



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Владивостокский государственный университет»

Академический колледж

ОТЧЕТ ПО  
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ  
по профессиональному модулю  
ПМ.01 Предоставление турагентских услуг  
ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов  
ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг  
программы подготовки специалистов среднего звена  
43.02.10 Туризм

период с «11» мая по «21» июня 2023 года

Студент группы С-ТУ-22-1

подпись

Слепкова Ю.А.

ООО «Чемодан», г. Владивосток

Руководитель практики от предприятия

подпись

Гой А.А.

Отчет защищен:

с оценкой

Руководитель практики от ООО

Ткаченко Е.В.

Владивосток 2023

## Содержание

Введение.....		3
1	Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Чемодан» .....	5
1.1	История создания и развития предприятия ООО «Чемодан».....	5
1.2	Учредительные документы, организационно – правовая форма и форма собственности предприятия ООО «Чемодан».....	5
1.3	Организационная структура и взаимодействия подразделений .....	7
1.4	Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия ООО «Чемодан»...11	11
2	Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия ООО «Чемодан».....	13
2.1	Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия .....	13
3	Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта .....	16
4	Система обеспечения безопасности .....	17
5	Технология формирования профессиональных компетенций .....	18
6	Индивидуальное задание .....	34
	Заключение.....	36
	Список использованных источников .....	37
	Приложение схема проезда к ООО «Чемодан» .....	38
	Приложение схема организационной структуры ООО «Чемодан» .....	39

## Введение

Туризм – это отрасль экономики непродуцированной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах, основная функция которого – обеспечить человека полноценным и рациональным отдыхом. Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира, а туристские услуги составляют значительную часть потребляемых населением услуг, имеют социально–оздоровительный характер и сочетают в себе экономический, социальный, гуманитарный, политический, воспитательный и эстетический факторы.

Туристский рынок выполняет многочисленные функции: информационную, посредническую, регулируемую, ценообразующую, стимулирующую, созидательно разрушительную и дифференцирующую.

Однако в качестве его основополагающих функций можно выделить следующие:

- а) реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте;
- б) организация процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);
- в) экономическое обеспечение материальных стимулов к труду.

Значение и роль туризма в наше время переоценить невозможно. Туризм, возникший и развивавшийся как объективная общественная потребность, постепенно утвердился в качестве одного из важных средств воспитания людей. В его развитии прослеживаются три этапа: образование предпосылок для организованных групповых (коллективных) походов и путешествий; утверждение походов как средства воспитания; становление и последующее развитие туризма как общественно–социального явления, успешно содействующего комплексному решению воспитательных, образовательных, оздоровительных и спортивных задач.

В настоящее время туризм превратился в индустрию международного масштаба. Во многих странах он играет значительную роль в формировании внутреннего валового продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т. е. выступает своеобразным катализатором социально–экономического развития, что, в конечном счете, превращает его в высокодоходную отрасль экономики.

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

В ходе данных компетенций в период с 11.05.2023 по 21.06.2023 необходимо научиться:

- а) выявлять и анализировать запросы потребителей и возможности их реализации, информировать потребителей о туристских продуктах;
- б) взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта, проводить маркетинговые исследования рынка с целью формирования востребованного туристского продукта;
- в) формировать туристский продукт, рассчитывать его стоимость, а также стоимость турпакета, оформлять турпакет;
- 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 качество обслуживания туристов принимающей стороной и оформлять отчетную документацию о туристской поездке.

В качестве примера для исследования была выбрана туристская фирма ООО «Чемодан».

## 1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Чемодан»

### 1.1 История создания и развития предприятия ООО «Чемодан»

Название компании: туристическая компания Общество с ограниченной ответственностью «Чемодан». Местонахождение: приморский край, г. Владивосток, Партизанский проспект 12. Часы работы: понедельник – пятница 09:00 – 18:00, суббота 11:00 – 15:00, воскресенье – выходной. Телефон: +7 (423) 261 61 08, +7 (994) 008 73 27. (Приложение А).

Турфирма «Чемодан» была основана в 2008 году. Основным видом деятельности компании является внутренний, международный въездной и международный выездной туризм. Турфирма ежедневно отправляет туристов в Китай, Таиланд, Египет, Объединенные арабские эмираты, Мальдивы, Кубу, Венесуэлу, Абхазия, а также по России в Алтайский край, Калининград, Санкт–Петербург, Москву, Байкал, минеральные воды и золотое кольцо России. Также фирма занимается оформлением виз в Китай и Японию, страхованием туристов.

Турфирма уже на протяжении 16 лет стремится увеличить географию обслуживания туристов и объем реализованных услуг, при этом уделяет значительное внимание качеству и уровню обслуживаемых клиентов компании.

Компания «Чемодан» состоит из головного офиса в г. Владивосток [1].

### 1.2 Учредительные документы, организационно – правовая форма и форма собственности предприятия ООО «Чемодан»

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

К учредительным документам предприятия ООО «Чемодан» относятся:

- устав предприятия (свод правил, устанавливающих порядок и организацию деятельности предприятия);
- учредительный договор или решение учредителя о создании предприятия;
- заявление учредителя или лица, уполномоченного учредителями, для государственной регистрации;
- свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;
- свидетельство о постановке на учет в налоговой инспекции по юридическому адресу;

- лицензии;
- договор об учреждении;
- список участников;
- протокол о назначении генерального директора.

Организационно–правовая форма – это признаваемая законодательством той или иной страны форма хозяйствующего субъекта, которая фиксирует метод (способ) закрепления и использования имущества хозяйствующим субъектом, вытекающие из этого его правовое положение и цели предпринимательской деятельности [2].

Примеры организационно–правовых форм:

- а) акционерное общество (АО);
- б) общество с ограниченной ответственностью (ООО);
- в) индивидуальное предпринимательство (ИП).

Организационно-правовая форма и форма собственности предприятия «Чемодан» является ООО (общество с ограниченной ответственностью)[1].

ООО — это юридическое лицо. Его работу регулируют учредительные документы. У ООО есть расчетный счет, печать и уставный капитал (минимальный размер 10 000 рублей).

Особенность ООО — учредители: от 1 до 50 человек или других компаний с разными долями в уставном капитале. Отсюда минус: чем больше учредителей, тем больше времени занимает согласование документов и принятие управленческих решений. Вам придется информировать регистрирующий орган о смене учредителей или перераспределении долей уставного капитала.

Преимущества ООО

- нет ограничений по видам деятельности,
- можно применять специальные режимы налогообложения,
- по обязательствам ООО учредители отвечают только своей долей в уставном капитале,
- потенциал для роста компании,
- бизнес продается и покупается,
- можно привлекать инвесторов.

Минусы ООО

- сложная регистрация: требуется много документов, достаточно крупная пошлина (4000 рублей), юридический адрес, устав и пр.
- минимальный уставный капитал 10 000 рублей должен быть внесен деньгами;

- высокие штрафы и серьезная ответственность за уголовные и административные нарушения;
- обязательно нужны расчетный счет и онлайн-касса;
- необходимо вести бухгалтерский учет и периодически сдавать в госорганы отчетность;
- сложно распоряжаться выручкой в собственных целях — дивиденды и зарплата облагаются налогами;
- субсидиарная ответственность.

Итог: ООО подходит тем, кто собирается открыть бизнес с партнерами и активно его развивать [3].

### 1.3 Организационная структура и взаимодействия 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 [10].

К главным функциям организационной структуры относятся:

- а) распределение должностных обязанностей и обеспечения контроля;
- б) разделение задач по отделениям и подразделениям;
- в) регулирование компетентности в решении определенных проблем;
- г) регулирование общего взаимодействия элементов.

Организационная структура «Чемодан» – это взаимоотношения между руководителями и подчиненными.

Основные задачи организационной структуры «Чемодан»:

- а) разделение труда;
- б) определение ролей и взаимоотношений между сотрудниками;
- в) определение каналов взаимосвязи.

Управление «Чемодан» происходит на линейно–функциональном уровне. (Приложение Б).

Особенности линейно–функциональной структуры управления заключаются в наличии функциональных подразделений и хорошо работающим принципом единовластия.

Достоинства линейно–функциональной структуры:

а) более глубокая подготовка решений и планов, связанных со специализацией работников;

б) освобождение линейных руководителей от решения многих вопросов, связанных с планированием финансовых расчетов, материально–техническим обеспечением и др.;

в) построение связей «руководитель – подчиненный» по иерархической лестнице, при которых каждый работник подчинен только одному руководителю.

