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/336680

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Туризм

Содержание

Введение 3
1 Характеристика деятельности организации 5
2 Анализ офиса организации 6
3 Анализ должностных обязанностей сотрудников туристской организации 8
4 Анализ рабочего дня специалиста 10
5 Самофотография рабочего времени 12
6. Анализ и модификация тура компании 14
Заключение 23
Список использованных источников 25

Введение

Одна из основных целей любой туристической фирмы — определение потребностей клиента и их удовлетворение. Если уметь правильно оценить запросы потребителя, можно создать продукт с меньшими затратами денег, времени и сил. Люди, которые участвуют в организации путешествий, должны понимать своих клиентов, знать их боли, страхи и желания. Только в этом случае конкретная услуга будет соответствовать ожиданиям потребителей.
Организатор туров должен вникнуть в психологию клиента и попытаться ответить на вопросы: почему человек путешествует, что мотивирует его отправляться в другую страну и заставляет обращаться в турфирму, а не готовить поездку самостоятельно? Если туроператор — будет это знать, он сможет:
1) Повысить качество продуктов. Когда создается то, что покупателю не нужно, деньги и время уходят впустую. Услуга должна точно соответствовать запросу клиента.
2) Уменьшить объем трудозатрат. Чем лучше вы понимаете покупателя, тем проще выстраивать с ним диалог.
3) Снизить расходы на маркетинг. Маркетинговые исследования, реклама и оценка ее эффективности стоят больших денег. Но они не принесут пользы, если вы неправильно определите свою аудиторию и ее болевые точки.
4) Увеличить число возвращающихся клиентов. Человек, который купил продукт у вас, и он ему понравился, вернется за новой услугой. Ему проще заплатить фирме, которой он доверяет, чем самому организовывать отпуск.
Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что для любого предприятия, работающего на рынке предоставления туристических услуг- разработка нового туристического продукта является одним из направлений расширения бизнеса и завоевания наибольшей доли рынка, а это является важнейшим фактором в повышении конкурентоспособности туристической организации.
Целью практики по получению профессиональных знаний и умений является исследование и анализ организации управления предприятием, углубление и закрепление теоретических знаний, умений и навыков при решении актуальных задач управления, углубление профессиональных навыков менеджера по выполнению конкретных функций деятельности организации.
Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:
- характеристика деятельности организации;
- провести анализ офиса организации;
- провести анализ должностных обязанностей сотрудников туристской организации;
- провести анализ рабочего дня специалиста;
- сделать самофотографию рабочего времени;

- провести анализ и модификация тура компании.
Проанализировав учебную литературу, можно сделать вывод, что данная тема не является достаточно изученной и требует дальнейшего рассмотрения.

1 Характеристика деятельности организации

Проведем анализ туристической фирмы ООО «Тройка» в г. Череповец. Основные характеристики компании представлены в таблице 1.
Таблица 1 - Основные характеристики компании ООО «Тройка»
Наименование показателя Характеристика
Полное наименование организации ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ТРОЙКА"
ОГРН 1153528003617
Дата присвоения ОГРН от 16 марта 2015 г.
ИНН 3528226996
КПП 352801001
Уставной капитал 12 500 рублей
Юридический адрес 162605, Вологодская область, г Череповец, ул Тимохина, д. 4, кв. 1
Генеральный директор Моисеев Михаил Сергеевич
Компания была организована в 2015 году.
Анализируемая компания предоставляет туры не только по России, но и за рубежом.
Благодаря богатому опыту и любви к делу, творческая команда ООО «Тройка» создает качественные и интересные программы по культурно-познавательному и оздоровительному туризму и с каждым годом расширяет их ассортимент. Поэтому наши клиенты путешествуют с нами снова и снова и рекомендуют нас друзьям.

