

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/306980>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Менеджмент туризма

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 15

ГЛАВА 1. НАЗВАНИЕ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ГЛАВЫ 17

1.1. Общая характеристика ООО «ФОРУМ ТРЕВЕЛ» 17

1.2. Анализ организационной структуры ООО «ФОРУМ ТРЕВЕЛ» 19

1.3. Анализ основных экономических показателей деятельности ООО «ФОРУМ ТРЕВЕЛ» 24

1.4. Анализ бренда ООО «Форум Тревел» франшиза "Sunmar" 27

ВЫВОДЫ 34

ГЛАВА 2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РЕБРЕНДИНГУ ООО «ФОРУМ ТРЕВЕЛ» 35

2.1. Изменение фирменного логотипа на документы компании «SUNMAR» 35

2.2. Добавление в интерьер офиса сувениров из разных стран 36

2.3. Разработка и выпуск визитных карточек и фирменной одежды 37

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 39

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 41

ВВЕДЕНИЕ

Место прохождения практики – ООО «ФОРУМ ТРЕВЕЛ»

Цель практики – освоение профессиональных компетенций соответствующих видов деятельности.

Задачи практики:

- Получение индивидуального задания на преддипломную практику от руководителя практики от Университета, согласованного руководителем от предприятия. Общее ознакомление с базой практики. Знакомство с руководителем от базы практики. Ознакомление с правилами внутреннего распорядка на месте практики.
- Ознакомление руководителя от базы практики с программой практики и заданием, получение указаний о дальнейшей работе, составление графика проведения консультаций. Формирование календарно-тематического плана прохождения практики, его конкретных положений. Определение методов и форм выполнения плана прохождения практики.
- Выполнение индивидуального задания: закрепление теоретических знаний в экономической области
- Выполнение индивидуального задания: сбор и систематизация нормативно-правовых актов, регламентирующих деятельность предприятия – базы практики; сбор, систематизация и анализ фактического материала: анализ функционирования объекта исследования на основе собранной и систематизированной исходной информации, выявление проблем в функционировании объекта исследования, анализ материалов в ходе выполнения индивидуального задания.
- Выполнение конкретных заданий студентом в процессе прохождения преддипломной практики
- Написание, оформление отчёта о прохождении студентом преддипломной практики. Подготовка

презентации по отчету. Проверка отчёта руководителем от базы практики и получение письменного отзыва. Проверка отчёта руководителем ОПОП. Подготовка к защите отчёта.

ГЛАВА 1. НАЗВАНИЕ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ГЛАВЫ

1.1. Общая характеристика ООО «ФОРУМ ТРЕВЕЛ»

Сеть «SUNMAR» - турагентство выгодных туров» одна из самых динамично развивающихся Сетей в России. На сегодняшний день Сеть насчитывает более 450 точек продаж в 170 городах России.

Франчайзинг Сети «SUNMAR» - турагентство выгодных туров» - это динамично развивающиеся офисы продаж с оптимальным соотношением цены и качества.

Работа под брендом «SUNMAR» - турагентство выгодных туров» помогает туристским агентствам выйти на качественно новый уровень, закрепить и упрочить позиции на рынке, увеличить количество постоянных и новых клиентов.

Полное наименование организации: ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ФОРУМ ТРЕВЕЛ"

ИНН: 5050105390

КПП: 505001001

ОГРН: 1135050003868

Место нахождения: 141100, обл. Московская, г. Щёлково, ул. Заречная, д. 7, кв.247

Вид деятельности: Деятельность туристических агентств и туроператоров (код по ОКВЭД 79.1)

Статус организации: коммерческая, действующая

Руководителем организации (лицом, имеющим право без доверенности действовать от имени юридического лица) с 5 июля 2013 г. является генеральный директор Кучеренко Юлия Ильясовна

Основными источниками правового регулирования деятельности туристского агентства ООО «Форум Тревел» являются: Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ и Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ (в ред. от 28.12.13г.) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

Франчайзинговый пакет включает в себя максимальные привилегии для быстрого старта и успешного развития - минимальные требования к оформлению офиса, минимальная ставка роялти, компенсация затрат на изготовление наружной вывески, бесплатная сувенирная продукция, максимальное агентское вознаграждение и многое другое.

