

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

ОТЧЕТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

программы подготовки специалистов среднего
звена

43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

период с «31» мая 2024 г. по «13» июня 2024 г.

Студент группы
С-ТГ-23-Т1

М.А. Михайлова

Наименование предприятия: ФГБОУ ВО «ВВГУ», Академический колледж

Руководитель практики
от предприятия ФГБОУ
ВО «ВВГУ», Академи-
ческий колледж

Л.О. Ермолович

Отчет защищен:
с оценкой отлично

Руководитель
практики от ОО

Л.О. Ермолович

Владивосток 2024

Содержание

Введение	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ИП «Центр горящих туров»	5
1.1 История создания и развития предприятия ИП «Центр горящих туров»	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия	6
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений	10
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) ИП «Центр горящих туров»	12
2 Организационно-технологические аспекты деятельности ИП «Центр горящих туров»	14
2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии	16
Культура предприятия	
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта	16
4 Система обеспечения безопасности	18
5 Технология формирование профессиональных компетенций	20
6 Индивидуальное задание	32
Заключение	34
Список использованных источников	36
Приложение А. Схема проезда к ИП «Центр горящих туров»	37
Приложение Б. Лого компании	38
Приложение В. Заявка на бронирование	39

Введение

В современном мире туризм является одной из самых популярных и быстрорастущих отраслей экономики. Он представляет собой путешествия людей в различные места с целью отдыха, развлечения, познания культуры и исследования новых мест. Туризм имеет свои особенности, которые делают его уникальным и привлекательным для многих людей.

Туризм может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на окружающую среду и культурное наследие. С одной стороны, туристическая индустрия может способствовать сохранению природных и культурных ресурсов, так как они являются основными привлекательными моментами для туристов. С другой стороны, неправильное использование и перенаселение туристических мест может привести к истощению ресурсов, загрязнению окружающей среды и разрушению культурного наследия.

В настоящее время развитие туризма в России сдерживается комплексом факторов: низким профессионализмом, высоким налогообложением, экономической нестабильностью и т.д. Однако по прогнозам специалистов наша страна в состоянии войти в число регионов наиболее популярных среди туристов. Для успешной работы туристского бизнеса требуется осуществить значительные инвестиции в инфраструктуру отрасли, подготовить квалифицированные кадры, научить предпринимателей успешно конкурировать на этом рынке, организовать более эффективную помочь государства.

Туристский бизнес предполагает сложную систему отношений между поставщиками и потребителями соответствующих услуг, между турфирмами и их конкурентами, а также между партнерами по бизнесу. Деятельность турфирмы на рынке включает: выбор рыночной ниши; разработку туристского продукта; определение объема оказываемых услуг; совершенствование ценообразований; расширение рекламной деятельности; научных исследований; привлечение инвестиций; взаимодействие с другими компаниями; взаимоотношения с государственными органами.

В целом, особенности туризма делают его уникальной и важной отраслью экономики, которая требует внимания и управления для достижения устойчивого развития и максимальной пользы для всех заинтересованных сторон.

Туризм функционирует благодаря взаимодействию между туристами, туристическими компаниями, государством и местным населением. Он способствует развитию экономики, культуры и социальной сферы. Туризм имеет большое значение для развития стран и обогащения жизни людей.

Место прохождения практики – Турагентство «Центр горящих туров». Оно образовано в 2014 году.

Центр Горячих туров занимает лидирующие позиции на Российском туристическом рынке, обслуживает более 17 тыс. клиентов в год, предлагая отдых в 180 странах мира.

Целью учебной практики является формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта для последующего освоения общих и профессиональных компетенций по специальности.

Задачи практики:

- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы туристского предприятия;
- изучение организационных процессов, связанных с предоставлением экскурсионных услуг;
- изучение организационных процессов оформления и контроля экскурсионного обслуживания;
- освоение процессов оформления документации экскурсионного обслуживания;
- приобретение опыта выполнению работ помощником экскурсовода;
- развитие навыков общения с туристами (экскурсантами);
- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес, активное и творческое отношение к работе в должности служащего (ассистент экскурсовода (гига));
- сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчета по учебной практики.

Объект анализа – туристская компания «Центр горячих туров»

В процессе прохождения практики я ознакомилась с работой в компании, расширила круг знаний в этой сфере, изучила все аспекты и тонкости работы в офисе на предприятии.

1 Общие сведения о деятельности предприятия «Центр горящих туров»

1.1 История создания и развития предприятия «Центр горящих туров»

Название компании: Турагентство «Центр горящих туров». Местонахождение: 672038, г. Чита, ул. Шилова д.35, оф.3, Часы работы: понедельник-пятница 10:00-21:00; суббота-воскресенье 10:00-20:00; Телефоны: +79144781116, факс: 89144745210 (Приложение А).

В качестве примера для исследования было выбрано предприятие «Центр горящих туров»

Тур центр группы компаний «Центр горящих туров» - многопрофильная туристическая компания, предоставляющая полный комплекс туристических услуг. Опыт работы в сфере туризма, долгосрочная работа с надежными туроператорами и зарубежными партнёрами - гарантия путешествий. Центр Горящих туров, являясь одним из признанных лидеров российского рынка путешествий и туризма, предлагает отдых в самых красивых местах Турции, Египта, Туниса, Греции, Индии, Таиланда, Индонезии, Иордании, Израиля, Китая, Андорры, Доминиканы, Кипра, Италии, Испании, Кубы, ОАЭ, Вьетнама, Мексики, Болгарии, Марокко, Мальдив, Грузии, Азербайджана, Армении, Танзании и Ямайки [1].

Турфирма «Центр Горящих Туров» является членом в Объединении туроператоров в сфере выездного туризма «Тур помошь», сотрудничает с такими фирмами как «Пегас», «Teztour». Самое примечательное то, что фирма разрабатывает и продаёт путёвки по Забайкальскому краю, региону, где турфирма и была открыта. Турфирма более ориентирована на средне бюджетный туризм.

Количество туристов, выбирающих отдых с Центром Горящих Туров постоянно растет, а это лучшее подтверждение высококачественного обслуживания и профессионализма сотрудников фирмы.

Основные направления деятельности фирмы: Международный туризм. В настоящее время турагентство работает по странам Европы, Азии и России. Среди самых популярных отмечены путёвки в Турцию, Египет и Мальдивы. Лого агентства представлено в приложении Б.

Можно сделать вывод что, основная цель предприятия - обеспечить клиентам качественный и комфортный отдых, а также предоставить им возможность познакомиться с различными культурами и достопримечательностями мира. Компания также стремится предложить конкурентоспособные цены и высокий уровень обслуживания.

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

Взаимоотношения между турфирмами - разработчиками туристских услуг и другими участниками туристского рынка (турагентами, перевозчиками, владельцами средств размещения, предприятий питания, организаций, предоставляющих экскурсионные и иные услуги) регулируются договорами. Наиболее важный из них, устанавливающий взаимоотношения между туроператором и турагентом, называется агентским договором или соглашением.

Этот документ предусматривает передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя. Турагент может продавать туристские услуги туроператора от своего имени, но при этом между ними должен быть заключен соответствующий договор. В договоре, заключаемом между туроператором и турагентом, должны содержаться следующие сведения:

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

Агентское соглашение часто имеет условие, обязывающее агента не вступать в деловые отношения с другими фирмами и не продавать туристские услуги других фирм. Если туроператор предоставляет турагенту монопольное право продажи туристских услуг (например, туры определенного направления), турагент называется генеральным агентом. Агентские соглашения заключаются при соблюдении некоторых обязательных условий, в частности при определенном размере оборота турагентства, при достаточной квалификации персонала. Соответствие этим требованиям устанавливается туроператором при анализе

необходимых документов или при инспекторской проверке. Иногда для получения агентского соглашения требуется рекомендация нескольких турагентств, сотрудничающих с туроператором. Для гарантии возврата вложенных средств (в случае утраты бланков билетов, при банкротстве фирмы) туроператор иногда использует депозит турагентства. Турагентство «Центр горящих туров», имеет договора почти со всеми туроператорами. В их числе: Анекс, корал, Тез тур, Пегас(бабр тур), Санмар, Фан сан, Русский экспресс, Библио глобус и тд. Все договора и агентские соглашения хранятся в отдельном шкафу у директора. Срок действия договора между ТО и ТА год. Каждый год договор нужно перезаключать.

Вывод: компания имеет большой арсенал договоров с крупными туроператорами, каждый год они их перезаключают.

К документам внутреннего распорядка турагентства «Центр горящих туров» относятся:

- отношения туристской фирмы с персоналом (личные дела сотрудников, трудовые договора, должностные инструкции, приказы по найму, продвижение по службе, увольнению, предоставлении отпусков и т.д.);
- организационные вопросы текущей деятельности фирмы (штатное расписание, график рабочего дня, организационная структура фирмы, схемы взаимоотношения между отделами);
- проблемы экологичности и безопасности (правила пожарной безопасности на рабочем месте, планы эвакуации в случае пожара и т.д.).

