

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/124504>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Туризм

Оглавление

Введение 3

1. Краткая характеристика организации 5

2. Организационная структура 6

3. Экономические показатели деятельности 8

4. Анализ конкурентной стратегии 10

5. Анализ организационной культуры 17

6. Рекомендации по совершенствованию 19

Заключение 25

Список использованных источников 26

Дневник практики 28

Введение

В качестве объекта прохождения практики было выбрано ИП Дмитриева Светлана Ивановна (Coral Travel). Целью практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности является закрепление на практической работе знаний, полученных обучающимися в процессе обучения.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

- дать общую характеристику деятельности учреждения;
- изучить номенклатуру услуг;
- изучить организационную и административную структуру управления;
- проанализировать особенности стиля управления,
- выявить особенности проектной работы,
- провести анализ процесса работы с клиентами,
- провести анализа конкурентных преимуществ,
- другое.

Для написания отчета использовались внутренние документы учреждения, информация с официального сайта Corel Travel.

В ходе прохождения практики выявлено, что попытка оказать давление на клиента, повлиять на его выбор вызывает естественную защитную реакцию. Возражения клиента могут носить:

- психологический характер;
- определяются особенностями личности;
- логический характер;
- менеджер предоставил недостаточно убедительную презентацию или турпродукт не удовлетворяет потребностям клиента.

Комплекс причин, в результате которых может последовать отказ от туристической поездки:

- стоимость турпродукта;
- ограничения по здоровью;
- дефицит времени;
- жизненный цикл семьи;
- страх и безопасность.

Обучение работы с возражениями позволит эффективно нивелировать сопротивление и повысить продажи турфирмы

1. Краткая характеристика организации

Компания Coral Travel осуществляет мечты людей об идеальном отдыхе с 1995 года – уже 25 лет!

Туроператор предлагает путешествия в 39 стран мира с вылетами из более 40 городов России. Вниманию туристов Coral Travel представлены лучшие курорты и отели Турции, России, Туниса, Таиланда, Вьетнама, Греции, Испании, и других стран.

Более 14 000 туристических агентств по всей России осуществляют продажу туров от Coral Travel. Мы также

обладаем самой большой франчайзинговой сетью в стране, которая насчитывает более 900 фирменных офисов. Помимо этого, для наших туристов открыта единственная в России премиальная сеть агентств Coral Travel Elite Service, которая на данный момент насчитывает более 40 офисов продаж.

В 2017 году Coral Travel, первым среди крупных туроператоров, представил специальный отдел Элитного отдыха Coral Travel Elite, осуществляющий обслуживание VIP-заявок.

На протяжении всего существования Coral Travel пользуется большим успехом у семей с детьми.

Специально для этой категории туристов уже 10 лет работает фирменная концепция идеального семейного отдыха Sun Family Club. Изюминка концепции – опытные российские педагоги, предлагающие детям всех возрастных групп не только отдых и развлечения, но и интересные развивающие занятия. Также в рамках фирменной концепции производится тщательный отбор отелей в соответствии со строгими стандартами качества. На текущий момент таких отелей уже более 80-ти.

Ключевым авиапартнером Coral Travel является авиакомпания Royal Flight, осуществляющая чартерные пассажирские перевозки из Москвы и регионов в Турцию, ОАЭ, Грецию, Тунис, Таиланд, Вьетнам и другие страны. Преимущества компании – современный парк самолетов, высокая система безопасности и качества полетов, соответствующие международным стандартам. Семейный и элитный отдых – далеко не единственные приоритеты Coral Travel. Компания также занимается групповыми турами и мероприятиями, полностью отвечающими любым интересам корпоративных клиентов. Разнообразие вариантов отдыха, контроль качества работы на всех этапах, огромное количество направлений и специальные концепции для туристов разных возрастов и категорий – то, за что миллионы туристов выбирают Coral Travel.

Реестровый номер в Едином федеральном реестре туроператоров - РТО 016582.

Учредительным документом данного предприятия является Устав общества. Основным видом деятельности туристической фирмы согласно Уставу является деятельность туристических агентств.

Дополнительными видами деятельности являются:

- деятельность по предоставлению туристических информационных услуг;
- деятельность по предоставлению экскурсионных туристических услуг;
- деятельность по предоставлению туристических услуг, связанных с бронированием.

Список использованных источников

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция).
2. Алексеева А. И. Экономический анализ хозяйственной деятельности / А. И. Алексеева, Ю. В. Васильев.- М.: Финансы и статистика, 2018. – 539 с.
3. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие / Под ред. О. В. Ефимова, М.В. Мельник и др.- М.: Омега-Л, 2018.- 472 с.
4. Балабанов, И. Т. Туристический анализ / И. Т. Балабанов.- М.: Финансы и статистика, 2017.- 340 с.
5. Банк, В. Р. Управление инновациями в компании: учебное пособие / В. Р. Банк, С. В. Банк.- М.: ТК Велби – Проспект, 2013.- 354 с.
6. Белозерова Ю.М. Анализ ценовой конкурентоспособности российского туристского продукта на международном и региональном рынках // Региональная экономика: теория и практика. 2016. № 15. С. 58-64.
7. Бланк, И. А. Инновационный менеджмент / И. А. Бланк.- М.: ИНФРА-М, 2017.- 656 с.
8. Бутакова М.М. Экономическое прогнозирование: методы и приемы практических расчетов: учебное пособие - 2-е изд., испр.- М.КНОРУС, 2010 С,48
9. Васильева, Л. С., Петровская, М. В. Стратегии инновационного развития / Л. С. Васильева, М. В. Петровская.- М.: Кнорус, 2018.- 880 с.
10. Геращенко М.М., Шерстобитова Т.И. Подходы к определению сущности маркетинга инноваций // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 3-2. – С. 321
11. Донцова, Л. В. Анализ финансовой отчетности: практикум / Л. В. Донцова, Н. А. Никифорова. – М.: Дело и Сервис, 2019.- 144 с.
12. Ефимова, О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений / О. В. Ефимова.- М.: Омега-Л, 2016. – 349 с.
13. Ковалев, В. В. Туристический бизнес / В. В. Ковалев, Вит. В. Ковалев.- М.: Проспект, 2014.- 324 с.
14. Любушин, Н. П. Туристический анализ / Н. П. Любушин.- М.: Финансы и статистика, 2017.- 574 с.
15. Мельник, А. В. Анализ маркетинговой деятельности предприятия / М. В. Мельник, Е. Б. Герасимова.- М.: Инфра-М, 2018.- 202 с.

16. Михайлова М.Н. О продажах туристского продукта // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономика. Право. Управление. 2014. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-prodazhah-turistskogo-produkta> (дата обращения: 29.03.2018).
17. Рубцова Н.В. Цепочка создания ценности туристского продукта // Региональная экономика : теория и практика. 2016. № 40. С. 46-53
18. Шеремет, А.Д. Методика инновационного анализа: учебник / А. Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2017.– 456 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/124504>