Недостатки линейно–функциональной структуры:

а) каждое звено заинтересовано в достижении своей узкой цели, а не общей цели фирмы;

б) отсутствие тесных взаимосвязей и взаимодействия на горизонтальном уровне между производственными подразделениями;

в) чрезмерно развитая система взаимодействия по вертикали;

г) аккумуляция на верхнем уровне наряду со стратегическими оперативными задачами [10].

Штат «Чемодан»: генеральный директор, исполнительный директор, бухгалтер, менеджер по пляжному туризму, менеджер по направлению Китай, менеджер по визам, маркетолог, руководители туристских групп.

Генеральный директор – это глава любой коммерческой организации, будь то акционерное общество или производственное предприятие. Функции генерального директора заключаются в общем руководстве производственно–хозяйственной деятельностью компании.

Именно он несет полную ответственность за все принятые решения, за результаты деятельности предприятия и сохранность его имущества.

Профессия генерального директора очень ответственна и совмещает в себе множество обязанностей, поэтому руководитель, чтобы справиться с нагрузкой, делегирует свои полномочия подчиненным. А именно – на любом предприятии и в каждой компании обязательно существует заместитель генерального директора, организующий работу персонала и в случае каких–либо непредвиденных обстоятельств исполняющий обязанности директора. Кроме того, существуют такие должности, как финансовый директор (глава финансовой службы компании), коммерческий директор (руководитель

служб продаж, маркетинговых отделов и отделов логистики в компании) и исполнительный директор (руководитель, на котором лежит административный и финансовый контроль, работа с субподрядчиками и поставщиками, организация документооборота в компании).

В общих чертах в должностные обязанности генерального директора выглядят:

- а) организация, координация и контроль работы предприятия (компании);
- б) организация эффективного взаимодействия структурных подразделений компании;
- в) стратегическое планирование развития предприятия и реализация этих планов;
- г) участие в формировании бюджета и контроль его выполнения;
- д) обеспечение эффективного документооборота и своевременного движения информации в компании.

Главный бухгалтер организации – основной учетный работник, ответственный за формирование учетной политики, ведение бухгалтерского учета, своевременное представление полной и достоверной бухгалтерской отчетности, а также составление и представление налоговой отчетности.

В его обязанности входят: разработка финансовой стратегии фирмы, составление финансовых планов, обеспечение деятельности фирмы (осуществление денежных переводов, подготовка финансовых отчетов) и своевременное информирование руководства о финансовых результатах деятельности фирмы, экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации по данным бухгалтерского учета, ведет работу по обеспечению строгого соблюдения штатной, финансовой и кассовой дисциплины, учет финансовых, расчетных и кредитных операций, страхование фирмы и юридические аспекты, принятие управленческих решений.

Менеджер по туризму – это специалист, обеспечивающий туристические поездки клиентов, координирующий работу задействованных при этом людей и организаций.

В должностные обязанности менеджера по туризму входит: консультирование клиентов по туристским продуктам и сервисам компании, подбор и продажа индивидуальных и групповых туров, расчет стоимости туров, бронирование билетов, гостиниц, выполнение плана продаж, анализ рынка туристических услуг, развитие направлений, разработка новых туров, подготовка и оформление документов (визы, загранпаспорта, страховка и т.п.), заключение договоров, взаимодействие с туроператорами, работа с рекламациями.

Визовый менеджер руководит процессом делопроизводства в визовом центре, контролирует своевременное заполнение анкет и других документов и следит за сроками их подачи в нужные инстанции. Он ответственен за общий документооборот в области виз,

загранпаспортов, страховок в компании и отслеживает изменения в правилах подачи и оформления всех важных бумаг. Также он ведет отчетность и базу данных клиентов. Важной составляющей работы менеджера визового центра является работа с клиентами, сотрудниками туристических агентств. Это могут быть также и крупные корпоративные (коммерческие и государственные) клиенты. Визовый менеджер консультирует их по поводу оформления виз.

Руководитель туристской группы – физическое лицо, которое является представителем субъекта туристской деятельности и выступает от его имени, сопровождает туристов, обеспечивает выполнение условий договора на предоставление туристских услуг; На должность руководителя туристской группы штатный и внештатный сотрудник назначается приказом руководителя туристской фирмы.

На руководителя туристической группы возлагаются следующие функции:

а) Подготовка отчета о поездке руководителю предприятия.  
б) Информирование туристов по вопросам, касающимся пребывания в иностранном государстве.

в) Осуществление работы по предоставлению туруслуг туристам.

г) Организация прохождения туристами паспортного и таможенного контроля.

д) Оформление документов (ваучер, отчет).

е) Хранение документов туристов, переданных для организации их обслуживания.

Должностные обязанности

Руководитель туристической группы обязан:

ж) Организовывать прохождение туристами паспортного, таможенного и иного контроля в пункте назначения при въезде в зарубежную страну, а также выезде из нее.

и) Контролировать выполнение утвержденной программы и условий обслуживания туристской группы.

к) Выполнять работу по предоставлению туристам пакета туруслуг и координировать их выполнение сторонними организациями.

л) Участвовать в маркетинговых исследованиях, разработке программ, методик проведения и обслуживания туров, экскурсий, путешествий и пр.

м) Проводить организационное собрание туристической группы.

н) Оформлять соответствующие документы (отчет, ваучер и пр.).

о) В случае недолжного выполнения принимающей стороной условий обслуживания незамедлительно информировать руководство агентства об отклонениях от программы.

п) В случае заболевания туриста (туристов) совместно с представителем принимающей стороны и страховой компании принимать срочные меры по оказанию медицинской помощи.

р) Всегда находиться с туристической группой и оказывать содействие принимающей стороне в проведении организационных мероприятий по приему и обслуживанию туристов.

с) Информировать туристов по вопросам, которые касаются правил въезда, пребывания и размещения в принимающей стране.

т) Контролировать и координировать качество обслуживания туристов принимающей стороной.

у) При возникновении чрезвычайных обстоятельств (военных действий, стихийных бедствий, забастовок и пр.) связываться с консульством (посольством) принимающей стороны и специальными органами, созданными в связи с чрезвычайными ситуациями, собирать группу и проводить инструктаж по обеспечению безопасности здоровья и жизни туристов.

ф) Принимать меры по предупреждению или разрешению конфликтных ситуаций в группе, с местным населением, представителями правоохранительных и иных органов.

х) Хранить документы, переданные туристами для организации обслуживания.

ц) Организовывать возвращение туристов на отправную базу.

ч) Подготавливать и сдавать отчет о туристической поездке руководителю туристской организации.

ш) Оформлять в установленном порядке ваучеры на обслуживание туристических групп, а также опросные листки.

щ) Давать туристам информацию о возможности возникновения факторов риска на каждом конкретном маршруте.

#### 1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия ООО «Чемодан»

На сегодняшний день у ООО «Чемодан» открыт один офис в центре Владивостока, что очень удобно для посетителей и сотрудников компании.

ООО «Чемодан» предлагает:

- индивидуальные туры;
- бронирование отелей;
- покупка авиабилетов в любую точку мира;

- организацию шоп–туров в Китай;
- экскурсионные туры по городам Китая;
- развивает детский туризм;
- речные и морские круизы;
- лечебные и оздоровительные туры по городам Китая;
- туры с отдыхом на море в экзотических странах Юго–Восточной Азии (Таиланд, Вьетнам), Средиземноморья (Египет, Тунис, Марокко, Турция и другие), а также Абхазия и Куба;
- туры по городам России (Москва, Санкт–Петербург, Сочи, Минеральные воды, Байкал, Забайкальский край, Калининград, Золотое кольцо России и другие города).

А также:

- использует для перевозок комфортабельные автобусы;
- сотрудничает с лучшими туроператорами России;
- заключает договоры по страхованию жизни и здоровья туристов;
- используют онлайн консультацию по подбору тура, а также дистанционное оформление туристов на покупку тура;
- оказывает визовую поддержку для лиц, выезжающих в Китай и Японию;
- предлагает своим туристам только лучшие условия пребывания за границей и на территории России;

Основные задачи ООО «Чемодан»: оповещение возможностей отдыха по всем направлениям, продвижение туристской информации с помощью рекламы, организация продажи туристского продукта, создание привлекательных туристских продуктов, соответствующих потребностям туристов, поддержание предложения на уровне спроса, сохранение конкурентоспособности туристского продукта, качественное обслуживание туристов, обеспечение финансовой устойчивости [4].