Трудовые договоры хранятся у директора в шкафу. Хранятся до момента расторжения договора. График работы хранится на стенде, каждый месяц обновляется. Правила пожарной безопасности, план эвакуации расположены рядом с уголком потребителя.

Важным элементом обслуживания клиента является документальное оформление взаимоотношений. При этом различают документы для оформления заказа туриста; документы, удостоверяющие личность клиента и непосредственно документы для клиента по организации туристского путешествия. От правильности их заполнения будет зависеть отдых клиента туристической компании. Кроме того, с 1 июня 2007 года вступили в силу 10 поправки к ФЗ от 24 ноября 1996г. №132-Ф «Об основах туристской деятельности», с чем связано изменение формы туристической путевки и договора с туристом.

Важной составляющей в деятельности менеджера туристского агентства является умение быстро и грамотно оформить все необходимые для совершения поездки документы. Их перечень невелик, а содержание имеет стандартные формы, корректирующиеся в зависимости от специфики и условий тура. Договор и памятка подписываются туристом и руководителем фирмы, адресные данные и контактный телефон туриста в договоре обязательны.

Кроме турпутевки туристу выдаются сопроводительные документы, необходимые для осуществления турпоездки - туристический(е) ваучер(ы), проездные документы (билеты), страховой полис, а также иные предусмотренные договором тур фирмы с туристом документы, устанавливающие права на заказанные услуги и/или содержащие необходимую для поездки информацию, включая рекомендации о правилах поведения и обеспечения личной безопасности во время совершения турпоездки. Все сопроводительные документы выдаются под личную распись туриста. Итак, основными документами, остающимися у туристов после совершения покупки туристской путевки, остаются:

- договор о туристском обслуживании;
- туристский ваучер;
- страховой полис;
- памятка туриста;
- проездные документы.

Договор о туристском обслуживании - 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).

Настоящий договор содержит: номер, дату и место заключения договора, наименование продавца с указанием его организационно-правовой формы и номер лицензии на право осуществления международной туристской деятельности; фамилию, имя, отчество туриста, его адрес, данные российского паспорта, прочие реквизиты; предмет договора (оказание туристской услуги); условия предоставления туристской услуги; права, обязательства и ответственность сторон; стоимость (порядок исчисления стоимости) договора, порядок и форма платежей; ответственность сторон, порядок вступления договора в силу и срок его действия; порядок и сроки предъявления претензии, заключительные положения, юридические и банковские реквизиты продавца, подписи сторон; печать продавца.

Договор о туристском обслуживании продавца тура с клиентом - является основным документом, устанавливающим взаимные обязательства сторон.

Так же к договору о туристском обслуживании должны быть приложения, например: Заявка (Приложение В)., которая содержит лист бронирования; информацию о туристах; авиаперелет; размещение по маршруту; трансфер; стоимость тура; дополнительные условия; сумму к оплате и вид платежа; Приложение 2: Условия, предусматривающие возможность

осуществления выплат туристам страхового возмещения по договору страхования ответственности Туроператора. Все договора с туристами хранятся у менеджеров в шкафу на рабочем столе по месяцам. Хранятся 5 лет.

Туристский ваучер При оформлении покупки тур туриstu выдается на руки туристский ваучер Туристский ваучер - документ - распоряжение туроператора своему контрагенту (принимающей стороне) о предоставлении туриstu (в соответствии с заключенным договором) туристского обслуживания с гарантией его оплаты последним в установленном порядке. Ваучер содержит полный и конкретный перечень оплаченных туристом услуг, которые 12 должны быть ему предоставлены. На основании ваучера проводится урегулирование взаиморасчетов между принимающей и направляющей сторонами. Форма ваучера определяется указанными выше сторонами. Ваучер устанавливает право туриста на услуги, входящие в турпакет, и подтверждает факт их оказания.

Вывод: «Центр горящих туров» достаточно хорошо владеют всеми документами, у них огромный список заключенных договоров с крупными туроператорами. Компания соблюдает все условия договора и несет взаимную ответственность с туроператорами. Так же они дают все необходимые документы туристам и помогают им с их оформлением.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура – это состав, взаимосвязь и соподчиненность самостоятельных управлеченческих подразделений и отдельных должностей. В рамках организационной структуры предприятия выделяются и производственная структура.

Структура управления определяется составом задач органа управления предприятия, характером их специализации и формами деятельности таких органов. Организационная структура характеризуется совокупностью рабочих мест, должностей органов управления и производственных подразделений, обеспечивающих движение стратегических целей предприятия. Структура управления формально закрепляется Уставом предприятия и документально оформляется должностными инструкциями и специальными положениями об отраслях и службах.

Производственная структура управления определяется составом его производственных звеньев и формой их взаимосвязи при осуществлении производственных процессов.

Персонал фирмы - это совокупность физических лиц, состоящих с фирмой, как юридическим лицом, в отношениях, регулируемых договором найма. В таких отношениях могут состоять не только наемные работники, но и физические лица - собственники или совладельцы фирмы, если они, помимо причитающейся им части доходов, принимают участие в деятельности фирмы своим личным трудом и получают за это соответствующую оплату.

Турфирма содержит на борту 6 человек. Каждый сотрудник обязан соблюдать Дресс-код. Персонал приятен и доброжелателен в отношении коллег и клиентов. Так же профессионален в своей сфере, каждый сотрудник оснащен необходимым техническим оборудованием для работы с клиентами.

Форма бизнеса «Индивидуальный предприниматель» [2].

Организационная структура представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Организационная структура предприятия

Турфирма «Центр горящих туров» активно использует компьютерные технологии – ею используется информационная компьютерная система «Туристский офис», которая значительно ускоряет все расчеты и формирование документов. Компьютеры всех сотрудников связаны в локальную сеть, имеют подключение к Интернету. Работает система, которая обеспечивает ввод, редактирование и хранение информации о турах, гостиницах, клиентах, о состоянии заявок. Программа позволяет обеспечить вывод информации в форме различных документов: списков туристов, описаний туров, гостиниц, может рассчитывать стоимость туров с учетом курса валют, скидок, так же автоматически производится оплата туров, позволяет получить финансовую отчетность, имеет другие возможности.

Управленческая структура «Центр горящих туров» имеет высококвалифицированных работников с большим опытом работы. Для работы с клиентами компания имеет собственный, современный офис, полностью оснащенный необходимым техническим оборудованием и обширной информацией в виде буклетов, проспектов и наглядной информации.

Вывод: Сотрудники турфирмы соблюдает дисциплину, это говорит об их ответственности и уважении. Используют последние технологии в работе, не отстают от своих конкурентов.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Компания специализируется в области организации зарубежного отдыха, а также туров в Сочи, предлагает культурно-познавательные, лечебно-оздоровительные, автобусные, экологические, приключенческие, горнолыжные туры, занимается образовательным и молодежным туризмом.

Компания предоставляет клиентам разнообразный выбор направлений: индивидуальные и групповые туры, деловые поездки, оздоровительный туризм, активный отдых, пляжный туризм и многое другое.

Особой популярностью пользуются туры в Хайнань и Маньчжурию

Компания стремительно развивается на рынке туристских услуг Забайкальского края. Туристы являются потребителями основных, дополнительных и сопутствующих услуг. Основные туристские услуги регламентируются договором на туристское обслуживание и путевкой. К таким услугам относятся: размещение, питание, транспортные услуги, включая трансферты и экскурсионные услуги.

Турагентство «Центр Горящих туров» сотрудничает с гостиницами г.Чита, такими как: «Монблан 4*», «Grand-City 3*», «Аркадия 4*»

Предприятие ориентировано как на внутренний рынок (туры в Сочи), так и международный (туры заграницу). Рынок туристских услуг в Чите является конкурентным, в городе насчитывается более 30 турагентств. Несмотря на конкуренцию, данное предприятие является сильным игроком на рынке туруслуг, о чем говорит его репутация и крайне положительные отзывы драгоценных клиентов.

В деятельность турцентра «Центр горящих туров» входят следующие функции:

- продажа туров напрямую туристам или через турагентов;
- оформление виз;
- комплектация туров по договорам с поставщиками услуг в соответствии с потребностями туристов;
- обеспечение функционирования маршрутов;
- калькуляция туров по всем возможным маршрутам;
- поиск клиентов: посредством рекламы, личного контакта и прочих маркетинговых приёмов турфирмы ищут новых потребителей реализуемого ими продукта;

- работа с клиентами: непосредственно предоставление услуг, ведение сопровождающей туризм документации, обеспечение безопасности и страховки, анкетирование и ведение опросов о качестве услуг;
- диверсификация видов предоставляемых услуг;
- подготовка, подбор и назначение на маршруты кадров, выполняющих функции контакта с туристами, координации и контроля за выполнением программ обслуживания (гидов-экскурсоводов, инструкторов, аниматоров, методистов и т.д.);
- постоянная оперативная связь с туристами во время обслуживания, решение возникающих вопросов.