2 Анализ офиса организации

Проведем анализ офиса ООО «Тройка». Рассмотрим основные составляющие:
1. Наличие вывески, соответствующей требованиям законодательства.
Перед служебным зданием фирмы находится вывеска, на которой размещены следующие сведения: полное наименование фирмы и адрес его места нахождения в соответствии с Уставом общества, а также режим работы.
2. Функционирование сейфа для складирования денежных средств, формуляров строгой отчетности (БСО «Туристская путевка», бланки авиабилетов) и трудовых книжек.
3. Нахождение оборудованных рабочих мест для сотрудников.
4. Техническое снабжение оперативной деятельности:
- средства связи, включая факсимильную связь;
- ноутбуки;
- множительная и копировальная электроника (ксерокс, сканер, принтер);
- технические средства для выполнения кассовых операций.
5. Наличие стульев (кресел) для обслуживаемых клиентов.
6. Наличие мест для ждущих клиентов.
7. Базовые средства тушения пожаров и нужная информация:
- Огнетушители;
- План эвакуации из здания в моменте пожара с указанием мест складирования огнетушителей;
- Табличка с разъяснением ответственного административного лица за противопожарную безопасность здания.
8. «Уголок потребителя»
Рассмотрим основные достоинства в мете расположения ООО «Тройка».
- здание небольшое - 30 кв. м, имеет отдельный вход;
- имеет вывеску. Помещение небольшое, но вывеска должна быть огромная, красочная и стильная;
- наличие выделенной линии Интернета и двух телефонных линий;
- наличие близлежащей парковки;
- месторасположение в многолюдном месте, недалеко расположен большим торговым центром.
Проанализируем спецоборудование, применяемое в компании «Тройка».

Компьютер — это цифровой прибор, который руководит информацией или сведениями. Он приобретает способность внедрять, сортировать, хранить и вынимать информацию.
Его можно применить компьютер для переноса, формирования документов, переправки электронной почты, показа веб-страниц. Также его надо применить его для написания документов, формирования презентаций, цифровых таблиц, и даже видео.
Серверы. Сервер — это мощный компьютер, сохраняющий громадный размер информации и передающий ее на иные компьютеры в сети.
Принтеры. Несмотря на ожидание безбумажных офисов в будущем, эта эпоха еще не наступила. Необходимо распечатывать все виды деловой документации, будь то приказы, указания, счета-фактуры, письма или иные документы.
Многофункциональные устройства может сэкономить место, сократить затраты на энергию и увеличить производительность за счет интеграции традиционных офисных функций печати, отправки факсов, сканирования и копирования в одном устройстве. МФУ продолжают снижаться в цене, улучшая свои возможности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1) Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие/А.Ю. Александрова – М.: Аспект Пресс, 2020-257с.
2) Александрова, А. Ю. Тематические парки мира / А.Ю. Александрова, О.Н. Сединкина. - М.: КноРус, 2016. - 208 с.
3) Арбузова, Н. Ю. Технология и организация гостиничных услуг / Н.Ю. Арбузова. - М.: Академия, 2020. - 224 с.
4) Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учебное пособие/И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2019-452с.
5) Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства / М.В. Виноградова и др. - М.: Дашков и Ко, 2020. - 280 с.
6) Бикмурзин, Павел Исадыкович Деловое Общение / Бикмурзин Павел Исадыкович. - Москва: Наука, 2017. - 525 с.
7) Гостиничный и туристический бизнес. / Под ред. Чудновского А. Д. – М: ТАНДЕМ, ЭКМОС, 2019. -247с.
8) Ильина Е. Н. Туропрейтинг: организация деятельности/Е.Н.Ильина. – М: Финансы и статистика, 2018-489с.
9) Квартальнов В.А. Туризм: Учебник/В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2018-547с.
10) Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для академического бакалавриата / Л. К. Комарова; отв. ред. В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 194 с.
11) Каменец, А. В. Технологии организациии культурного туризма / А.В. Каменец, М.С. Кирова. - М.: Мосиздатинвест, 2016. - 128 с.
12) Комаров, Н. М. Инновации в сервисе: использование инфографии. Учебное пособие / Н.М. Комаров, В.О. Чулков. - М.: Солон-Пресс, 2019. - 124 с.
13) Мингьюр Йонге «Будда, мозг и нейрофизиология счастья. Как изменить жизнь к лучшему. Практическое руководство»
14) Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2019. — 384 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/336680