организация их хранения – процедуры, которые предприятия обязаны проводить согласно требованиям законодательства.

Оприходование бланков строгой отчетности должно осуществляться работником.

Который несёт ответственность за обеспечение их хранения, учёта и выдачи. Эти функции может осуществлять и руководитель организации (индивидуальный предприниматель).

Для хранения бланков строгой отчетности применяются металлические шкафы, сейфы или специально оборудованные помещения, которые исключают возможность порчи и хищения БСО.

Функции контроля правильности применения БСО осуществляются работниками Федеральной налоговой службы. Следует представить инспектору для проверки книгу учёта бланков строгой отчетности или данные о выпущенных бланках, которые содержит автоматизированная система.

ПК 8 Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут

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

- маршрутную книжку и маршрутный лист (указываются номер маршрута и группы, фамилии, имена и отчества всех участников похода, основные данные о них и инструкторе, схема маршрута с запасными вариантами и график движения группы);
- план-задание к наряду с указанием всех реквизитов группы;
- план-задание к наряду оформляется менеджером или методистом туристской фирмы и, заверенное его подписью, выдается руководителю тургруппы (гиду);
- памятку руководителя тургруппы;
- копию калькуляции принимающего бюро путешествий (турфирмы);
- копию расчета стоимости путевки;
- бланк списка туристов;
- доверенность на обслуживание туристов, выписанную на его имя в принимающую турфирму (бюро);
- бланк отчета;
- бланк отзыва туристов о маршруте.

Одним из основных общих требований к оформлению документации является четкость и разборчивость вносимых записей. Не допускаются поправки и исправления, особенно в разделах. Обязательно должны быть заполнены все графы документов. Не допускается представление неформатных документов, отпечатанных на машинке, поскольку хранение их неудобно.

ПК 9 Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках

Процесс выполнения любого туристского маршрута разделяется на три основных этапа: подготовительный, маршрутный, заключительный. При подготовительном этапе менеджер обязан проинструктировать туристов, ознакомить их с особенностями тура, правилами поведения в стране пребывания, погоде, эпидемиологической обстановке, безопасности.

Каждый турист, по прибытию в начальную точку маршрута, проходит инструктаж с гидом-проводником. Инструктаж перед поездкой является очень ответственным моментом и

завершающим этапом работы с туристом перед началом путешествия. Поэтому менеджер должен предоставить полную информацию о предстоящем туре и ответить на все вопросы. Инструктаж проводится в устной форме на собрании группы.

ПК 10 Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте

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

Потребности туриста – совокупность потребностей путешественников и туристов, связанных с проживанием и передвижением, которые обеспечиваются функционированием предприятий системы питания, гостиницами и другими средствами размещения, транспортными компаниями.

Потребности туристов, находящихся вне места неизменного проживания, разделяются на три группы: главные, специальные, дополнительные.

Для того, чтобы удовлетворить потребности любого туриста, необходимо установить с ним контакт с помощью различных психологических приемов. Нужно уметь отрабатывать возражения клиента, устанавливая его истинные потребности, отрабатывать негативный опыт.

ПК 11 Взаимодействие со службами быстрого реагирования

На сегодняшний день увеличивается и количество внутренних и внешних угроз безопасности в туризме, которые становятся все более разрушительными и менее предсказуемыми.

Опасности природного и техногенного характера, включая чрезвычайные экологические ситуации, непрерывно сопровождают туристов во время их путешествий. Активно проявляют себя и другие виды опасностей, как например, несчастные случаи, дорожно-транспортные происшествия (ДТП), авиационные происшествия, случаи причинения вреда жизни, здоровью и имуществу туристов в результате недостатков услуг.

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

ПК 12 Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания

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

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

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

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

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

ПК 13 Сбор и анализ документов строгой отчетности

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

Несмотря на то, что раньше был ограниченный список услуг, которые могли быть оплачены с помощью БСО, на сегодняшний день эти бланки могут быть использованы для осуществления оплаты любых видов услуг.