Вывод: Компания предоставляет клиентам разнообразный выбор направлений, выполняют огромное количество функций, благодаря чему, данное предприятие является сильным игроком на рынке туруслуг.

2 Организационно-технологические аспекты деятельности ИП «Центр горящих туров»

2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

Сервис клиентов в компании «Центр горящих туров» на высоком уровне. Отзывчивость и радушные менеджеры доставляет удовольствие клиентам фирмы. Яркие описания туров с фотографиями, подробное описание страны, помочь в выборе путешествия клиенту оказывает опытный менеджер. С большим вниманием и ответственностью относятся ко всем пожеланиям и предложениям. Поэтому компания имеет своих клиентов, а также приобретает новых.

За время работы в компании был выделен спрос на Китай, охватываются все возрастные группы и виды отдыха. Особое внимание менеджеры департамента уделяют сезонности, так как в зависимости от времени года спрос на туры в различные страны, а также на виды отдыха заметно изменяется. Персонал туристского предприятия «Центр горящих туров» это сплоченная команда профессионалов, которые отвечают следующим требованиям. Сотрудники имеют профессиональную подготовку и квалификацию, знают законодательные и нормативные акты, формальности международных норм в сфере туризма, материалы и документы международных туристских организаций, иностранный язык в объеме, который соответствует выполняемой работе. Персонал турфирмы «Центр горящих туров» способен дать четкие, точные ответы на поставленные туристами вопросы. Они владеют информацией, необходимой для потребителя, и постоянно ее активизируют.

Менеджеры турфирмы ежегодно повышают свою квалификацию на специальных курсах и семинарах. А также имеют стаж работы в туризме, и знают свои должностные обязанности. Специфика работы коллектива предприятия состоит в том, что результатом работы есть не продукт, а услуга. Процесс обслуживания происходит с особой четкостью и высокой организацией работы, которая обеспечивает высокий уровень культуры обслуживания и максимальное удовлетворение потребностей клиента. Индивидуальный характер туристского обслуживания обуславливает продолжительный контакт с потребителем.

К менеджерам туристских предприятий предъявляются специфические требования, такие как, понимание природы управленческой работы и процессов менеджмента, знание должностных и функциональных обязанностей, путей достижения поставленных целей и повышения эффективности работы предприятия. В том числе, умение пользоваться современными информационными технологиями и средствами коммуникации, которые необходимые в процессе руководства, владение искусством управления человеческими

ресурсами и отладка внешних связей, способность к самооценке, умение строить правильные заключения и беспрерывно повышать квалификацию.

Соблюдение всех требований обеспечивает высокую конкурентоспособность персонала, под которой понимают совокупность личных и профессиональных свойств персонала, дающие возможность быстро воспринимать и анализировать ситуацию, принимать оптимальные решения и эффективно исполнять функциональные обязанности, а также эффективно реализоваться в работе.

Условия труда в туркомпании «Центр горящих туров» соответствуют всем принятым стандартам. Помещения для работы просторные, комфортные. Оборудование в офисах соответствует общепринятым российским и мировым стандартам. Все необходимое для работы персонала имеется у фирмы. У каждого рабочего места есть специально оборудованный шкаф для личных вещей, есть комната отдыха, на рабочем этаже есть санитарный узел, отведенный специально для работников компании.

Новые сотрудники компании легко и бесконфликтно проходят адаптацию на новом рабочем месте. Для наилучшего ознакомления с деятельностью, осуществляемой фирмой, у менеджеров есть специально отведенные часы.

Сотрудники предприятия оформлены в компании, имеют страховой и медицинские полисы, возможность повышать квалификацию в образовательных учреждениях за счет фирмы, что также очень удобно для сотрудников.

Устраиваются корпоративные вечера и выезды в места отдыха всем дружным составом компании, что весьма эффективно способствует сплочению коллектива.

Работая в компании «Центр горящих туров», с первых дней ощущаешь себя членом коллектива. Менеджеры при работе с туристами внимательно изучают желания клиента, стараются предложить наиболее выгодный и интересный для туриста маршрут, всегда советуют время года, в которое лучше провести свой отпуск, страну и наиболее подходящий отель или курорт, соответствующий запросам, интересам и возрастной категории отдыхающих.

В турагенстве «Центр горящих туров» сотрудники уделяют большое внимание и достаточно много времени для ознакомления туриста с маршрутом, что является преимуществом для компании.

Принимая участие в разработке маршрута, узнаешь для себя много нового и интересного.

Вывод: Турфирма «Центр горящих туров» отлично справляются с адаптацией новых сотрудников, с помощью своего дружного коллектива. Процесс обслуживания происходит с

особой четкостью и высокой организацией работы, которая обеспечивает высокий уровень культуры обслуживания и максимальное удовлетворение потребностей клиента.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Продвижение на рынке как самой турфирмы «Центр горящих туров», так и ее туристического продукта является важнейшим направлением маркетинга. Стимулирование продаж – это целый комплекс мер, которые помогают довести информацию о туристическом продукте до потенциального потребителя. Методы продаж в туризме направлены на создание у целевой аудитории положительного образа туристического продукта и компании, которая его предлагает. Кроме того, для успешных продаж важно стимулировать собственных сотрудников и бизнес-партнеров.

Подобные связи реализуются через такие каналы продвижения, как:

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

Основными этапами работы по продвижению турпродукта являются:

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

Планирование продвижения турпродукта на рынке включает:

- исследование рынка;
- очерчивание целей;
- формирование и распределение бюджета.

Современный рынок средств массовой информации представлен самыми разнообразными формами. Задача турфирмы - избрать среди них наиболее эффективные. Для этого необходимо постоянно изучать рынок рекламных услуг. Особое внимание при этом следует обращать на такие характеристики рекламоносителей, как местонахождение, структура, численность их аудитории, охват рынка, частота выпуска, рейтинг, качество информации, расценки, скидки. Для продвижения турпродукта на рынке международного туризма чаще всего используют популярные СМИ.

Реклама в средствах массовой информации (СМИ) является наиболее массовым каналом продвижения турпродукта на туристическом рынке. К основным рекламоносителям относятся:

- пресса (газеты и журналы);
- прямая реклама - разосланные по почте рекламные письма и розданные из рук в руки рекламные брошюры, проспекты, буклеты;
- внешняя реклама - плакаты на внешних щитах, стендах, тумбах, рекламные указатели на дорогах и световая реклама;
- радио- и телереклама на центральных и местных каналах, на кабельном телевидении;
- кино- и видеореклама (видеоролики, видеоклипы);
- электронная реклама - передача рекламной информации через телекоммуникационные системы, прежде всего через сеть Интернет. За границей электронная реклама приобретает все большее распространение. Как особое преимущество этой рекламы следует отметить возможность получения рекламной страницы в режиме реального времени и ее интерактивность, о чем мы подробнее напишем позже;
- другие средства, к которым можно отнести рекламные стенды на международной и национальной туристических выставках, рекламу на транспорте, рекламу в местах продажи, сувенирную рекламу.

4 Система обеспечения безопасности

Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествий в туристской организации «Центр горящих туров».

Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 23.03.2024) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" дает понять, что под безопасностью туризма понимаются безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также не нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства. Центр горящих туров в обязательном порядке ознакамливает своих туристов с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению. Эта информация, необходимая для туристов в целях охраны их жизни и здоровья, предоставляется заблаговременно, до начала отдыха и в процессе обслуживания. Так же данная информация, обеспечивающая безопасность жизни и здоровья туристов в процессе обслуживания, предоставляется в порядке, установленном действующей нормативной документацией.

Основные меры по обеспечению безопасности туристской деятельности направлены на:

1. предоставление государственными службами информации о рисках, связанных с туристской деятельностью, туристам и поставщикам туристских услуг, а также предоставление поставщиками туристских услуг информации туристам об основных рисках и мерах по их предотвращению;
2. развитие систем экстренной связи и оповещения туристов, информационных систем безопасности на туристских объектах;
3. проведение мониторинга состояния безопасности в туризме, включая вопросы профилактики несчастных случаев;
4. разработку общих требований безопасности к туристским маршрутам, в особенности к маршрутам, реализуемым в рамках детского туризма;
5. обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов при пользовании объектами транспортной и туристской инфраструктуры; модернизацию транспортной и туристской инфраструктуры, транспортных средств и оборудования с учетом требований безопасности; усиленный контроль за соблюдением правил эксплуатации и техническим состоянием объектов транспортной и туристской инфраструктуры, транспортных средств и оборудования, используемого в туристской деятельности;

6. обеспечение безопасности жизни и здоровья автотуристов и других групп туристов, использующих автомобильный транспорт, за счет улучшения качества автомобильных дорог и придорожной инфраструктуры;

7. увеличение при необходимости численности сотрудников правоохранительных органов и соответствующих объектов инфраструктуры на туристских территориях;

8. осуществление специальных мер по обеспечению безопасности при развитии туризма в горной и труднопроходимой местности, спелеологических, водных, промышленных и других объектах, в том числе развитие системы страхования жизни и здоровья туристов на маршрутах повышенной опасности, развитие системы подготовки, введение обязательной аттестации инструкторов и проводников, развитие системы обязательного оповещения Министерством Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий туристов, контроль за оказанием услуг только на зарегистрированном транспорте при сопровождении инструктором, прошедшим аттестацию;

9. развитие взаимодействия между Министерством Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий, Министерством внутренних дел Российской Федерации, Федеральной службой безопасности Российской Федерации, Федеральной службой войск национальной гвардии Российской Федерации, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, туристско-информационными центрами, поставщиками туристских услуг по вопросам обеспечения безопасности туристов.