## 2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия ООО «Чемодан»

### 2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

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

Для достижения этой цели менеджеры ООО «Чемодан» проводят маркетинговые исследования туристского рынка, чтобы знать сильные и слабые стороны своих маршрутов по сравнению с конкурентами, регулярно участвуют в собраниях фирмы, проводимых для обмена опытом и обсуждения различных затруднительных ситуаций, владеют краткой информацией обо всех направлениях.

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

Процесс продажи туристского продукта включает:

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

Обслуживание клиента не ограничивается элементами продажи. Накануне путешествия работники фирмы по телефону напоминают туристу о предстоящей поездке, а после окончания тура выясняют мнение туриста о путешествии, определяют негативные моменты и т.д.

Персонал должен знать:

- а) законодательные акты и нормативные документы в сфере туризма;
- б) формальности международных норм в сфере туризма, а также правила оформления документов на выезд из России (въезд в Россию) – для персонала, занятого выездным/въездным туризмом;
- в) иностранный язык в объеме, соответствующем выполняемой работе (для персонала, занимающегося международным туризмом).

Под корпоративной этикой понимается система морально–нравственных принципов, стандартов и правил, которые приняты в определенной организации и регулируют поведение ее персонала. Это значит, что все работники компании обязаны демонстрировать по отношению к клиентам, партнерам и коллегам определенное отношение, соблюдать морально–этические принципы, которыми руководствуется данный бизнес.

Корпоративная этика – часть корпоративной культуры.

Этика поведения в ООО «Чемодан»:

- персонал должен быть приветливым и доброжелательным;
- начинать диалог с приветствия;
- приветливо улыбаться;
- быть терпеливым и вежливым;
- проявлять уважение к посетителю;
- обслуживание посетителя должно быть первоочередным по сравнению с другими служебными обязанностями;
- иметь располагающий внешний вид;
- в присутствии посетителя не вести личных телефонных разговоров, не принимать пищу и/или напитки;
- уметь слушать (проявлять интерес к тому, что говорит посетитель);
- сводить к минимуму ожидание посетителей, способствовать тому, чтобы время ожидания не было утомительным.

Под культурой предприятия понимается система базовых ценностей, убеждений, негласных соглашений, норм и правил поведения, разделяемых всеми членами предприятия. В сформировавшихся туристских компаниях и фирмах она как бы становится их атрибутом, частью, оказывающей активное воздействие на работников, изменяющей их поведение в соответствии с заявленными нормами, ценностями, негласными соглашениями.

По отношению к предприятию организационная культура выполняет следующие функции:

- интегрирующую;
- регулирующую;
- коммуникационную;
- адаптивную;
- мотивационную;
- воспитательную;

- охранную;
- функцию формирования имиджа предприятия.

Организационная культура – это набор убеждений, ценностей и усвоенных способов решения реальных проблем, сформировавшийся за время жизни организации и имеющий тенденцию проявления в различных материальных формах и в поведении членов организации.

Культура корпорации – определенные позиции, точки зрения, манеры поведения, в которых воплощаются основные ценности, выражение этих ценностей претворено в организационной структуре и в кадровой политике.

Организационная культура «Чемодан» содержит как субъективные (ценности, цели, принципы, характер внутренних взаимоотношений, правила поведения людей и др.), так и объективные элементы (символика, эмблема, товарные знаки, цвета, внешний вид).

Культура предприятия имеет определенную силу, которая характеризуется, прежде всего, ее объемом, уровнем ее восприятия членами организации и ясностью культуры для каждого. Сильная культура создает преимущества для предприятия.

### 3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

В туризме большое значение отводится мероприятиям по продвижению продукта к потребителю. Согласно «ФЗ Об основах туристской деятельности в РФ» продвижение туристского продукта – это комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта: реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и т.п.

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

Важная роль в продвижении туристского продукта отводится стимулированию потребителей. Под стимулированием сбыта (продаж) в туризме понимают краткосрочные поощрительные меры, способствующие продаже или сбыту. Стимулирование проводится в трех направлениях: стимулирование сотрудников турфирмы, стимулирование торговых посредников, стимулирование клиентов. Среди задач стимулирования потребителей основными являются: поощрение более интенсивного потребления предлагаемых туров или отдельных услуг, побуждение туристов к приобретению услуг, которыми они ранее не пользовались, привлечение внимания к туристскому предложению тех, кто пользуется услугами конкурентов [5].

Стимулирование сотрудников фирмы направлено на повышение качества обслуживания, рост профессионального мастерства и совершенствование работы. В этом направлении интересен опыт передовых туристских фирм. «Чемодан» применяет прогрессивную систему оплаты труда, когда работник, помимо оклада, получает вознаграждение. Наряду с реализацией мероприятий стимулирования сбыта в туристской фирме «Чемодан» постоянно проводится оценка их эффективности. Для этого используются методы опроса туристов, сравнительного анализа объема продажи туристских услуг с объемом их продаж в предыдущие годы.

Также турфирма «Чемодан» активно осваивает SMM (Social Media Marketing).

Туры продвигаются на таких платформах, как Instagram, Telegram, Farpost.

## 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. Система безопасности туризма включает в себя: субъекты обеспечения безопасности туризма, включая федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный на координацию деятельности в области безопасности туризма, целевые установки и принципы обеспечения безопасности туризма, государственную политику в области обеспечения безопасности в сфере туризма, систему правовых норм, регулирующих отношения в сфере безопасности туризма, различные виды юридической и иной деятельности по обеспечению безопасности, меры и требования безопасности туризма, культуру безопасности и правовую культуру в сфере безопасности туризма.

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.

Предприятие «Чемодан» знакомит туристов с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению, дает необходимую информацию для туристов в целях охраны их жизни и здоровья. Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествий в турфирме «Чемодан».

## 5 Технология формирования профессиональных компетенций

### ПМ.01 Предоставление туристских услуг

ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

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

Актуальной проблемой обслуживания туристов является неумение продавать туристский продукт. Даже знающий менеджер легко может упустить клиента, если всем своим видом показывает незаинтересованность в работе с ним. К этой проблеме можно отнести отсутствие целого ряда навыков общения, незнание нужной информации и неумение ее преподнести.

Человеческая жизнь при оптимизации ее интенсивности предполагает деление на трудовую деятельность и рекреацию.

Рекреационная услуга – процесс предоставления за плату полезных действий, выполняемых специфическим образом организованными предприятиями, направленных на удовлетворение потребностей человека в восстановлении утраченных сил путем кратковременного изменения места своего проживания с целью лечения, отдыха, развлечений, получения новых впечатлений и познавательной целью.

В свою очередь сфера собственно рекреационных услуг является подсистемой более крупного структурного образования – сферы отдыха (досуга), в состав которой входят услуги учреждений культуры, спортивных, зрелищных и развлекательных предприятий, которые, несомненно, имеют рекреационное значение, однако обладают значительной отраслевой спецификой. Такое понимание содержания рекреационных услуг обуславливает возможность отнесения их к сфере туризма. Правомерность такого объединения подтверждается принятой во всем мире терминологией, согласно которой под туризмом подразумевается «деятельность лица, путешествующего в место, находящееся вне его обычной среды на срок, не превышающий определенный период времени, и, главной целью путешествия которого не является занятие деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте».

Основой и предпосылкой существования различных видов рекреационных услуг являются рекреационные потребности человека, наличие свободного времени и

материальные возможности, а также обладание людей свободой передвигаться из одного места в другое [7].

#### ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах

Турфирма ООО «Чемодан» обязана своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора.

