

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/328331>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Туризм

Содержание

Введение.....	3
1.Маркетинговое исследование рынка туристических услуг.....	5
2.Формирование туристского продукта.....	10
3.Расчет стоимости туристского продукта	12
4.Взаимодействие с турагентами по организации и продвижению тура...	23
Заключение.....	25
Список использованных источников.....	26
Приложение 1.....	27

Введение

Туризм является одной из ведущих и наиболее развитых отраслей экономики и считается экономическим явлением века благодаря своим стремительным темпам. Его быстрому развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить свой кругозор и познакомиться с достопримечательностями, культурой и традициями той или иной страны.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, укреплении внешнеторгового баланса, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, производство товаров народного потребления, т. е. служит своеобразным стабилизатором социально-экономического развития.

Чтобы преуспеть в туристском бизнесе необходимо хорошее знание международных правовых норм и правил, практики туристского менеджмента и маркетинга, прежде всего, требуется профессиональная, основанная на потребностях потребителя туристских услуг организация производства и реализации туристского продукта, нужна полная и всесторонняя информированность производителя туристских услуг относительно всего того, что касается клиента, как потребителя этих самых услуг.

Мной была пройдена производственная практика в ООО «Регион 24 ТУР» г. Красноярск.

Целью практики является знакомство с основными принципами ведения туристской деятельности, управленческими и иными связями, правилами взаимодействия с потребителем услуг, разработка туристического продукта.

Задачами производственной практики являются:

- провести маркетинговое исследование рынка туристических услуг;
- провести формирование туристского продукта;
- провести расчет стоимости туристского продукта;
- проанализировать взаимодействие с турагентами по организации и продвижению тура;

Актуальность производственной практики стоит в том, чтоб применить свои теоретические знания в работе по специальности.

1.Маркетинговое исследование рынка туристических услуг

Текущее состояние туристской отрасли Красноярского края имеет существенный потенциал индустрии туризма (таблица 1). Статистика данных показывает увеличение численности туристов, приезжающих в регион, за исключением 2020 года, что было связано с распространением вируса COVID-19. В 2021 году показатель снова увеличивается. По соотношению с численностью населения региона численность туристов составляет порядка 30-35%.

Таблица 1 – Соотношение численности населения к численности населения региона, тыс.человек

В Сибирском федеральном округе по числу отправленных в туры российских туристов по России Красноярский край занимает 5-ое место после Омской, Новосибирской, Кемеровской областей и Алтайского края. Несмотря на достаточно высокие показатели развития туристского рынка, уровень развитости потенциала региона требует проведения ряда исследований с целью описания портрета потребителя,

имеющегося опыта путешествий и выявления потребительских предпочтений относительно услуг внутреннего туризма для принятия управленческих решений.

Ученые определили структуру распределения туристов в зависимости от частоты и длительности путешествия по Красноярскому краю (рисунок 1). Поездку в течение дня предпочитают организовывать чаще всего 1-2 раза в месяц (31% туристов) и каждую неделю 23% туристов. На Weekend чаще всего отправляются 1 раз в несколько месяцев (39% туристов), в праздничные дни - 1-2 раза в год (41% туристов). Частота поездок в длительный отпуск более 7 дней в Красноярском крае реже, чем в общей структуре, по данной модели отдыха предпочитают путешествовать реже, чем 1 раз в год более половины туристов (52%).

Рисунок 1 – Структура распределения туристов в зависимости от частоты и длительности путешествия по Красноярскому краю

В качестве объекта производственной практики является туристическое агентство «Регион 24 ТУР», расположенное по адресу: г.Красноярск, ул.Сурикова, д.12, строение 6.

«Регион 24 ТУР» - туристическая компания, предоставляющая полный комплекс туристических услуг.

Первостепенным принципом работы «Регион 24 ТУР» является индивидуальный подход к каждому клиенту компании, а основной целью деятельности компании является полное удовлетворение пожеланий клиента и качественное выполнение предоставляемых туристических услуг с учетом учитывать потребности каждого отдельного туриста, его личные предпочтения, интересы, финансовые возможности и специфику избранного.

«Регион 24 ТУР» это:

- стабильное положение на туристическом рынке;
- профессионализм сотрудников компании;
- индивидуальный подход к каждому туристу;
- широкий выбор туристических программ;
- организация индивидуальных и групповых паломнических поездок;
- качественный сервис на всех этапах туристического пути;
- перевозка туристов рейсами только самых надежных авиакомпаний;
- широкий выбор номеров в лучших отелях Греции (от 2* до 5*) и апартаментов;
- услуги профессиональных русскоговорящих гидов (Греция) и сопровождение священнослужителей (для паломников);
- гарантированное качество предоставляемых туристических услуг.

«Регион 24 ТУР» организует поездки различной направленности и тематики. Компания не только обеспечивает проезд с любой целью, но и помогает оформить документы для поездки в Грецию, Европу, Азию, Америку.

Список использованных источников

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм. Учебник / А.Ю. Александрова. - М.: КноРус, 2016. - 460 с.
2. Арбузова, Н. Ю. Технология и организация гостиничных услуг / Н.Ю. Арбузова. - М.: Академия, 2020. - 224 с.
3. Асанова, И. М. Деятельность службы приема и размещения / И.М. Асанова, А.А. Жуков. - М.: Academia, 2017. - 288 с.
4. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия. Учебник / Л.В. Баумгартен. - М.: Юрайт, 2016. - 340 с.
5. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства. Учебник / Л.Г. Березовая. - М.: Юрайт, 2015. - 480 с.
6. Бессараб, Д. А. География международного туризма. В 2 частях. Часть 2. География видов туризма / Д.А. Бессараб, Л.В. Штефан. - М.: ТетраСистемс, 2019. - 224 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/328331>