В случае возникновения угрозы безопасности туристов (экскурсантов) в стране (месте) временного пребывания, согласно статья 14 Закона № 132-ФЗ. уполномоченный федеральный орган исполнительной власти: -информирует туроператоров, турагентов и туристов (экскурсантов) об угрозе безопасности туристов (экскурсантов) в стране (месте) временного пребывания, в том числе путем опубликования соответствующих сообщений в государственных средствах массовой информации. Указанное опубликование осуществляется в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации для опубликования обязательных сообщений.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

5.1 Информирование и организация поддержки экскурсовода (гид) при оказании экскурсионных услуг

В приказе Минтруда России от 24.12.2021 N 913н "Об утверждении профессионального стандарта «Экскурсовод (гид)» (Зарегистрировано в Минюсте России 01.02.2022 N 67083) [3].

Описаны трудовые действия функции, а именно:

Выполнение поручений экскурсовода информационно-справочного, технического и организационного характера.

1. Оказание помощи экскурсоводу (гиду) при организации встречи туристов (экскурсантов) в месте сбора экскурсии.

2. Оказание помощи экскурсоводу (гиду) при сопровождении туристов (экскурсантов) к объектам показа, объектам общественного питания, местам проведения культурно-зрелищных/спортивных мероприятий, средствам размещения

3. Оказание помощи туристам (экскурсантам) с ограниченными возможностями здоровья.

4. Осуществление взаимодействия со структурными подразделениями экскурсионных бюро.

5. Информирование туристов (экскурсантов) о противоэпидемических мерах.

6. Организация, при необходимости, вызова служб экстренной помощи

Необходимые умения:

1. Выполнять типовые задания экскурсовода (гид) при сопровождении туристов (экскурсантов)

2. Налаживать взаимодействие с туристами (экскурсантами), со структурными подразделениями экскурсионных бюро

3. Соблюдать правила безопасности на маршруте экскурсии

Необходимые знания.

1. Законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации и субъекта Российской Федерации в сфере туризма и экскурсионного дела.

2. Особенности субъекта Российской Федерации (географические, историко-культурные, экономические и туристские).

3. Туристский потенциал населенного пункта (района).

4. Теоретические основы экскурсионной деятельности.

5. Этика и культура межличностного общения.

6. Правила оказания первой помощи и обеспечения безопасности, порядок действий в чрезвычайной ситуации

Трудовая функция информационной поддержки экскурсовода включает в себя обеспечение посетителей всей необходимой информацией о достопримечательностях, истории и культуре места, которое они посещают. Экскурсовод должен быть хорошо осведомлен о всех интересных моментах и фактах, связанных с местом проведения экскурсии, чтобы предоставить гостям полноценное погружение в местную культуру и историю.

Организационная поддержка экскурсовода включает в себя планирование маршрута, контроль за группой туристов, управление временем и обеспечение безопасности. Экскурсовод должен уметь эффективно организовать время и пространство, чтобы все участники экскурсии могли насладиться каждым моментом и не испытывали дискомфорта.

Ассистент экскурсовода (гига) имеет право.

1. Запрашивать и получать необходимую информацию, а также материалы и документы, относящиеся к вопросам своей деятельности.
2. Повышать квалификацию, проходить переподготовку (переквалификацию)
3. Принимать участие в обсуждении вопросов, входящих в его функциональные обязанности.
4. Вносить предложения и замечания по вопросам улучшения деятельности на порученном участке работы.
5. Требовать от руководства организации оказания содействия, в том числе обеспечения организационно-технических условий и оформления установленных документов, необходимых для исполнения должностных обязанностей.

Ассистент экскурсовода (гига) должен сопровождать экскурсовода (гига) группы во время проведения экскурсий.

Он отвечает за организационные моменты, помогает пожилым посетителям и людям с ограниченными возможностями, раздает информационные материалы, а также напоминает о мерах безопасности. Отсутствие ограничений на занятие трудовой деятельностью в сфере туризма и гостеприимства

Ассистент экскурсовода (гига) выполняет трудовые действия только совместно с аттестованным экскурсоводом (гидом) и под его контролем. Это позволит самим экскурсоводам (гидам) не отвлекаться на технические вопросы и уделить больше внимания содержанию экскурсии или маршрута.

Отсутствие ограничений на занятие трудовой деятельностью в сфере туризма и гостеприимства.

Вывод: Таким образом, информационная и организационная поддержка экскурсовода играет важную роль в предоставлении качественных услуг туристам. От них зависит уровень удовлетворенности посетителей и создание положительного впечатления о месте, которое они посетили.

5.2 Предоставление экскурсионных услуг при сопровождении туристов

Экскурсионные услуги включают в себя: услуги по организации и проведению экскурсий, услуги экскурсовода, услуги гида-переводчика, услуги сопровождающего.

Виды экскурсий: обзорные и тематические (исторические, литературные, производственные, экологические и т.д.), городские и загородные, пешеходные, экскурсии с использованием пассажирского транспорта различных видов (автомобильного, водного, авиационного, железнодорожного, конного и др.), комбинированные (транспортно-пешеходные) и экскурсии других видов, детские, молодежные, экскурсии для взрослых, экскурсии для пожилых людей,

Экскурсии могут подразделяться также в зависимости от числа участников, назначения, продолжительности, времени проведения и других факторов.

Экскурсия может входить в турпродукт (турпоездку), а может являться самостоятельной отдельной услугой.

Потребитель имеет право на получение информации об исполнителе оказываемых услуг.

На сайте туроператора, у которого приобретается экскурсия, должны быть указаны наименование, логотип, адрес, телефоны, данные о контактных лицах, сведения о внесении в единый реестр туроператоров, номер сертификата соответствия (при наличии), сроке действия и об организации, его выдавшей.

На вывеске туроператора, турагента, фирмы, организующей экскурсию должны быть указаны

- фирменное наименование, (наименование) организации
- место нахождения (почтовый и юридический адрес)
- режим работы

Потребителю должна быть предоставлена информация:

– об основных потребительских свойствах услуги (например, о маршруте экскурсии, его особенностях, правилах безопасного поведения в ходе экскурсии, об обычаях местного

населения, святынях, памятниках природы, культуры и других объектах показа, находящихся под особой охраной, состояний окружающей природной среды),

- о полной стоимости услуги, цена в рублях, условия приобретения экскурсии,
- правилах и условиях эффективного и безопасного использования услуг,
- указание на конкретное лицо, которое будет оказывать услугу (например, экскурсовод, гид-переводчик, специально обученный инструктор-проводник), и другие.

Туроператоры (турагенты), предоставляющие экскурсионные услуги, также обязаны сообщить потребителю следующую информацию:

- программу пребывания, маршрут и условия экскурсии, включая информацию о месте нахождения средства размещения, его категории, и питания, услугах по перевозке потребителя в месте временного пребывания;
- об опасностях, с которыми потребитель может встретиться при совершении экскурсии;
- о возможных рисках и их последствиях для жизни и здоровья потребителя в случае, если потребитель предполагает совершить экскурсию, связанную 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.

На экскурсии должен быть обеспечен приемлемый уровень риска для жизни и здоровья экскурсантов как в обычных условиях, так и в чрезвычайных ситуациях (стихийных бедствиях и т.п.).

Информация, необходимая для экскурсантов в целях охраны их жизни и здоровья, предоставляется заблаговременно, до начала и в процессе экскурсии.

Информация, характеризующая природные сложности экскурсионной трассы, необходимый уровень личной физической подготовки туриста, особенности индивидуальной экипировки, должна содержаться в рекламно-информационных материалах и в тексте информационного листка к экскурсионной путевке.

До начала экскурсии и в период экскурсии проводится инструктаж по правилам безопасности и по соблюдению мер предосторожности при осмотре достопримечательностей, прохождении маршрутов повышенной опасности.

В случае, если не устроило качество оказанной услуги, потребитель вправе по своему выбору потребовать:

- безвозмездное устранение недостатков оказанной услуги, если они обнаружены в процессе проведения экскурсии и могут быть устранены (например, замена гида – переводчика, предоставление надлежащих услуг по перевозке во время экскурсии);

- соответствующее уменьшение цены оказанной услуги;
- возмещение понесенных расходов по устранению недостатков оказанной услуги своими силами или третьими лицами;
- расторжение договора, если в установленный срок недостатки оказанной услуги не будут устранены или если будут обнаружены существенные недостатки оказанной услуги (например, нарушение сроков оказания экскурсионных услуг).