Требования к БСО:

- обязательно должно присутствовать наименование документа, его серия и шестизначный номер;
- название организации.
- необходимо указать ИНН, а также номер свидетельства о регистрации;
- местонахождение;
- вид оказываемых услуг;
- стоимость услуги;
- размер платежа, полученного наличными средствами, либо размер оплаты платежной картой;
- дата оплаты и дата составления документа;
- должность, с указанием ФИО ответственного лица, выдавшего документ, его личная подпись и печать организации.

Туристская путевка – это документ, содержащий условия путешествия, в том числе общую цену туристского продукта, и подтверждающий факт оплаты туристского продукта. Туристская путевка является бланком строгой отчетности. В настоящее время в качестве БСО

для туристской путевки могут использоваться только инновационные бланки, формируемые с помощью автоматизированных систем, являющихся ККТ.

ПК 14 Составление отчета руководителя туристской группы

В соответствии с Правилами проведения туристских спортивных походов и путешествий руководитель туристской группы обязан представить в маршрутно-квалификационную комиссию (МКК) и организацию, проводившую путешествие, отчет в срок не более 1 года после окончания путешествия.

Требования к отчету:

- должен содержать только достоверную информацию;
- должен однозначно отвечать на вопрос: где и как пролегал маршрут, как действовала группа при его прохождении;
- помимо чисто технических описаний может содержать впечатления участников группы по поводу района, нитки маршрута и пройденных препятствий в специальном разделе;
- письменный отчет должен выполняться компьютерным способом, иметь сквозную нумерацию страниц;
- фотографии и зарисовки, должны характеризовать сложные участки маршрута и действия туристов на них, обеспечивать последующим группам ориентирование на местности, отображать природу и достопримечательности района.

ПК 15 Проведение анализа деятельности других туркомпаний

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.

В условиях формирования и становления российского туристского рынка особое значение приобретает проведение анализа конкуренции в туристском бизнесе и его особенностей. Конкуренция определяет степень развития рынка, сложность работы на нем, маркетинговые характеристики (объем и условия продаж, цены, методы рекламы, стимулирования сбыта).

С точки зрения методов осуществления конкуренцию разделяют на ценовую и неценовую. Ценовая конкуренция предполагает предложение однородных услуг по разным, чаще всего по более низким, чем у конкурентов, ценам, а неценовая тем, что ключевым фактором

успеха в борьбе за предпочтения потребителя становится не цена продукта, а качество, обслуживание, предоставление покупателю большего объема услуг.

ПК 16 Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов

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.

ПК 17 Работа с запросами клиентов

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.

Обслуживание клиента должно быть первоочередным по сравнению с другими служебными делами. Менеджер должен уметь слушать и задавать ненавязчивые вопросы о том, как клиент хотел бы организовать предстоящий отдых и какие впечатления от него получить.

В процессе подобной беседы менеджер сможет определить для себя основные потребности клиента, что позволит ему подобрать наиболее подходящий для данного человека тур. Нельзя заставлять посетителя ждать, ожидание утомительно и его время нужно сводить к минимуму. Поэтому затягивать период выяснения потребностей и желаний клиента не стоит.

6 Индивидуальное задание

Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания

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

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

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

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

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

Понятие качества услуг состоит из:

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

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

Основные критерии оценки качества туристского обслуживания в туристском предприятии:

- размещение (чистота помещений, дизайн, состояние территории, ассортимент услуг);
- питание (чистота помещений, качество блюд, время и атмосфера обслуживания);
- транспорт (состояние транспорта, комфортность, продолжительность маршрута и скорость передвижения).