Информация о туристском продукте в обязательном порядке должна содержать сведения:

- о потребительских свойствах (качестве) туристского продукта – программе пребывания, маршруте и условиях путешествия, включая информацию о средствах размещения, об условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории) и питания, услугах по перевозке потребителя в стране (месте) временного пребывания, о наличии экскурсовода (гида), гида–переводчика и инструктора–проводника, а также дополнительных услугах;

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

- о конкретном третьем лице, которое будет оказывать отдельные услуги, входящие в туристский продукт, если это имеет значение, исходя из характера туристского продукта;

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

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

- об обычаях местного населения, о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной, состоянии окружающей природной среды (в объеме, необходимом для совершения путешествия);

- порядке доступа к туристским ресурсам с учетом принятых в стране (месте) временного пребывания ограничительных мер (в объеме, необходимом для совершения путешествия);

- об опасностях, с которыми потребитель может встретиться при совершении путешествия, о необходимости проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями, если потребитель предполагает совершить путешествие в страну (место) временного пребывания, в которой он может подвергнуться повышенному риску инфекционных заболеваний;

- о возможных рисках и их последствиях для жизни и здоровья потребителя в случае, если потребитель предполагает совершить путешествие, связанное с прохождением маршрутов, представляющих повышенную опасность для его жизни и здоровья (горная и труднопроходимая местность, спелеологические и водные объекты, занятие экстремальными видами туризма и спорта и другие);

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

- о месте нахождения, почтовых адресах и номерах контактных телефонов органов государственной власти Российской Федерации, дипломатических представительств и консульских учреждений Российской Федерации, находящихся в стране (месте) временного пребывания, в которые потребитель может обратиться в случае возникновения в стране (месте) временного пребывания чрезвычайных ситуаций или иных обстоятельств, угрожающих безопасности его жизни и здоровья, а также в случаях возникновения опасности причинения вреда имуществу потребителя;

- об адресе (месте пребывания) и номере контактного телефона в стране (месте) временного пребывания руководителя группы несовершеннолетних граждан в случае, если туристский продукт включает в себя организованный выезд группы несовершеннолетних граждан без сопровождения родителей, усыновителей, опекунов или попечителей;

- о национальных и религиозных особенностях страны (места) временного пребывания;

- об иных особенностях путешествия.

Указанная информация доводится до сведения потребителя в наглядной и доступной форме путем ее размещения в каталогах, справочниках, описаниях туристского продукта, а также иными способами, не противоречащими законодательству Российской Федерации.

ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта

Туроператор разрабатывает туристские маршруты, насыщает их услугами посредством взаимодействия с поставщиками услуг, обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг, подготавливает рекламно–информационные издания по своим турам, рассчитывает цены на туры, передает туры турагенту для их последующей реализации туристам.

Турагент занимается продвижением сформированных туроператором туров: приобретает туры у туроператора и реализует их потребителю. Турагент добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно.

Осуществление туристских операций предполагает установление и поддержание определенных взаимоотношений между туроператором и турагентом.

Данный процесс в общем виде имеет следующий вид:

- а) публичная оферта туроператора;
- б) заключение договора между туроператором и турагентом;
- в) рассылка туроператором предложений (прайс-листов) и рекламных материалов;
- г) заявка турагента на бронирование туристского продукта;
- д) подтверждение заявки туроператором и выставление счета;
- е) оплата счета турагентом и передача туроператору документов туриста.

Сотрудничество между туроператором и турагентом приносит выгоду обеим сторонам.

Наличие у туроператора широкой и разветвленной агентской сети обеспечивает:

- а) рост объемов продаж туристских продуктов;
- б) выход на новые рынки;
- в) экономию расходов на содержание собственного персонала, аренду помещений, их оборудование и др.

В свою очередь турагент получает комиссионное вознаграждение за посредничество в реализации туров конечным потребителям. Комиссионное вознаграждение является основным источником доходов турагентов [7].

Преимущества сотрудничества для турагента с туроператором состоят в следующем:

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

ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя

Прием заявки на оказание туристских услуг и расчет стоимости по услуге происходит в соответствии с локальным актом, разработанным в фирме – «Публичной офертой на оказание туристических услуг».

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

К таким документам относятся:

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

Бланк строгой отчетности «Туристская путевка» разработан в соответствии с требованиями Федерального закона от 24.11.1996 г. № 132–ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. ФЗ от 05.02.2007 г. № 12–ФЗ) и постановления Правительства Российской Федерации от 31.03.2005 г. № 171 «Об утверждении Положения об осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт без применения контрольно–кассовой техники» взамен устаревшего бланка туристской путевки формы «ТУР1». Турпутевка применяется туроператорами и турагентами, оказывающими услуги по реализации туристского продукта, которые обязаны вести учет бланков строгой отчетности (по сериям и номерам). Порядок учета, хранения, инвентаризации, осуществления контроля за надлежащим использованием бланков строгой отчетности «Туристская путевка» осуществляется согласно требованиям постановления Правительства РФ и других нормативных документов [7].

#### ПК 1.5 Оформлять турпакет

Турпутевка – документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности.

Турпутевка является неотъемлемой частью договора о реализации туристского продукта и оформляется после его подписания между туроператором или турагентом и заказчиком туристского продукта. Турпутевка приравнивается к кассовому чеку и предназначена для осуществления наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт.

Страхование на время поездки за границу – это защита здоровья и имущества туриста в путешествии.

То есть страхование выезжающих за рубеж – это:

- а) неотложная медицинская помощь и возмещение расходов, связанных с болезнью и недомоганием;

- б) материальная компенсация при страховании от несчастного случая;
- в) компенсация убытков из-за непредвиденной отмены поездки или изменения ее сроков по независящим от вас причинам;
- г) компенсация в случае повреждения, утраты или задержки багажа;
- д) возмещение расходов в случае причинения вреда по неосторожности третьим лицам.

При оформлении полиса турист может выбрать любую подходящую ему программу страхования выезжающих за рубеж.

Ваучер выписывается на белой бумаге с печатью и является документом, по которому в стране отдыха туристу будут предоставлены забронированные и оплаченные услуги.

Ваучер выписывается на двух языках. При отсутствии ваучера услуги не предоставляются [7].

#### ПК 1.6 Выполнять работы по оказанию визовой поддержки

Для того, чтобы турфирма ООО «Чемодан» смогла грамотно оформить визу, необходимо:

- а) предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- б) консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- в) доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.

Периодически та или иная страна или группа стран существенно ужесточают режим въезда и вводят более строгий порядок получения туристских виз. Все больше иностранных посольств требуют одновременно с перечисленными документами предъявлять ксерокопию страниц внутреннего паспорта туриста (фото, данные туриста, его прописка, для мужчин

– отметка о воинской обязанности или приписное свидетельство).

#### ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности

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

К таким документам относятся:

- а) договор о реализации турпродукта;

- б) туристская путевка установленной формы;
- в) информационный листок к путевке;
- г) туристский ваучер;
- д) памятка (например, для выезжающих за рубеж).

Договор о реализации турпродукта представляет собой соглашение между потребителем туристской услуги (туристом) и туроператором или турагентом, реализующим пакет услуг. Договор заключается в письменной форме и содержит существенные условия договора, в том числе достоверную информацию о реализуемом пакете услуг, розничной цене и порядке оплаты, а также определяет взаимные права и обязанности сторон при организации и проведении поездки (путешествия).

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

Информационный листок к путевке содержит разделы обязательной и дополнительной информации по маршруту, предназначенной для туристов, и является неотъемлемым приложением к туристской путевке или ваучеру. Содержание обязательной информации устанавливается ФЗ от 24.11.1996 г. № 132–ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. от 05.02.2007 г. № 12–ФЗ) и ГОСТ Р 50690–2000 «Туристско–экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования».

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

ваучер специально для предъявления его представителю принимающей стороны, чтобы получить право на обслуживание.

Памятка туриста – информационный листок, содержащий сведения о социальнополитических, климатических, религиозных, культурно–этнических и других особенностях страны временного пребывания [8].

#### ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов

ПК 2.1 Контроль за готовностью группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут

Руководитель туристской группы ООО «Чемодан» во время сопровождения группы туристов отвечает за дисциплину и порядок в группе, за полное и качественное обслуживание, за соблюдение сроков пребывания за рубежом, за соблюдением маршрута следования, за безопасность жизни и здоровья туристов, за сохранность имущества туристов, за охрану окружающей среды.

Сопровождающий должен присутствовать в самых деликатных и проблематичных ситуациях поездки, таким образом, своим профессиональным участием он должен разрешить любое затруднение. К примеру, он должен помочь и решить ситуацию для членов своей группы в случае болезни, несчастного случая, пропажи и кражи документов, посредством необходимых контактов с посольствами, консульствами и полицейскими участками.