Кроме того, потребитель вправе заявить требование о полном возмещении убытков и компенсации морального вреда.

Необходимо своевременно позаботиться о доказательствах оказания некачественной услуги, причинения вреда имуществу или здоровью (медицинские документы, фотографии, показания свидетелей).

Отказ исполнителя от удовлетворения требований потребитель может обжаловать в суде.

Трудовая функция предоставления экскурсионных услуг при сопровождении туристов включает в себя ряд важных задач и обязанностей, направленных на обеспечение комфортного и интересного времяпрепровождения для посетителей. Вот основные аспекты этой функции.

1. Подготовка и планирование экскурсии: экскурсовод должен заранее изучить маршрут, достопримечательности, историю и культуру места, чтобы быть готовым предоставить всю необходимую информацию туристам.

Основные этапы подготовки экскурсии и их последовательность: определение цели и задач экскурсии; выбор темы; отбор литературы и составление библиографии; определение источников экскурсионного материала; знакомство с экспозициями и фондами музеев по теме; отбор и изучение экскурсионных объектов.

Классификация экспозиционных объектов: по содержанию; по функциональному значению; по степени сохранности.

Критерии оценки объектов. Оптимальная продолжительность экскурсии.

Набор объектов. Паспорт объекта.

Понятие «маршрут экскурсии». Варианты построения маршрута: хронологический, тематический, тематико-хронологический. Требования в построении маршрута.

Объезд или обход маршрута. Контрольный текст экскурсии. Понятие «портфель экскурсовода».

Методика проведения экскурсий направлена на то, чтобы помочь экскурсантам легче усвоить содержание экскурсий. Методические приёмы делятся на общие (применимые на всех экскурсиях); частные (присущие одному виду экскурсий); единичные (используемые при наблюдении какого-либо одного уникального объекта; приёмы, используемые в определенное

время года, дня). Такие приемы, как правило, являются «находкой» одного экскурсовода и не применяются всеми, кто проводит подобные экскурсии. При использовании методических приёмов экскурсовод должен учитывать уровень подготовки группы. Все методические приемы могут быть по своему назначению подразделены следующим образом: - приемы, направленные на создание условий для эффективного проведения экскурсии (приёмы установления прочных контактов между экскурсоводом и экскурсантами; приемы привлечения устойчивого внимания аудитории к наблюдаемому объекту; приемы, возбуждающие у экскурсантов интерес к определенным вопросам); - приемы непосредственного ведения экскурсии (показ и рассказ).

Помимо методических приемов показа и рассказа, на экскурсии используются особые приемы, которые помогают лучше усвоить содержание материала. Например, вводится в качестве дополнительного эпизода встреча экскурсантов с одним из участников исторических событий. Иногда в экскурсиях используется прием исследования. Например, глубина колодца определяется при помощи горящего листа бумаги, который, падая, освещает сначала стенки, затем далекое дно; глубина ущелья измеряется брошенным камешком. Прием исследования способствует активизации восприятия содержания экскурсии её участниками, чаще он используется в экскурсиях с детьми и подростками.

В экскурсии используется прием демонстрации наглядных пособий, включенных в «портфель экскурсовода». Наиболее широкое распространение получил иллюстрационный прием. Например, рассказ экскурсовода о флоре и фауне данного края сопровождается показом фотографий растений и животных. Применяется прием контраста, когда фотография (или рисунок) показывается для того, чтобы убедить экскурсантов в том, как изменилось историческое место (площадь, улица, здание), которое они в данный момент осматривают. Фотография и рисунок контрастируют с наблюдаемым объектом. Прием построен на сравнении зрительно воспринимаемой информации.

Важным резервом повышения действенности экскурсии является использование технических средств - магнитофона, видеоаппаратуры и др. С их помощью глубже раскрывается тема, усиливается зрительный ряд экскурсий. При следовании группы по местам, где жили и творили выдающиеся писатели, поэты, композиторы, в экскурсию включают исполнение их произведений в звукозаписи. Такие музыкальные и литературные записи не должны быть длительными. Они являются частью экскурсии, подчинены её теме и не представляют собой самостоятельного мероприятия.

2. Встреча и приветствие группы: экскурсовод должен встретить туристов, представиться, объяснить план экскурсии и уточнить все вопросы участников.

3. Информационное сопровождение: во время экскурсии экскурсовод должен представлять интересные и актуальные факты о месте, которое посещают туристы, отвечать на вопросы и поддерживать интерес участников.

Активность показа. Показ – это не пассивное любование памятниками природы или культуры, а целенаправленное наблюдение (изучение, исследование) объектов. Это процесс, требующий активных действий экскурсвода и экскурсантов.

Логическая последовательность показа. В экскурсии каждый последующий объект является ступенькой в раскрытии темы. Это обстоятельство определяет место данного объекта среди других объектов.

Главенствующее значение показа. Без показа не может быть экскурсии. Показ первичен и в тех случаях, когда с его помощью иллюстрируется рассказ.

Определяющая роль показа. На экскурсии в большинстве случаев показ предшествует рассказу. Но в ряде случаев показ и рассказ используются одновременно, а иногда рассказ предшествует показу.

Организация досуга: экскурсовод отвечает за планирование времени, распределение посещений достопримечательностей, организацию перерывов и обедов, чтобы все участники могли насладиться экскурсией.

Обеспечение безопасности: экскурсовод должен следить за безопасностью группы, контролировать перемещения туристов, предупреждать о возможных опасностях и обеспечивать общее благополучие.

Взаимодействие с туристами: экскурсовод должен быть дружелюбным, отзывчивым и готовым помочь туристам в любых вопросах, чтобы создать доверительную атмосферу и хорошие отношения с группой.

Сюжетность показа. Показ объекта в экскурсии обычно носит сюжетный характер. Для него характерна совокупность действий, показ хода исторического события, жизни и деятельности мастера культуры, государственного деятеля. В тематических экскурсиях сюжетная линия объединяет элементы показа и рассказа.

Парадоксальность показа состоит в том, что экскурсант в ходе показа под руководством экскурсвода видит больше того, что он увидел бы при осмотре объекта самостоятельно. Данный парадокс представляет собой противоречие, которое состоит в том, что человек на основании образного рассказа экскурсвода «видит» объект или его части, в данный момент не находящиеся в его поле зрения.

Выделяют три уровня показа:

- предварительный обзор (ориентировку экскурсантов в пространстве);
- выделение объекта из совокупности других объектов;

– детальное наблюдение объекта.

Вывод: Предоставление экскурсионных услуг при сопровождении туристов требует от экскурсовода комплексного подхода, профессионализма, организационных навыков и умения работать с людьми.

5.3 Организация экскурсионных услуг

Организатор экскурсий – специалист, который разрабатывает программы и маршруты экскурсий и сопровождает экскурсионные группы. Он рассказывает туристам об архитектурных шедеврах, водит по музеям и выставкам, знакомит с памятниками истории. Он делает все, чтобы туристам было интересно знакомиться с достопримечательностями города. В организации экскурсий есть две основные профессии, которые часто путают: экскурсовод и гид. В обязанности гида входит обзорная экскурсия группы туристов по достопримечательностям города.

Гид должен иметь разносторонние знания о городе, но эти знания не всегда глубоки, ведь его основная задача – сопровождать иностранцев на протяжении всего тура, обеспечивать питание и безопасность. Он должен быть психологически устойчив и в случае непредвиденных ситуаций, несущих опасность для жизни туристов, уметь устраниить панику и вызвать соответствующие службы.

Экскурсовод – это квалифицированный специалист в узких вопросах. Он работает в музее или на выездных экскурсиях и имеет обширные познания по своей теме. Он разрабатывает маршрут экскурсии и продумывает подачу материала, которая будет интересна его аудитории. Задача экскурсвода – увлекательно рассказать об экспозиции музея или архитектурных сооружениях, чтобы заинтересовать туристов. Для комфортного общения с туристами из других стран экскурсовод должен владеть несколькими языками. Специалист экскурсионных услуг должен уметь интересно рассказывать, легко подыскивать слова, чтобы донести свои мысли. Он должен постоянно следить за своей речью: четко проговаривать слова, придерживаться стилистических правил языка, правильно ставить ударения, не использовать слова-паразиты. Нужно быть физически выносливым, приходится много ходить.

Для работы в организации экскурсий нужно среднее или высшее профессиональное образование (историческое, в области культуры и искусства). После окончания учебного заведения можно отправиться на специализированные курсы на базе музеев и получить аккредитацию на ведение экскурсионной деятельности.

Организация экскурсионных услуг включает в себя несколько ключевых этапов, которые помогут обеспечить успешное проведение экскурсий и удовлетворение потребностей туристов. Вот основные шаги организации экскурсионных услуг:

1. Исследование и выбор места проведения экскурсии: первым шагом является изучение различных мест, которые могут быть интересны для туристов. Это могут быть исторические достопримечательности, культурные объекты, природные парки и т.д. Оценка потенциала каждого места поможет определить, какие экскурсии будут наиболее привлекательными для целевой аудитории.