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

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

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

Заключение

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

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

Спектр услуг компании на данный момент:

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

Приоритеты компании:

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

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

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

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

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

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

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Колодий, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме: экономика ощущений и впечатлений: учебное пособие для СПО / Н. А. Колодий. – 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, М.: Инфра-2018г; - 277 с.
- 8 Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии: учебник для академического бакалавриата / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. – 2- е изд., испр. и доп. – 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»

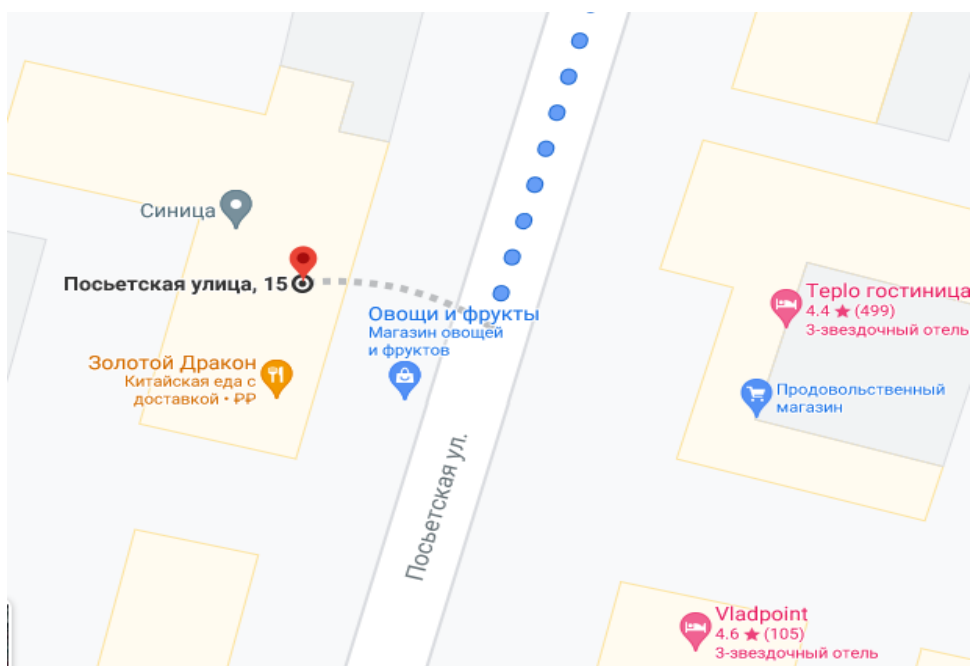


Рисунок А.1 - Схема проезда к ООО «ПланетаЛайн»

Индивидуальное задание по производственной практике

Студент(ка) Швецова Марина Алексеевна
ФИО

обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную практику в объеме 144 часа с «29» ноября 2021 г. по «25» декабря 2021 г. в организации ООО Туристическая фирма «ПланетаЛайн», 690912, г. Владивосток, п. Трудовое, ул. Дружбы 12

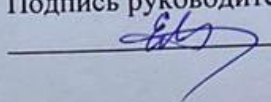
наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период производственной практики

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	1
2	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	3
3	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	8
4	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов	8
5	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукт	8
6	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	8
7	Доставка туроператору пакета документов для получения виз	8
8	Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности	8
9	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	8
10	Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках	8
11	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте. Взаимодействие со службами быстрого реагирования	8
12	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	8
13	Сбор и анализ документов строгой отчетности	8
14	Составление отчета руководителя туристской группы	8
15	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	8
16	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	8
17	Работа с запросами клиентов	8
18	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	8
19	Оформление отчёта практики	12

Дата выдачи задания «29» ноября 2021 г.
 Срок сдачи отчета по практике «25» декабря 2021г.

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 144 часа с «29» ноября 2021 г. по «25» декабря 2021 г. в организации ООО «Туристическая фирма ПланетаЛайн», 690912, г. Владивосток, п. Трудовое, ул. Дружбы 16

наименование организации, юридический адрес
В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной деятельности выполнял следующие виды работ:

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление турагентских услуг	ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	Отлично
	ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	Отлично
	ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов	Хорошо
	ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукт	Хорошо
	ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	Отлично

	ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Доставка туроператору пакета документов для получения виз	Хорошо
	ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности	Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности	Отлично
<i>Итоговая оценка по ПМ 01. Предоставление турагентских услуг</i>			Отлично

Предоставление услуг по сопровождению туристов	ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	Отлично
	ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках	Хорошо
	ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте	Отлично
	ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Взаимодействие со службами быстрого реагирования	Отлично
	ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	Отлично
	ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Сбор и анализ документов строгой отчетности	Хорошо
	<i>Итоговая оценка по ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов</i>		

Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	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	Отлично
Промежуточная оценка по ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг			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 25 декабря 2021 г.