Во время посадки в автобус необходимо проверить наличие туристов и их документов:

- а) загранпаспорт (загранпаспорт надо сверить с визированным списком);
- б) если это ребенок до 18 лет, и он следует с одним из родителей – оригинал свидетельства о рождении, паспорт РФ родителя, загранпаспорт;
- в) если ребенок выезжает без сопровождения родителей – согласие на сопровождающее лицо, загранпаспорт, оригинал свидетельства о рождении.

Основные потребности тургруппы – это потребности в передвижении, проживании и питании. Следовательно, услуги средств размещения, предприятий питания и транспортных организаций являются обязательными для осуществления туристской деятельности. Средства размещения (гостиницы, мотели, частные квартиры) и предприятия питания (рестораны, кафе, бары) обеспечивают условия для нормальной жизнедеятельности туристов. Транспортные средства осуществляют их доставку к местам отдыха и обеспечивают передвижения. Потребление основных услуг является предпосылкой для удовлетворения специфических потребностей туристов, являющихся главной целью поездки – потребностей во впечатлениях, развлечениях, деловых встречах,

курортном обслуживании. Дополнительные потребности туристов удовлетворяются услугами предприятий сервиса, торговли, культурных и развлекательных учреждений.

Если клиент выбирает индивидуальный тур (до 10 человек), то значит, он хочет максимально удовлетворить свои потребности, проявить во время поездки самостоятельность.

Особые потребности индивидуального туриста:

а) оригинальный маршрут путешествия. Клиент сам определяет желательное место, куда хочет попасть, время поездки и вид транспорта;

б) персональная программа посещения культурных и развлекательных мероприятий, которая также разрабатывается при непосредственном участии туриста и в полной мере отражает его интересы и потребности;

в) автономность во время путешествия. Основные параметры поездки человек определяет самостоятельно. Более того, у него существует возможность оперативного внесения некоторых изменений, связанных с его настроением, желаниями и т.д.;

г) разнообразие возможных вариантов организации тура. По сути, выбирая самостоятельное путешествие, клиент может обратиться непосредственно к туроператору, расположенному в стране, которую он планирует посетить. Это позволит сократить финансовые затраты, получив дополнительную возможность влиять на путешествие [8].

ПК 2.2 Инструктаж туристов о правилах поведения на маршруте

Экскурсовод (руководитель) туристской группы ООО «Чемодан» должен:

Ознакомить всех участников с инструкцией по обеспечению безопасности на экскурсионных маршрутах и требовать их неукоснительного выполнения. В инструктаже экскурсионного маршрута подробно описано, что обязаны делать туристы и РТГ, на что имеют право, и что запрещается. Также что должен делать РТГ перед началом поездки, во время нее и в промежуточных пунктах путешествия [5].

Основная обязанность туриста – соблюдение техники безопасности, запрещается употребление алкогольных и наркотических средств. РТГ в первую очередь обязан следить за безопасностью туристов, их поведением и надлежащим выполнением услуг на маршруте.

Общие правила поведения:

– туристы (экскурсанты) должны вовремя прибывать к месту начала экскурсии, а также к местам сбора и отправки группы во время экскурсии. Экскурсовод (сопровождающий) не обязан ожидать опаздывающего экскурсанта;

– туристы обязуются соблюдать и выполнять правила техники безопасности, общественного поведения, в том числе рекомендации и правила распорядка мест временного пребывания, мест проведения экскурсий, музеев, транспортных средств и т.д.,

а также выполнять распоряжения и рекомендации экскурсоводов, сопровождающих, вожатых;

– туристы обязуются своим поведением, намеренными или небрежными действиями не причинять беспокойства и не нарушать права организаторов и других участников экскурсии, третьих лиц;

– туристы (законные представители туристов) несут полную ответственность за ущерб (вред), причиненный третьим лицам, а также все риски и всю тяжесть последствий, которые могут возникнуть в результате деяний туристов;

– туристы обязуются самостоятельно не предпринимать каких-либо действий, направленных на отклонение от маршрута проведения экскурсии, отставание от экскурсионной группы и т.д.:

– при движении по тротуарам, по дорогам, не оборудованным тротуарами, переходе через проезжую часть с движущимся автотранспортом и т.д., соблюдать правила дорожного движения;

– при групповой автобусной (автомобильной), железнодорожной перевозке туристы обязуются соблюдать правила соответствующей перевозки, а также выполнять требования экипажа автомобильного транспортного средства.

### ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте

К туристским походам, экскурсиям, экспедициям допускаются учащиеся, имеющие медицинский допуск и прошедшие инструктаж по технике безопасности. При проведении туристского похода, экскурсии, экспедиции соблюдать требования «Инструкции по организации и проведению туристских мероприятий с обучающимися образовательных учреждений системы Московского комитета образования.

При проведении туристских походов, экскурсий, экспедиций необходимо учитывать возможное воздействие на участников следующих опасных факторов:

- а) потертости ног при неправильном подборе обуви;
- б) травмы и раны при неправильном использовании острых и режущих предметов, огня и кипятка;
- в) заражение желудочно-кишечными заболеваниями при употреблении воды из непроверенных открытых водоемов;
- г) отравление ядовитыми растениями, плодами, грибами;
- д) самовольное оставление участниками места расположения группы.

При проведении туристских походов, экскурсий, экспедиции в группе должна быть медицинская аптечка с набором необходимых медикаментов.

При несчастном случае, признаках заболевания участник обязан немедленно сообщить об этом руководителю [8].

#### ПК 2.4 Обеспечивать безопасности туристов на маршруте

При организации рекламно–выставочной деятельности компании ООО «Чемодан» необходимы следующие мероприятия: правильный выбор организатора, создание рабочего органа, разработка программы, реальной отвечающей нуждам рынка и интересной специалистам.

На подготовительном этапе организации выставки необходимо разработать ее рекламную концепцию на основе результатов мониторинга СМИ, учитывающего различные целевые аудитории, и задал, поставленных организатором.

Безопасность туристов (экскурсантов) обеспечивается посредством реализации комплекса мер организационно–технического, дипломатического, финансового, правоохранительного и иного характера, направленных на снижение рисков до приемлемого уровня, путем четкого разграничения и выполнения обязанностей всеми участниками процесса оказания туристских услуг и соблюдением туристами требований личной безопасности [8].

Перечень мер по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов) включает:

- информирование туристов об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;

- выполнение требований безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, содержащихся в договорах о реализации туристского продукта, а также между юридическими лицами и частными предпринимателями, оказывающими туристские услуги;

- страхование жизни и здоровья туристов (экскурсантов) от несчастных случаев, включая прохождение ими маршрутов, представляющих повышенную опасность, страхование имущества и страхование от невыезда;

- обеспечение профилактики заболеваний, в том числе проведение профилактических

  - медицинских прививок;

- оказание помощи туристам при возникновении чрезвычайных ситуаций и несчастных случаев (неотложная медицинская и правовая помощь, предоставление средств связи);

- обеспечение материально–технического состояния объектов туристской индустрии и оказание услуг, гарантирующих безопасность туристов (экскурсантов);

- обеспечение сохранности имущества туристов в стране (месте) временного пребывания (в средствах размещения, во время перевозок туристов и т.д.);
- обеспечение сопровождения туристских групп специальными службами;
- защиту персональных данных туристов, охрану их чести и достоинства в стране (месте) временного пребывания;
- обеспечение квалификационной и профессиональной подготовки работников туристской индустрии;
- сертификацию (аттестацию, декларирование соответствия) оборудования объектов туристской индустрии и туристского снаряжения на соответствие заявленным требованиям;
- применение специальных средств индивидуальной защиты туристов (экскурсантов) и системы оповещения в случае возникновения угрозы безопасности;
- оказание помощи пострадавшим туристам (лечение, доставка потерпевших в медицинские учреждения и др.).

ПК 2.5 Контролировать качества обслуживания туристов принимающей стороной

Проблема обеспечения качества продукции носит в современном мире универсальный характер. От того, насколько успешно она решается, зависит многое в развитии любой отрасли. Однако показатели качества, а также проблемы, связанные с выпуском качественной продукции, специфичны для каждой отрасли, в том числе и для сферы туризма.