2. Разработка экскурсионных программ: на основе исследования выбираются маршруты, объекты и места, которые будут включены в экскурсию. Разрабатывается детальная программа с указанием времени, расписанием посещений и другими деталями.

Создание новой экскурсии по любой теме – сложный процесс, требующий активного участия целого коллектива работников. Содержание будущей экскурсии, ее познавательная ценность находятся в прямой зависимости от знаний методистов и экскурсоводов, их компетентности, степени практического усвоения ими основ педагогики и психологии, умения выбрать наиболее эффективные способы и приемы влияния на аудиторию.

Экскурсия – это результат двух важнейших процессов: ее подготовки и проведения. Они связаны между собой, взаимообусловлены. Невозможно обеспечить высокое качество проведения экскурсии при непродуманной подготовке.

В работе по подготовке новой экскурсии можно выделить два основных направления:

- разработка новой темы экскурсии (новой вообще или новой только для данного экскурсионного учреждения);
- подготовка начинающего или уже работающего экскурсовода к проведению новой для него, но уже ранее разработанной и проводимой в данном учреждении экскурсии.

Первое направление – процесс создания новой для экскурсионного учреждения экскурсии.

Подготовка новой экскурсии поручается творческой группе. В ее состав включается от 3 до 7 человек, а в отдельных случаях и больше, в зависимости от сложности темы. В большинстве своем это работающие в учреждении экскурсоводы. Часто в качестве консультантов приглашаются специалисты различных отраслей – научные работники музеев, преподаватели вузов и средних школ и т.д.

Обычно каждому из участников творческой группы поручается разработка одного из разделов, одной из подтем экскурсии или одного или нескольких вопросов подтемы. В целях контроля за работой выбирается руководитель творческой группы.

Подготовка новой экскурсии проходит три основных ступени:

Предварительная работа — подбор материалов для будущей экскурсии, их изучение (т.е. процесс накопления знаний по данной теме, определение цели и задач экскурсии). Одновременно с этим происходит отбор объектов, на которых будет построена экскурсия.

Непосредственная разработка самой экскурсии включает: составление экскурсионного маршрута; обработку фактического материала; работу над содержанием экскурсии, ее основной частью, состоящей из нескольких основных вопросов; написание контрольного текста; работу над методикой проведения экскурсии; выбор наиболее эффективных методических приемов показа и рассказа во время проведения экскурсии; подготовку методической разработки новой экскурсии; написание экскурсоводами индивидуальных текстов.

Заключительная ступень – прием (защита) экскурсии на маршруте. Утверждение новой экскурсии руководителем экскурсионного учреждения, допуск экскурсоводов, защитивших свою тему, до работы на маршруте.

В простейшем виде схема всех экскурсий, независимо от темы, вида и формы проведения, одинакова: вступление, основная часть, заключение.

Вступление, как правило, состоит из двух частей:

- организационной (знакомство с экскурсионной группой и инструктаж экскурсантов о правилах безопасности в пути и поведения на маршруте);
- информационной (краткое сообщение о теме, протяженности и продолжительности маршрута, времени отправления и прибытия назад, санитарных остановках и месте окончания экскурсии).

Основная часть строится на конкретных экскурсионных объектах, сочетании показа и рассказа. Ее содержание состоит из нескольких подтем, которые должны быть раскрыты на объектах и объединены темой. Количество подтем экскурсии обычно от 5 до 12. При этом важным для создания экскурсии является подбор объектов таким образом, чтобы были только те объекты, которые помогали бы раскрыть содержание темы экскурсии, причем в определенной дозировке по времени и в зависимости от значимости той или иной подтемы в данной экскурсии.

Заключение, как и вступление, не связано с экскурсионными объектами. Оно должно занимать по времени 5–7 минут и состоять из двух частей. Первая – итог основного содержания экскурсии, вывод по теме, реализующей цель экскурсии. Вторая – информация о других экскурсиях, которые могут расширить и углубить данную тему. Заключение так же важно, как и вступление, и основная часть.

Очень важно, чтобы экскурсия была достаточно интересна. Но не менее существенно, чтобы она не была перегружена потоком ненужной туристам информации, чтобы способ подачи материала не был утомительным, а способствовал бы наилучшему восприятию ее той или иной категорией экскурсантов. В связи с этим тематика экскурсии непременно должна быть сориентирована на определенную категорию экскурсантов (взрослых или детей,

молодежь, городских или сельских жителей, работников гуманитарных профессий, иностранцев и т.д.). Такой учет называется дифференцированным подходом к экскурсионному обслуживанию. Он должен учитывать не только интересы, но и цели потребителей. Если экскурсия предоставляется, например, в рамках фольклорного тура, то основной упор в рассказе и показе необходимо делать на историю, памятники, национальные особенности региона. Если же экскурсия входит в программу делового тура, то следует уделять внимание показу разных деловых и общественных центров и т.п. При организации экскурсионного обслуживания в рамках курортного отдыха привлекательны экскурсионные прогулки с наблюдением природных ландшафтов, памятников, объектов.

3. Подготовка персонала: необходимо обеспечить наличие квалифицированных экскурсоводов, которые будут проводить экскурсии. Экскурсоводы должны иметь хорошие знания о месте проведения экскурсии, умение поддерживать интерес участников и обеспечивать безопасность группы.

4. Продажа и маркетинг: разработка и продвижение экскурсионных программ с помощью рекламы, интернет-маркетинга, а также установление партнерских отношений с туристическими агентствами и другими партнерами.

5. Обеспечение комфорта и безопасности: необходимо предусмотреть все аспекты, связанные с комфортом и безопасностью участников экскурсии, включая транспортное обслуживание, питание, медицинскую помощь и другие услуги.

Вывод: Таким образом, организация экскурсионных услуг требует комплексного подхода, включающего в себя исследование, разработку программ, подготовку персонала, маркетинг, обеспечение комфорта и безопасности, а также постоянное совершенствование услуг на основе обратной связи.

6 Индивидуальное задание

Составление программы туров по Забайкальскому краю

Разработка туристского продукта представляет собой многоступенчатый процесс, который включает маркетинговые исследования и анализ сегментов рынка и конкурентов на нем, предполагаемый потребительский спрос, направления выезда, конъюнктуру туристского рынка, оценку реальных затрат на разработку, рекламу и продвижение турпродукта. Разработанные мною туры включали в себя посещение Забайкальских музеев и исторических достопримечательностей, экскурсии по городу Нерчинск и знакомство с местной культурой.

При подготовке программы необходимо учитывать следующие базовые факторы:

- Погодные условия
- Экскурсионные перспективы
- Проблемы размещения и питания
- Трансфер
- Вопросы страхования
- Планирование маршрутов, региональные особенности Забайкальского края

Туристический продукт формируется по определенным этапам. В первую очередь должна быть оформлена документация, которая конкретизирует туристический продукт. Она должна отражать не только наименование форм и методов обслуживания клиентов, но и персонал, который будет производить соответствующее обслуживание, правовое обеспечение туров. К документации прикладываются информационные листы. Например, к каждой экскурсии прикладывается план и текст ее проведения.

Все разрабатываемые маршруты должны быть хотя бы раз пройдены с той целью, чтобы была возможность их подкорректировать, определить время движения по маршруту, расстояние между объектами.

Завершающим этапом является анализ характеристики проектируемых туров, в том числе с точки зрения обеспечения безопасности жизни и здоровья туристов, а также возможности соблюдения охраны окружающей среды, собственности других людей и организаций. После того как маршрут туристического проекта был проанализирован, своевременно должны быть устранены несоответствия и недостатки в проекте. Результатом подобного анализа является создание технологической документации определенного вида. Документация подлежит утверждению в соответствующих государственных органах, которые занимаются надзором за качеством туристической продукции. После утверждения итоговых

документов туристический продукт можно продвигать с помощью рекламных акций, реализовывать потенциальному потребителю.

Вывод: В ходе прохождения практики я поняла, что выбор туристской организацией наиболее эффективных средств по привлечению потребителя к туристскому продукту невозможен без четкой проработки самого процесса принятия решения о покупке туристского продукта потенциальным туристом. А успех коммерческой деятельности на рынке туризма определяется, в первую очередь, привлекательным туристским продуктом. Но по мимо привлекательности, важно так же и качество продукта с которым отлично справляется туркомпания «Центр горящих туров».

Заключение

По результатам работы можно сформулировать ряд выводов.

На туристское предприятие постоянно оказывается давление со стороны конкурентов, для того чтобы максимизировать прибыль фирме необходимо быть лучше конкурентов. Всякой фирме противостоит широкий спектр конкурентов. Рыночная теория гласит, что для того чтобы преуспеть в бизнесе, фирма должна удовлетворять потребности клиентов лучше, чем ее конкуренты.