Программа SUNMAR:

- Размещение на сайте www.sunmar.ru в разделе "Офисы продаж"
- Комиссия 9% TO CORAL TRAVEL
- Специальная комиссия TO SUNMAR
- Компенсация вывески при выполнении годового плана
- Базовый набор сувенирной продукции
- Участие в корпоративных мероприятиях Сети
- Персональный куратор компании SUNMAR, персональный координатор в Управляющей Компании Сети
- Частичная компенсация рекламного тура при выполнении годового плана продаж
- Доступ на корпоративный портал club.sunmar.ru
- Доступ на учебный портал (аттестация, страноведение, семинары)
- Портал заказа сувенирной продукции shop.sunmar.ru
- Корпоративная почта на домене club.sunmar.ru
- Подключение к проекту "Подарочная карта"
- Кредитование и страхование (КЕБ, ОТП Банк, ERV)
- Эксклюзивные условия на эквайринг от СБЕРБАНКа
- Шаблон типового договора с туристом, рекомендованный юристами Управляющей Компании
- Специальные цены на услуги по подбору персонала
- Подключение к программе Sales Agency System (SAS) - программа бронирования и учета заявок
- Специальные цены на обучающие мероприятия

Условия сотрудничества:

- Возможность оформления офисов, согласно стандартам Сети
- Наличие действующего договора с TO SUNMAR
- Расположение офисов в местах с наибольшей проходимостью (ТЦ, ТРЦ, street retail, БЦ)
- Наличие опыта работы у сотрудников не менее 2-х лет
- Участие юридического лица в других Сетях недопустимо
- Возможность размещения наружной рекламы

Туроператор организует туры по направлениям Россия, Италия, Андорра, Кипр, Испания, Абхазия, Вьетнам, Болгария, Беларусь, Израиль, Греция, Доминикана, Индия, Тунис, Мексика, Марокко, ОАЭ, Тайланд, Черногория и Хорватия. Идет постоянная работа по открытию новых направлений.

Туры Sunmag можно приобрести в туристических агентствах по всей России; с помощью удобного сервиса онлайн-бронирования туров, размещенного на сайте компании, а также в офисах прямых продаж туроператора. Обширная полетная программа Sunmag включает рейсы, вылетающие из 37 городов Российской Федерации.

Слоган "Оператор прибыльных туров" полностью отражает концепцию компании. Туры из Санмара - это выгодный отдых с оптимальным соотношением цены и качества. Ассортимент предложений Sunmag настолько широк, что туристу предоставляется большой выбор вариантов отдыха, в соответствии с его предпочтениями и возможностями.

1.2. Анализ организационной структуры ООО «ФОРУМ ТРЕВЕЛ»

Организационная структура ООО "Форум Трэвел" по типу относится к структурам с линейными функциями. Линейная функциональная структура - это структура, в которой специалисты одного профиля объединяются в структурные подразделения и принимают решения, обязательные для производственных подразделений. Большинство туристических агентств основаны на таком типе организационной структуры. Поскольку тип линейно-функциональный, это означает, что есть линейные отделы и функциональные. К первым относятся департамент внутреннего туризма, департамент внутреннего туризма, визовый отдел и отдел рекламы. Функциональные подразделения предприятия включают отдел обслуживания клиентов, бухгалтерию и отдел кадров.

Организационная структура ООО «Форум Тревел» представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Организационная структура ООО «Форум Тревел»

Организационная структура управления ООО "Форум Трэвел" является линейной и функциональной. У этой структуры есть свои недостатки и преимущества. Преимущества заключаются в следующем:

- более глубокое изучение стратегических вопросов, чем в линейном;
- освобождение линейных менеджеров от решения многих вопросов, связанных с планированием финансовых расчетов, логистикой и т.д.;