Стандарт – нормативный документ, разработанный на основе соглашения большинства заинтересованных сторон и принятый признанным органом или утвержденный предприятием, в котором устанавливаются для всеобщего и многократного использования правила, общие принципы, характеристики, требования и методы, касающиеся определенных объектов стандартизации, и который направлен на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области.

По Закону РФ от 07.02.1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей» граждане Российской Федерации имеют право на надлежащее качество и безопасность товаров, работ и услуг.

В услугах выделяют два направления регулирования качества:

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

б) нематериальное (субъективное), которому соответствуют качественные характеристики, зависящие от субъективного восприятия потребителя, оцениваемые экспертами органами чувств.

Это комфортность, удобство, эстетика интерьера, этика общения, вежливость, чуткость, доступность персонала, т.е. вся совокупность характеристик культуры обслуживания.

Качество туристского обслуживания является одним из важнейших факторов успешной деятельности туристского предприятия ООО «Чемодан». Качество становится незаменимым инструментом в конкурентной борьбе. Туристы, которые довольны обслуживанием в гостиницах, ресторанах, бюро услуг, туристских комплексах определенных стран, становятся их активными пропагандистами. Они многократно посещают эти места, способствуя увеличению потоков туристов, создавая высокую репутацию понравившимся им туристским районам. Качество обслуживания, в конечном счете, способствует повышению экономической эффективности туризма [8].

#### ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию

Отчет – документ, содержащий сведения о результатах деятельности за определенный период времени, выполнении мероприятий, поручений, заданий, представляемый руководителю структурного подразделения, организации или вышестоящему органу.

При составлении внутренних отчетов учитывается их назначение и круг рассматриваемых вопросов. Отчеты составляются на общем бланке или стандартном листе бумаги. Обязательными реквизитами отчета или справки отчетного характера являются: наименование организации, наименование подразделения (если это отчет или справка о работе подразделения), название вида документа, дата, номер документа, место составления, заголовок к тексту, подпись, гриф утверждения (на отчетах) или резолюция руководителя (на справке отчетного характера).

В отчете дается описание выполненной работы и заключение, в котором анализируются ее итоги и излагаются выводы и предложения. Если отчет содержит результаты работы, которая ранее планировалась, последовательность изложения отчета должна соответствовать последовательности расположения заданий в плановом документе.

Отчеты о работе структурных подразделений подписываются руководителем подразделения, отчеты о работе организации в целом подписываются руководителем подразделения, ответственным за подготовку отчета, отчет о работе сотрудника организации подписывается самим составителем. Отчет о работе организации утверждается руководителем организации или вышестоящим органом. Датой отчета

является дата его утверждения или вынесения резолюции. К отчету может прилагаться пояснительная записка и другие справочные материалы [6].

### ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

#### ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг

Маркетинговые исследования – систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах. Фирма проводит маркетинговые исследования или собственными силами – отделом маркетинга, или специализированными организациями.

Наиболее типичными задачами исследователей маркетинга 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 объем, долгосрочное прогнозирование, изучение политики цен.

Маркетинговые исследования должны способствовать более эффективной адаптации товаропроизводителей к требованиям рынка и конечных потребителей [8].

#### ПК 3.2 Формировать туристский продукт

При формировании туристского продукта важно учитывать требования потенциальных клиентов, поэтому фирме необходимо определить целевую группу потребителей, на которую направлен ее продукт, то есть выбрать иностранного партнера. Реализовать вновь разработанные туры фирма может с помощью имеющихся каналов сбыта, то есть тех партнеров в стране, с которыми она работала раньше.

Если туристская фирма впервые выходит на международный рынок или новое направление, то перед ней стоит задача поиска подходящего партнера (контрагента). Контрагентами в международной торговле называют стороны, находящиеся в договорных отношениях по купле–продаже товаров или предоставления различного рода услуг. Критериями выбора фирмы–контрагента является наличие юридического основания (лицензии) заниматься продажей туристических услуг, ее деловая характеристика – деловое резюме, а также учет опыта прошлых операций [8].

На основании этих критериев туристская организация выбирает фирмы–партнеры для дальнейшего длительного изучения и работы с ними. Это позволяет ей в дальнейшем в меньшей степени зависеть от какого–то одного партнера и проводить более гибкую рыночную политику.

Следующим моментом деятельности по формированию туристского продукта является согласование с контрагентом программы обслуживания.

При заключении договора между туроператором и турагентом (или между туроператором, который отправляет, и туроператором, принимает) сначала составляется программа обслуживания туристов в виде набора услуг без распределения по конкретным дням обслуживания. Во время проведения переговоров между фирмой, которая принимает и фирмой, которая отправляет, обсуждаются маршрут тура, его программа, пакет услуг, которые должны быть предоставлены туристам.

Перед заездом туристов составляют маршрут по дням, дают туристу путевку или ваучер. Технология организации и проведения тура определяется качеством обслуживания, который включает формирование программы обслуживания и составление ежедневных экскурсионно–досуговых программ.

Оптимальная программа обслуживания – это программа, которая учитывает потребности клиентов и тематику обслуживания (вид туризма), несмотря на содержание, состав услуг, их количество и порядок предоставления. Каждый из видов туризма (деловой тур, фольклорный тур, тур с целью отдыха и экскурсионно–познавательный тур и т.д.) предполагает определенный уровень комфортности обслуживания и соответствия программы обслуживания цели путешествия.

К принципиальным вопросам операций с туристской фирмой–контрагентом относятся условия расчетов за туристов. Для расчетов между фирмами используются банковские переводы, дорожные чеки, наличная валюта, которую привозит сопровождающий туристской группы и после прибытия первого пункта страны пребывания сдает ее представителю фирмы, которая принимает [9].

### ПК 3.3 Рассчитывать стоимость турпродукта

Себестоимость турпродукта должна отражать все затраты турфирмы на организацию поездки.

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

Метод калькулирования полной себестоимости позволяет получить представление о всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы продукции.

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

Основные постоянные затраты:

- а) аренда офиса;
- б) заработная плата персонала туристского предприятия с отчислениями на социальное страхование;

- в) затраты на общую рекламу;
- г) прочие хозяйственные расходы и др.

Переменные затраты:

- а) расходы на проживание;
- б) расходы на питание;
- в) транспортные расходы;
- г) виза, при ее необходимости;
- д) расходы на экскурсионную программу;
- е) страховка.

Норма прибыли для туристских фирм составляет 20%, ее величина корректируется с учетом спроса, предложений и уровнем конкуренции на рынке туристских услуг.

ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению турпродукта

Агент обязан своевременно отчитываться перед туроператором в установленной форме и сроки, а также немедленно сообщать о возникших трудностях, претензиях и рекламациях клиентов. Поощряются рациональные предложения агента, направленные на улучшение работы, качества продукции, расширение сферы обслуживания и т.п.

Центральными статьями соглашения являются условия выплаты комиссионных агенту. Устанавливается порядок, размер, валюта, а также сроки выплат комиссии.

Комиссия может выплачиваться агенту несколькими способами:

- в установленный срок после перечисления средств клиента на счет туроператора;
- вычтена из стоимости продукции агентом непосредственно при отправке денег туроператору;
- могут быть установлены системы взаимозачета, накопительные схемы, компенсационные методы расчетов сторон.

Агент несет расходы при осуществлении продаж, поэтому в агентском соглашении четко должно быть зафиксировано какие расходы агента покрывает туроператор, а какие покрывает сам агент.

## 6 Индивидуальное задание

### ПМ.01 Предоставление туристских услуг

#### ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребности их реализации

У менеджера, работающего в туристской фирме, есть важное преимущество перед другими торговыми агентами. Дело в том, что любая поездка – это отдых, праздник, связанный со сменой обстановки. Даже если его клиенту нужно срочно вылететь в Стокгольм на три дня, чтобы подписать одну – две деловые бумаги и повидаться с тремя скучными личностями, он все равно предвкушает нечто неведомое. А будет это встреча с незнакомкой или возможность забежать в любимый бутик, свидание со старым приятелем или просто шанс выспаться – не важно. Поэтому передо мной стояла задача – расслабить клиента, дать ему возможность ощутить комфорт от обслуживания. Будущий турист, в отличие от других покупателей, должен быть внутренне расслаблен, у него уже хорошее настроение, если, конечно, сотрудник турфирмы его не разочарует.