За время прохождения практики было сформировано комплексное представление о специфике работы на туристических предприятиях. Сформирована способность применять методы проектирования в туризме. Сформированы способности к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно - коммуникативных технологий.

Приобретены практические навыки самостоятельной работы с клиентами и партнерами туротдела и опыт работы по специальности менеджер по туризму. Совместно с руководителем практики Анастасией Томских от предприятия «Центр горящих туров» были разработаны и реализованы несколько новых программ туров в КНР, по Забайкальскому краю, также в период прохождения практики была изучена документация по транспортному обеспечению маршрутов, информация по авиарейсам (бронирование, оформление, условия аннуляции авиабилетов, а также условия их приобретения по различным акциям авиакомпаний; сроки действия, стыковки и т.п.), страхованию (оформление страховых медицинских полисов компании, страхование на время авиаперелета, типы и категории страховок, покрытие и т.п.), подбору документов для визирования в различные страны. Кроме того, были получены навыки ведения деловой переписки с партнерами, клиентами, администрацией, оформления турпакета (оформление документов, составление программы тура, информационного листка, договора с туристом и т.п.), оформления страховых медицинских полисов и страхования на время авиаперелета, подбор документов для оформления визы (Шенген) , были постигнуты азы продажи туров (телефонный разговор – встреча и рассказ о маршруте – продажа – бронирование тура – подбор документов и оформление необходимой документации).

На сегодняшний день ИП «Центр горящих туров» на рынке туристских услуг занимает достойное место, и вполне может конкурировать с крупными фирмами, в этом заслуга трудового коллектива фирмы, который старается продумывать путешествие клиента вплоть до мелочей, сделать его безопасным и интересным. Все это выполняется с удовольствием и

рабочим азартом, поэтому клиенту с сотрудником компании всегда легко достигнуть взаимопонимания.

Список использованных источников

- 1 Официальный сайт ИП «Центр горящих туров» - тип доступа - <https://chita.centrturov.ru/>(Дата обращения 07.06.24)
- 2 Бухгалтерский учет туроператоров | Туручет недорого –тип доступа - <https://profnalog.ru/services/bukhuchet/bukhgalterskiy-uchet-turopoeratorov/> (Дата обращения 07.06.24)
- 3 Приказ Минтруда России от 24.12.2021 N 913н –тип доступа - <https://legalacts.ru/doc/prikaz-mintruda-rossii-ot-24122021-n-913n-ob-utverzhdenii/> (Дата обращения 07.06.24)
- 4 Маркетинг в туризме: Учебник / Под ред. Богданова Е.И., Абабков Ю.Н., Филиппова И.Г., Абабкова М.Ю. - М.: Инфра-М, 2019 (Дата обращения 07.06.24)
- 5 Денисова М.О. От турагента до туроператора //Туристические и гостиничные услуги: бухгалтерский учет и налогообложение. 2018. _ № 3(Дата обращения 07.06.24)
- 6 Квартальнов В.А. Туризм /В.А.Квартальнов. _М.: Финансы и статистика, 2002. - 320 с. (Дата обращения 07.06.24)
- 7 О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон: Об основах туристской деятельности в Российской Федерации от 24.11.2012 г. № 132-ФЗ// Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. -№ 49.- с.5491; 2018. - №2.- с. 167(Дата обращения 07.06.24)
- 8 ИП или ООО плюсы и минусы- тип обращения- <https://www.moedelo.org/club/registratsiya-biznesa/turagentstvo> (Дата обращения 07.06.24)
- 9 Сарафанова, Е.В. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / Е.В. Сарафанова, А.В. Яцук. - М.: Альфа-М, Инфра-М, 2018. - 240 с.
- 10 Туристские услуги. Общие требования: ГОСТ Р 50690 – 2019. – Москва: Изд-во стандартов, 2019. – 11с.
- 11 Бикташева, Д.Л. Менеджмент в туризме: Учебное пособие / Д.Л. Бикташева, Л.П. Гиевая, Т.С. Жданова. - М.: Альфа-М, Инфра-М, 2013. - 272 с.
- 12 Организационно-правовые основы туристского и гостиничного бизнеса. Нормативно-правовые документы: Учебное пособие / Под ред. В.Н. Акишина. – Москва.: Финстатинформ, 2019. – 534 с.

13 Грязнова, А.Г. Индустрия туризма: менеджмент организаций / А.Г. Грязнова. - М.: Финансы и статистика, 2018. - 200 с.

14 Колодий, Н.А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте: Учебное пособие / Н.А. Колодий. - Люберцы: Юрайт, 2019. – 326

Приложение А

(обязательное)

Схема проезда к ИП «Центр горячих туров»

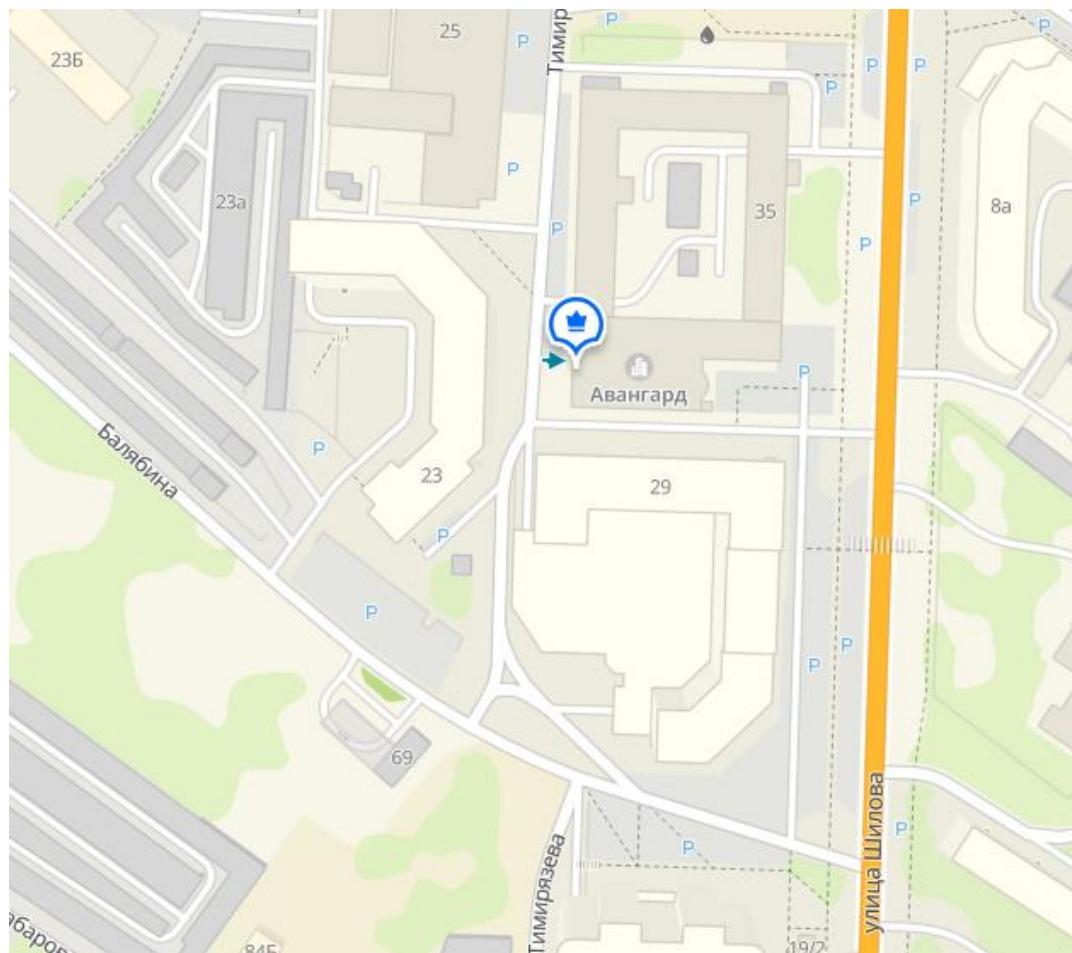


Рисунок А.1 - Схема проезда к ИП «Центр горячих туров»

Приложение Б

Лого турагенства



**ЦЕНТР
ГОРЯЩИХ
ТУРОВ**

Рисунок Б.- 2 Лого турагенства

Приложение В

(обязательное)

Заявка на бронирование

Приложение №1
К агентскому договору
№ ____ от « ____ » 2024 г.

ЗАЯВКА НА БРОНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

ДАТА БРОНИРОВАНИЯ:

АГЕНТСТВО:

МЕНЕДЖЕР:

ТЕЛЕФОН с кодом города:()

ФАКС с кодом города:()

E-mail:

ТУР:

СРОКИ ПОЕЗДКИ с

по

(дн. / ночь.)