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аввакумова, О. А. Идентичность и дифференциация бренда / О. А. Аввакумова, С. И. Черноморченко // Бренд-менеджмент пространств : сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, Тюмень, 23–24 апреля 2020 года / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Тюменский государственный университет, Финансово-экономический институт. – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2020. – С. 56-62.
2. Артемьев, А. А. Брендинг: значимость и эволюция развития / А. А. Артемьев, И. А. Лепехин, В. Н. Зайковский // Проблемы управления социально-экономическими системами: теория и практика : материалы VIII Международной научно-практической конференции, Тверь, 23 мая 2020 года. – Тверь: Тверской государственный университет, 2020. – С. 60-65.
3. Веденецкая, И. А. Эволюция брендинга в России / И. А. Веденецкая, Д. С. Головнев, Е. А. Давыденко // Бренд-менеджмент. – 2019. – № 2. – С. 90-96.
4. Дмитриева, Л. М. Бренд в современной культуре : монография / Л.М. Дмитриева. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. — 200 с.
5. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 493 с.
6. Дуглас, В. П. Бессознательный брендинг. Использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии / В. П. Дуглас. – Москва : Азбука, 2019. – 320 с.
7. Каленская, Н. В. Брендинг : учебное пособие / Н.В. Каленская, Н.Г. Антонченко. – Казань: «Абзац», 2019. – 125 с.
8. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К.

- Захаренко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 439 с.
9. Кострова, Ю. Б. Бренд-менеджмент / Ю. Б. Кострова, Ю. О. Ляшук, О. Ю. Шибаршина ; Под общ. ред. Ю.Б. Костровой. – Курск : Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2020. – 172 с.
10. Котляров, И. Д. Экономический эффект бренда — проблемы оценки / И. Д. Котляров // Экономика и математические методы. – 2019. – Т. 55. – № 3. – С. 100-108.
11. Кохно, П. А. Бренд-менеджмент / П. А. Кохно, А. П. Кохно, А. А. Артемьев. – Тверь : Тверской государственный университет, 2020. – 257 с.
12. Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент : учебное пособие / О. Г. Кузьмина. – Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. – 176 с.
13. Максимова, С. А. Современные методы продвижения бренда организации / С. А. Максимова // Бренд-менеджмент пространств : сборник статей Всероссийской научно-практической конференции, Тюмень, 23-24 апреля 2020 года / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Тюменский государственный университет, Финансово-экономический институт. – Тюмень: Тюменский государственный университет, 2020. – С. 123-129.
14. Музыкант, В. Л. Брендинг. Управление брендом : учебное пособие / В.Л. Музыкант. – Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. – 316 с.
15. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 475 с.
16. Николаева, Г. Н. Технология создания и управления брендом организации : Учебно-методическое пособие / Г. Н. Николаева. – Москва : Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет, 2019. – 75 с.
17. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 341 с.
18. Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 331 с.
19. Сарилова, О. А. Мифологизация как основа имиджа бренда / О. А. Сарилова, М. Ю. Сарилов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 5-1. – С. 159-165.
20. Соловьева, Д. В. Инновационный подход к развитию внутреннего брендинга в интеллектоёмких компаниях: внедрение и оценка / Д. В. Соловьева, Л. В. Гирш // Экономика. Право. Инновации. – 2020. – № 2. – С. 54-61.
21. Титова, А. А. Система идентификации бренда: понятие, цели и функции / А. А. Титова // Научно-практические исследования. – 2020. – № 10-9(33). – С. 24-28.
22. Трубникова, Н. В. Цифровой брендинг: глобальные императивы среды / Н. В. Трубникова // Брендинг как коммуникативная технология XXI века : Материалы V Международной научно-практической конференции, Париж, 18-21 марта 2019 года / под ред. А.Д. Кривоносова. – Париж: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2019. – С. 102-106.
23. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 255 с.
24. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 504 с.
25. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 2-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 322 с.
26. Шевченко, Д. А. Бренд-менеджмент: теория и практика : Учебник / Д. А. Шевченко, Н. С. Полякова, Э. Г. Шарян ; Под общей редакцией профессора Д.А.Шевченко. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Сам Полиграфист», 2019. – 178 с.
27. Шукаева, А. В. Основные направления анализа эффективности бренда / А. В. Шукаева // Наука и бизнес: пути развития. – 2020. – № 6(108). – С. 184-186.
28. Якубова, Т. Н. Бренд-менеджмент как область управления современной компанией / Т. Н. Якубова // Наука и бизнес: пути развития. – 2020. – № 1(103). – С. 149-152.

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://studservis.ru/otchet-po-praktike/306980>