Некачественное обслуживание туристов в офисе связано с непочтительным отношением к клиенту. Если у менеджера на лице написано: «вас много, а я один», то это может обернуться для туристской фирмы экономической катастрофой. Психологически некомпетентного сотрудника рискованно допускать к обслуживанию клиентов.

Основной задачей менеджера турфирмы является дать возможность клиенту почувствовать комфорт от обслуживания. В туристских компаниях можно встретить различные проявления некачественного обслуживания клиентов:

- непочтительным отношением к клиенту;
- неумение продавать туристский продукт;
- незнание и неумение преподносить нужную информацию;
- отсутствие навыков общения.

На уровень обслуживания при покупке тура оказывают влияние:

- квалификация персонала, их внешний вид и доброжелательность;
- возможность формирования по желанию клиента туруслуги;
- метод продажи;
- соблюдение принятых правил продаж;
- степень применения средств информации и внутрифирменной рекламы.

Обслуживание туриста начинается с:

- приема;
- установления контакта;

- выявления потребностей клиента.

Для установления способа установления контакта с потребителем туристских услуг исходят из следующих факторов:

- степень загруженности работой менеджера турфирмы;
- наличие в офисе других клиентов;
- психологический тип потребителя туристского продукта;
- цель визита клиента;
- внутреннее состояние клиента и некоторые др. факторы.

После того как клиенту оказано должное внимание, необходимо досконально выявить его потребности. Для этого необходимо умение внимательно слушать клиента и при этом действительно слышать его: задавать наводящие и уточняющие вопросы, повторять мысли клиента своими словами, резюмировать. К концу этой фазы менеджер должен точно понять, что человек ожидает от отдыха, каким он его чувствует. Во время выявления потребностей клиента крайне нежелательно отвлекаться, даже на звонки нужно отвечать максимально кратко, чтобы не «выпасть» из беседы.

На разных этапах беседы для управления ее ходом и прояснения смысла сказанного используются разные действия.

Слушание является значительным элементом в выявлении потребностей клиента.

Во время слушания необходимо избегать:

- предвзятого слушания, избирательного слушания;
- отвлеченного слушания.

Самые распространенные ошибки менеджера в процессе беседы с клиентом:

- чрезмерная занятость собственной речью;
- придерживаться принципа «слушать – значит молчать»;
- поглощение самим собой, своими проблемами, заботами и переживаниями;
- ожидание услышать знакомую или негативную информацию;
- различия между умственной деятельностью и скоростью речи;
- склонность оценивать, одобрять или не одобрять заявления клиента [9].

## Заключение

В процессе прохождения практики были закреплены знания, полученные на лекционных и практических занятиях, приобретены практические навыки. Для примера исследования было выбрано предприятие ООО «Чемодан».

Турфирма «Чемодан» была основана в 2008г. Основным видом деятельности компании является въездной и выездной туризм, оформление виз в Китай и Японию. Турфирма является членом Российской ассоциации туристских агентств.

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

Показатель качества обслуживания в турфирме определяется:

- а) оперативностью работы по подбору и организации туров по запросам клиентов;
- б) вежливостью обслуживания, которое выражается в радушии сотрудников туристской фирмы, их внимании к запросам каждого клиента, терпении при обсуждении маршрута;
- в) соответствием предлагаемого тура реальному содержанию;
- г) наличием согласования всех составных частей комплексного обслуживания.

Руководству предприятия удалось организовать достаточно эффективную систему хозяйствования как в отношении внутреннего окружения (персонал, управление конфликтами и стрессами), так и в отношении внешней среды (постановка маркетинговой деятельности, принятие различных управленческих решений).

Также анализ позволил определить основные направления по улучшению деятельности и дальнейшему успешному функционированию турфирмы: сохранение позиций на рынке, стабильный рост доли рынка за счет увеличения количества клиентов, расширение спектра предлагаемых фирмой услуг, интенсивное непрерывное творческое развитие и совершенствование всех производственных процессов, стабильное повышение уровня финансового благополучия фирмы и сотрудников, организация более качественной рекламы предприятия, проведение регулярных исследований относительно потребителей и конкурентов.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Турфирма ООО «Чемодан» [Сайт] – URL: <https://chemodantour.ru> / (Дата обращения: 19.05.20223).
- 2 О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: федеральный закон от 08.08.2001 N 129–ФЗ [Сайт] // СПС «КонсультантПлюс» – URL: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения: 21.05.2023).
- 3 О организационно–правовой форме предприятия [Сайт] // СПС «КонтурБухгалтерия» – URL: <https://www.b-kontur.ru/> (Дата обращения: 21.05.2023).
- 4 Федеральный закон от 27.12.2002 № 184–ФЗ «О техническом регулировании» (посл. ред. От 28.11.2018) [Сайт] // СПС «Консультант плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/> (Дата обращения: 24.05.2023).
- 5 Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учебник для СПО / В. П. Бугорский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 165 с. (Дата обращения: 26.05.2023).
- 6 «ОК 029–2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 N 14–ст) (ред. от 07.10.2016) [Сайт] // СПС «КонсультантПлюс». – URL: <http://www.consultant.ru/> (Дата обращения: 26.05.2023).
- 7 Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. – 3–е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 191 с. (Дата обращения: 01.06.2023).
- 8 ГОСТ Р 50644–2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Введен 01.07.2018 Все ГОСТы. [Сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/> (Дата обращения: 10.05.2023).
- 9 Клиенты с особыми потребностями в туризме [Сайт] – URL: <https://spravochnick.ru/>(Дата обращения: 16.06.2023)
- 10 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: 24.05.2023).

## Приложение А

Схема проезда к ООО «Чемодан», г. Владивосток

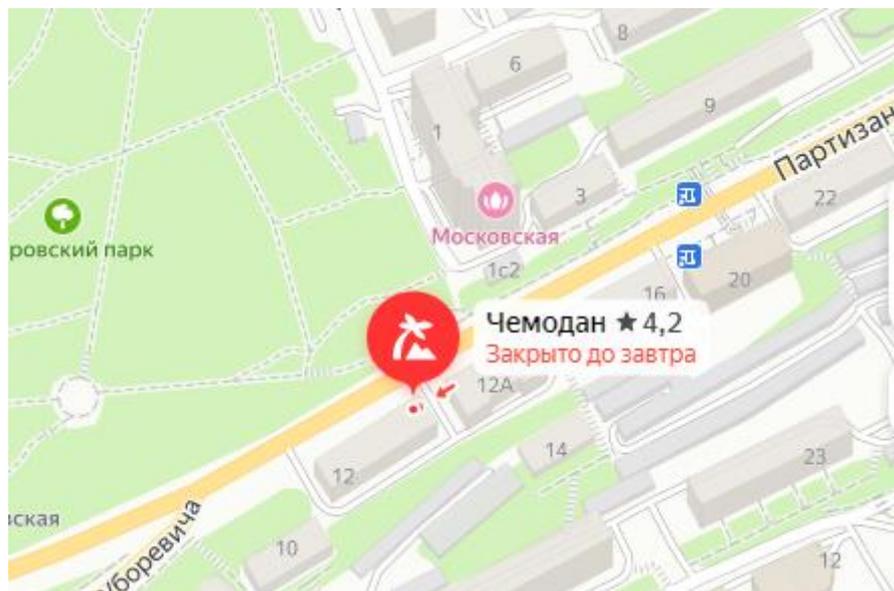


Рисунок А.1 – схема проезда к ООО «Чемодан»

## Приложение Б

### Схема организационной структуры ООО «Чемодан»



Рисунок Б. 1 – организационная структура предприятия ООО «Чемодан»

### Индивидуальное задание по учебной практике

Студентка Слепкова Юлия Александровна, обучающаяся на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла учебную практику в объеме 216 часов с «11» мая 2023 г. по «21» июня 2023 г. в организации Общество с ограниченной ответственность «Чемодан», г. Владивосток, проспект Острякова, 7а, кв. 11

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

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	1
2	Определение и анализ потребности заказчика.	7
3	Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников.	6
4	Осуществление бронирования с использованием современной офисной техники.	6
5	Выбор оптимального туристского продукта.	8
6	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчет различных его вариантов.	8
7	Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета.	8
8	Использование приемов эффективного общения и соблюдение культуры межличностных отношений.	8
9	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	8
10	Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз.	8
11	Доставка туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.	8
12	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта.	8
13	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	8
14	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг.	8
15	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	8
16	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста.	8
17	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	8
18	Проведение инструктажа об общепринятых и специфических правилах проведения при посещении различных достопримечательностей.	8
19	Сопровождение туристов на маршруте.	8
20	Проведение инструктажа по технике безопасности при проведении туристского мероприятия на русском и иностранном языках.	8

21	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Взаимодействие со службами быстрого реагирования.	8
22	Оценка качества туристского и гостиничного обслуживания. Оформление отчёта о туристской поездке.	8
23	Установление и обоснование правильности выбора транспортного средства при формировании туристского продукта. Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте.	8
24	Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности. Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.	8
25	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта. Предоставление сопутствующих услуг.	8
26	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках. Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках.	8
27	Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам. Оформление страховых полисов.	8
28	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	12

Дата выдачи задания «11» мая 2023г.