Оценка за практику Отлично

Руководитель практики от предприятия



Троконова ЕВ
Ф.И.О.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

ДНЕВНИК

Студента Швецова Марина Алексеевна

Курса 2 группы С-ТУ-20

База практики Туристическая фирма «ПланетаЛайн»

Начало практики 29 ноября 2021г. окончание 25 декабря 2021г.

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики

Студент Швецова Марина Алексеевна

Фамилия Имя Отчество

Специальность/профессия 43.02.10 Туризм

Группа С-ТУ-20

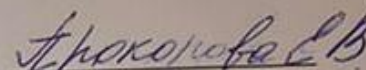
Место прохождения практики ООО Туристическая фирма «ПланетаЛайн»


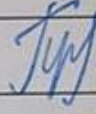



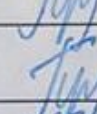

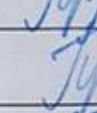

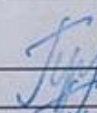
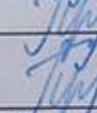
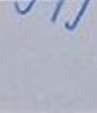

Сроки прохождения с «29.11.2021» по «25.12.2021»

Инструктаж на рабочем месте «29» ноября 2021 г

дата

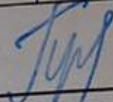

подпись

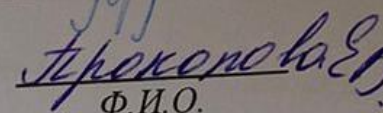

Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
29.11	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	5	
29.11	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	5	
30.11	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	5	
01.12	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов	5	
02.12	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукт	4	
03.12	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	5	
04.12	Доставка туроператору пакета документов для получения виз	5	
06.12	Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности	4	
07.12	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	5	
08.12	Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках	4	
09.12	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте. Взаимодействие со службами быстрого реагирования	5	
10.11	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	5	
11.12	Сбор и анализ документов строгой отчетности	5	
13.12	Составление отчета руководителя туристской группы	5	
14.12-15.12	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	4	

16.12-17.12	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	5	
18.12-20.12	Работа с запросами клиентов	5	
21.12-22.12	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	5	
23.12-24.12	Оформление отчёта практики	5	
25.12	Дифференцированный зачет	5	

Руководитель


подпись


Ф.И.О.

М.П.



Характеристика деятельности студента
Швецова Марна 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	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	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 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	Высокий
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	Высокий
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	Высокий
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности	Высокий
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, выучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	Высокий
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы	Средний
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности	Составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта	Высокий
ПК 2.1	Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Контроль наличия туристов. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут	Высокий
ПК 2.2	Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение инструктажей по технике безопасности	Высокий
ПК 2.3	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	Высокий
ПК 2.4	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях	Высокий
ПК 2.5	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	Высокий

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

Руководитель практики (от организации) _____

(фамилия, имя, отчество, рабочий тел.)

М.П.



Характеристика

Студент 2 курса специальности «Туризм» проходил производственную практику в туристской фирме «ПланетаЛайн» с «29» ноября 2021 г. по «25» декабря 2021 г.

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

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

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

За время прохождения практики зарекомендовал себя с положительной стороны.

По результатам практики заслуживает оценку «отлично».

Руководитель практики от организации



Е. В. Проколова

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 № 9679-с от 17.11.2021 года


направляется в ООО "Туристическая фирма Планета Лайн", г. Владивосток

для прохождения производственной практики по специальности 43.02.10 «Туризм» на
срок 4 недели с 29.11.2021 года по 25.12.2021 года

Руководитель практики Ермолович Л.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО "Планета Лайн"	29.11.2021	
ООО "Планета Лайн"	25.12.2021	