ИНФОРМАЦИЯ О ТУРИСТАХ (заполняется в соответствии с данными загранпаспорта)

№	По л	Фамилия	Имя	Дата рождения	Серия и номер паспорта	Дата окончания действия паспорта
1						
2						

ИНФОРМАЦИЯ О РАЗМЕЩЕНИИ В ОТЕЛЯХ ПО МАРШРУТУ

Город / Курорт	Название отеля, Категория (5*, 4*, 3*)	Тип номера	Тип питания

ИНФОРМАЦИЯ ПО АВИАПЕРЕЛЕТУ

Маршрут	Даты вылета/прилета	Рейс	Класс

Оформление ВИЗЫ: ТРАНСФЕРЫ: СТРАХОВАНИЕ:

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ:

(Экскурсии, индивид. трансфер, железнодорожные билеты, транзитное обслуживание и другие услуги)

СТОИМОСТЬ ТУРА (Заполняется менеджером Читинского бюро путешествий):

	Наименование	Количество	Цена	Сумма
1.	Путевка			
2.	Виза			
3.	Авиабилеты			
4.	Прочее			
5.	Итого			

КОМИССИЯ АГЕНТА:

ИТОГО К ОПЛАТЕ:

Заявку принял менеджер:

Дата подтверждения:

Приложение №2
К агентскому договору
№ _____ -Р от «_____» 2024 г.

ОТЧЕТ о реализации туристского продукта за _____ 20__ г.

№ п/п	Названи е тура, количество человек	№ счета	Дат а реализаци и	Полна я стоимост ь тура	Вознаграждени е Турагента
				Сумма	

Акт приемки-сдачи работ (услуг) за _____ 20__ г.

Настоящий акт составлен о том, что Агентом

Выполнены услуги по реализации туристского продукта (согласно отчета) на общую сумму _____ руб.

Услуги указаны в полном объеме. Стороны претензий друг к другу не имеют.

ТУРОПЕРАТОР

ТУРАГЕНТ:

ИП «Центр горячих туров»

Директор _____ Е.С Иванова _____ /_____ /

М.П

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Студент(ка) Михайлова Милена Андреевна
Фамилия Имя Отчество

обучающийся(аяся) на 1 курсе, по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство

направляется на учебную практику по ПМ.03. Освоение профессии рабочего, должности служащего (Ассистент экскурсовода (гида))
в объеме 72 часов

в период с «31» мая 2024 г. по «13» июня 2024 г.

в организации ФГБОУ ВО «ВВГУ», Академический колледж, г. Владивосток, ул. Гоголя 41
наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период учебной практики:

№ п/п	Виды работ	Кол-во часов
1.	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики; согласование плана практики; получение индивидуального задания на практику.	0,5
2.	Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности на предприятии; общее ознакомление с процессом работы на данном предприятии.	0,5
3.	Ознакомление с предприятием	6
4.	Ознакомление с должностными обязанностями персонала туроператорской/турагентской компании.	4
5.	Изучение перечня основных и дополнительных услуг.	4
6.	Изучение особенностей по разработке программы тура/экскурсии и расчёта его стоимости.	4
7.	Изучение правила по технике безопасности.	4
8.	Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства.	4
9.	Проектирование туров/экскурсий с учетом запросов потребителей.	4
10.	Формирование технологической карты тура/экскурсии.	4
11.	Демонстрация навыков использования информационных технологий туроператором/турагентом в своей работе.	4
12.	Разработка программы обслуживания туристов.	4
13.	Организация обслуживания туристов в программном туризме.	4
14.	Рассчитать тур/экскурсию по заданным позициям.	9
15.	Обобщение полученных материалов. Подготовка и оформление отчета о практике. Защита отчета по практике.	12

Дата выдачи задания «31» мая 2024 г.

Срок сдачи отчета по практике «13» июня 2024 г.

Руководитель


подпись

Ермолович Л.О.
Ф.И.О.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент Михайлова Милена Андреевна

Фамилия Имя Отчество

обучающийся на 1 курсе по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство прошел учебную практику по ПМ.03. Освоение профессии рабочего, должности служащего (Ассистент экскурсовода (гида))

в объеме 72 часов в период

с 31 мая 2024 г. по 13 июня 2024 г.

в ФГБОУ ВО «ВВГУ», Академический колледж, г. Владивосток, ул. Гоголя 41

наименование организации

Виды и качество выполнения работ в период прохождения практики:

Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
ПК 3.1 Информировать и организовывать поддержку экскурсовод (гида) при оказании экскурсионных услуг	Ознакомление с должностными обязанностями персонала туроператорской/турагентской компании. Изучение перечня основных и дополнительных услуг. Изучение правила по технике безопасности. Организация обслуживания туристов в программном туризме.	<i>Отлично</i>
ПК 3.2 Определять вспомогательную деятельность по сопровождению при оказании экскурсионных услуг	Демонстрация навыков использования информационных технологий туроператором/турагентом в своей работе. Рассчитать тур/экскурсию по заданным позициям.	<i>Отлично</i>
ПК 3.3 Обеспечивать организацию оказания экскурсионных услуг	Изучение особенностей по разработке программы тура/экскурсии и расчёта его стоимости. Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства. Проектирование туров/экскурсий с учетом запросов потребителей. Разработка программы обслуживания туристов. Формирование технологической карты тура.	<i>Отлично</i>

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 13 июня 2024 г.

Оценка за практику Отлично

Руководитель практики от предприятия Ермолович Л.О.
подпись

Ермолович Л.О.
Ф.И.О.

ДНЕВНИК прохождения учебной практики

Студент (ка) Михайлова Милена Андреевна
Фамилия Имя Отчество

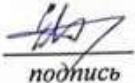
Специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Группа С-ТГ-23-Т1

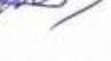
Место прохождения практики ФГБОУ ВО «ВВГУ», Академический колледж, г.
Владивосток, ул. Гоголя 41

Сроки прохождения с 31 мая 2024г. по 13 июня 2024г.

Инструктаж на рабочем месте «31» мая 2024 г
дата


подпись

Ермолович Л.О.
Ф.И.О. инструктирующего

Дата (период)	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
31.05.2024	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики; согласование плана практики; получение индивидуального задания на практику.	<i>отлично</i>	
01.06.2024	Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности на предприятии; общее ознакомление с процессом работы на данном предприятии.	<i>отлично</i>	
03.06.2024	Ознакомление с предприятием	<i>отлично</i>	
04.06.2024	Ознакомление с должностными обязанностями персонала туроператорской/турагентской компании.	<i>отлично</i>	
05.06.2024	Изучение перечня основных и дополнительных услуг.	<i>отлично</i>	
06.06.2024	Изучение особенностей по разработке программы тура/экскурсии и расчёта его стоимости.	<i>отлично</i>	
06.06.2024	Изучение правила по технике безопасности.	<i>отлично</i>	
07.06.2024	Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства.	<i>отлично</i>	
07.06.2024	Проектирование туров/экскурсий с учетом запросов потребителей.	<i>отлично</i>	
08.06.2024	Формирование технологической карты тура/экскурсии.	<i>отлично</i>	
08.06.2024	Демонстрация навыков использования информационных технологий туроператором/турагентом в своей работе.	<i>отлично</i>	

10.06.2024	Разработка программы обслуживания туристов.	<i>Отлично</i>	<i>Л.О.</i>
10.06.2024	Организация обслуживания туристов в программном туризме.	<i>Отлично</i>	<i>Л.О.</i>
10.06.2024	Рассчитать тур/экскурсию по заданным позициям.	<i>Отлично</i>	<i>Л.О.</i>
11.06.2024- 13.06.2024	Обобщение полученных материалов. Подготовка и оформление отчета о практике. Защита отчета по практике.	<i>Отлично</i>	<i>Л.О.</i>

Руководитель практики от предприятия

Л.О.
подпись

Ермолович Л.О.
Ф.И.О.

ХАРАКТЕРИСТИКА

о прохождении учебной практики студентом

Студент Михайлова Милена Андреевна 1 курса/С-ТГ-23-Т1
(*ФИО студента*) № курса/группы

проходил практику с 31 мая 2024 г. по 13 июня 2024 г.
на базе ФГБОУ ВО «ВВГУ», Академический колледж, г. Владивосток, ул. Гоголя 41
название предприятия
в подразделении Академический колледж, мастерская «Туризм»
название подразделения

За период прохождения практики студент посетил 11 дней, из них по уважительной причине отсутствовал 0 дней, пропуски без уважительной причины составили 0 дней.

Студент соблюдал/не соблюдал трудовую дисциплину и /или правила техники безопасности.

Отмечены следующие нарушения трудовой дисциплины и /или правил техники безопасности: не отмечены.

Студент не справился со следующими видами работ: -

За время прохождения практики студент показал, что умеет: анализировать основные виды деятельности предприятия, разрабатывать программы тура/экскурсии, работать с со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства, разрабатывать программы обслуживания туристов.

В отношении выполнения трудовых заданий проявил себя отлично

В рамках дальнейшего обучения и прохождения учебной практики студенту можно порекомендовать: оценку «5».

Преподаватель

ФГБОУ ВО «ВВГУ»,

Академический колледж

Должность наставника/куратора

подпись



Ермолович Л.О.

И.О. Фамилия