Срок сдачи отчета по практике «21» июня 2023г.

Подпись руководителя практики

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

## АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Слепкова Юлия Александровна, обучающаяся на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла учебную практику в объеме 216 часов с «11» мая 2023 г. по «21» июня 2023 г. в организации Общество с ограниченной ответственность «Чемодан», г. Владивосток, проспект Острякова, 7а, кв. 11.

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

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление турагентских услуг	ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Определение и анализ потребности заказчика. Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников.	<i>Отлично</i>
	ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт. Осуществление бронирования с использованием современной офисной техники.	<i>Отлично</i>
	ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Выбор оптимального туристского продукта.	<i>Отлично</i>
	ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Расчет различных вариантов турпродукта. Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.	<i>Отлично</i>
	ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта. Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта.	<i>Отлично</i>

	ПК 1.6Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Доставка туроператору пакета документов для получения виз.	<i>Отлично</i>
	ПК 1.7Оформлять документы строгой отчетности	Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз. Оформление страховых полисов.	<i>Отлично</i>
<b>Итоговая оценка по ПМ.01Предоставление турагентских услуг</b>			
Предоставление услуг по сопровождению туристов	ПК 2.1Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	<i>Отлично</i>
	ПК 2.2Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках. Проведение инструктажа об общепринятых и специфических правилах проведения при посещении различных достопримечательностей.	<i>Отлично</i>
	ПК 2.3Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Контроль наличия туристов. Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности.	<i>Отлично</i>
	ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Сопровождение туристов на маршруте. Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте.	<i>Отлично</i>
	ПК 2.5Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Предоставление сопутствующих услуг. Оценка качества туристского и гостиничного обслуживания.	<i>Отлично</i>
	ПК 2.6 Оформлять отчетную	Оформление отчёта о туристской поездке	<i>Отлично</i>

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

**Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:**

*Освоены на продвинутом уровне*

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

Дата 28 июня 2023 г.

Оценка за практику *Отлично*

Руководитель практики от предприятия

*[Подпись]*  
подпись

*[Подпись]*  
Ф.И.О.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

**ДНЕВНИК**

Студентка Слепкова Юлия Александровна

курса 1 группы С-ТУ-22-1  
База практики ООО «Чемодан»

Начало практики «11» мая 2023 г. окончание «21» июня 2023 г.

Владивосток 2023

## ДНЕВНИК прохождения учебной практики

Студентка Слепкова Юлия Александровна

Специальность/профессия 43.02.10 Туризм, специалист по туризму

Группа С-ТУ-22-1

Место прохождения практики Общество с ограниченной ответственностью «Чемодан»

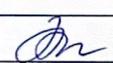
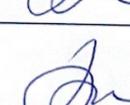
Сроки прохождения с «11.05.2023» по «21.06.2023»

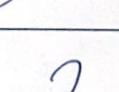
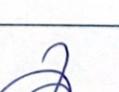
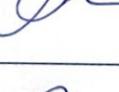
Инструктаж на рабочем месте «11» мая 2023 г. \_\_

дата

подпись

Ф. И. О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
11.05.2023	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	5	
12.05.2023	Определение и анализ потребности заказчика.	5	
13.05.2023	Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников.	5	
15.05.2023	Осуществление бронирования с использованием современной офисной техники.	5	
16.05.2023	Выбор оптимального туристского продукта.	5	
17.05.2023	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчет различных его вариантов.	5	
18.05.2023	Планирование программ турпоездов, составление программ тура и турпакета.	5	
19.05.2023	Использование приемов эффективного общения и соблюдение культуры межличностных отношений.	5	
20.05.2023	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	5	
22.05.2023	Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз.	5	

23.05.2023	Доставка туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.	5	
24.05.2023	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта.	5	
25.05.2023	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	5	
26.05.2023	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг.	5	
27.05.2023	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	5	
29.05.2023	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста.	5	
30.05.2023	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	5	
31.05.2023	Проведение инструктажа об общепринятых и специфических правилах проведения при посещении различных достопримечательностей.	5	
01.06.2023	Сопровождение туристов на маршруте.	5	
02.06.2023	Проведение инструктажа по технике безопасности при проведении туристского мероприятия на русском и иностранном языках.	5	
03.06.2023 05.06.2023	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Взаимодействие со службами быстрого реагирования. Оценка качества туристского и гостиничного обслуживания.	5	
06.06.2023 07.06.2023	Оформление отчёта о туристской поездке. Установление и обоснование правильности выбора транспортного средства при формировании туристского продукта.	5	
08.06.2023 09.06.2023	Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте. Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности.	5	
10.06.2023	Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.	5	

	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.	5	
13.06.2023 14.06.2023	Предоставление сопутствующих услуг.	5	
15.06.2023 16.06.2023	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках. Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках.	5	
17.06.2023 19.06.2023	Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам. Оформление страховых полисов.	5	
20.06.2023 21.06.2023	Составление отчета	5	
21.06.2023	Дифференцированный зачет	5	



  
 подпись

  
 Ф.И.О.

Характеристика деятельности студента  
Слепковой Юлии Александровны  
группы С-ТУ-22-1 при прохождении учебной практики

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

ПК 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	<i>Воскожи</i>
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчет различных его вариантов	<i>Воскожи</i>
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта	<i>Воскожи</i>
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности	<i>Воскожи</i>
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	<i>Воскожи</i>
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы	<i>Воскожи</i>
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности	Составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта	<i>Воскожи</i>
ПК 2.1	Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Контроль наличия туристов. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут	<i>Воскожи</i>
ПК 2.2	Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение инструктажей по технике безопасности	<i>Воскожи</i>
ПК 2.3	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	<i>Воскожи</i>
ПК 2.4	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях	<i>Воскожи</i>
ПК 2.5	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания	<i>Воскожи</i>
ПК 2.6	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	<i>Воскожи</i>

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

Руководитель практики (от организации)

*[Подпись]* (фамилия, имя, отчество, рабочий тел.)  
подпись М.П.



## Характеристика

Слепкова Юлия Александровна, студентка 1 курса, специальности «Туризм», проходила учебную практику в туристской фирме ООО «Чемодан» с «11» мая 2023 г. по «21» июня 2023 г., расположенной по адресу: г. Владивосток, Партизанский проспект 12.

В ходе прохождения практики она проявила себя как ответственный и целеустремленный работник, легко находящий общий язык с коллективом. Соблюдала производственный режим и дисциплину работы. К поручениям руководителя практики относилась со всей ответственностью и инициативой, выполняла все поставленные перед ней задачи.

На основе полученного материала практикантка изучила экономические показатели предприятия, определила специализацию, ознакомилась с развитием различных направлений туризма. Оказала помощь сотрудникам в работе на компьютере и заполнении необходимой документации.

За время прохождения практики зарекомендовала себя с положительной стороны. К порученным заданиям относилась добросовестно, умело применяя знания, полученные в колледже.

По результатам практики заслуживает оценку «отлично».

Руководитель практики от организации \_\_\_\_\_



Гой. А.А

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

### НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Слепкова Юлия Александровна  
Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-22-1  
согласно приказу ректора № \_\_\_\_\_ -с от \_\_\_\_\_ года  
направляется в ООО "Чемодан", г. Владивосток  
для прохождения учебной практики по специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 6 недель  
с 11.05.2023 года по 21.06.2023 года.

Руководитель практики Ткаченко Е.В.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО "ЧЕМОДАИ"	11.05.2023	
ООО "ЧЕМОДАИ"	21.06.2023	