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/79578>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Авиатранспорт

Введение 3

Авиакомпания Россия 4

Структура, задачи и функции службы бортпроводников 10

Заключение 20

Список литературы 21

Введение

Пассажирские авиаперевозки, относящиеся к сфере услуг, производят продукт, который в отличие от продукта промышленной сферы неосязаем, поэтому его тяжелее обменивать и продвигать на рынке. Критерием оценки качества продукта является, в первую очередь, эмоциональная реакция клиента. В целом чартерные авиаперевозки напрямую зависят от уровня расходов своих клиентов - для пассажирских авиакомпаний источником поступления денежных средств является клиент.

Авиакомпания Россия

Акционерное общество «Авиакомпания «Россия» входит в состав Группы «Аэрофлот» и является на сегодняшний день одним из крупнейших авиаперевозчиков России.

В 2018 году авиакомпания «Россия» перевезла 11,1 миллионов пассажиров, закрепив за собой место в тройке лидеров по данному показателю в гражданской авиации РФ.

Компания ежегодно занимает ведущие позиции в рейтинге регулярности выполнения рейсов, публикуемом Федеральным агентством воздушного транспорта РФ (Росавиация), и является одним из самых пунктуальных отечественных авиаперевозчиков.

Основным городом регистрации авиакомпании «Россия» исторически является Санкт-Петербург. Компания базируется в аэропорту Пулково (Санкт-Петербург), Внуково и Шереметьево (Москва).

Современный парк воздушных судов, постоянное совершенствование стандартов сервиса, оптимальное сочетание цены и качества и, главное, команда профессионалов, обеспечивающих надежность полетов, – это те основополагающие принципы, на которых основана работа компании.

Авиакомпания «Россия» – это ответственный работодатель для более 7 тысяч сотрудников, объединяющий лучшие практики и традиции отечественной гражданской авиации, а также слаженные и высокопрофессиональные коллективы в разных регионах страны.

3

Одной из приоритетных задач авиакомпании является развитие транспортной доступности регионов и повышение мобильности населения страны. Предлагая широкую маршрутную сеть полетов как по России, так и за рубеж, компания создает возможности удобного планирования путешествий – будь то деловые встречи или поездки к родственникам, отдых на жарких курортах или активный спортивный туризм.

Маршрутная сеть авиакомпании «Россия» насчитывает более 130 внутрироссийских и международных направлений полетов, включая социально востребованные направления Дальнего Востока (Владивосток, Петропавловск-Камчатский, Южно-Сахалинск, Магадан и Хабаровск), Юга и черноморского побережья России. С 2018 года авиакомпания «Россия» участвует в программе социальных перевозок по доступным «плоским» тарифам, реализуемой ПАО «Аэрофлот» на дальневосточных направлениях страны.

Развитию маршрутной сети туристических направлений «России» из разных регионов страны способствует сотрудничество с одним из ведущих российских туроператоров – компанией «Библио Глобус».

Флот компании состоит из современных воздушных судов: Boeing 747, Boeing 777, Boeing

737NG, Airbus A320 и Airbus A319. Начиная с 2016 года в компании реализуется программа по обновлению флота и салонов воздушных судов. Также в ходе масштабной программы ребрендинга внешнего облика самолетов была внедрена традиция присвоения имен воздушным судам в честь крупных, а также имеющих историко-культурное или социально-экономическое значение российских городов. Первый самолет в новой ливрее получил имя «Санкт-Петербург». Полный список наименований воздушных судов авиакомпании представлен в разделе Флот.

Фирменный стиль АО «Авиакомпания «Россия» получил свое нынешнее визуальное воплощение в ходе полномасштабной программы ребрендинга, проводившейся с 2016 года. Стратегическое значение ребрендинга в деятельности и развитии авиакомпании было обусловлено новым позиционированием «России» как общефедерального и крупнейшего регионального перевозчика с несколькими городами присутствия и аэропортами базирования.

Основной задачей нового фирменного стиля стало формирование яркого, узнаваемого, запоминающегося, наполненного смысловой коммуникацией визуального образа авиакомпании. Большое значение было уделено преемственности по отношению к предыдущему логотипу и одновременно приданию ему новых современных черт. Фирменный знак выполнен в виде инверсионного следа от самолета, что подчеркивает динамичный характер обновленного бренда. В основе фирменного паттерна ливреи воздушного судна лежит образ турбины, складывающийся из отдельных элементов, внешне напоминающих лопасть двигателя.

С 2017 года в АО «Авиакомпания «Россия» реализуется Программа инновационного развития компании на период до 2025 года. Программа разработана в соответствии с перспективными планами развития АО «Авиакомпания «Россия», синхронизирована со стратегическими, плановыми и программными документами Группы «Аэрофлот» и включает систему проектов и основных показателей эффективности их реализации как составляющую достижения высоких результатов по всем направлениям деятельности. По состоянию на 01.07.2019 в авиакомпании «Россия» эксплуатируется 62 воздушных судна: 21 Airbus A319, 6 Airbus A320, 16 Boeing 737, 10 Boeing 777 и 9 Boeing 747.

Airbus A319

Длина самолета 33,84 м

Размах крыла 34,1 м

Число мест 128/138

Макс. взлетный вес 70000/75500 кг

4

Крейсерская скорость 840 км/ч

Макс. высота полета 11800 м

Макс. дальность полета 6850 км

Airbus A320

Длина самолета 37,57 м

Размах крыла 34,1 м

Число мест 168

Макс. взлетный вес 77000 кг

Крейсерская скорость 840 км/ч

Макс. высота полета 11800 м

Макс. дальность полета 6150 км

Boeing 737-800

Длина самолета 39,47 м

Размах крыла 35,8 м

Число мест 168/189

Макс. взлетный вес 79015 кг

Крейсерская скорость 852 км/ч

Макс. высота полета 12500 м

Макс. дальность полета 5765 км

Boeing 777-300/-300ER

Длина самолета 73,9 м
Размах крыла 60,9/64,8 м
Число мест 373/457
Макс. взлетный вес 299370/351530 кг
Крейсерская скорость 905 км/ч
Макс. высота полета 13100 м
Макс. дальность полета 11135/14594 км
Boeing 747-400

Длина самолета 70,6 м
Размах крыла 64,4 м
Число мест 447/522
Макс. взлетный вес 396890 кг
Крейсерская скорость 913 км/ч
Макс. высота полета 13100 м
Макс. дальность полета 13450 км

Целями деятельности являются:

- 1) удовлетворение потребности физических и юридических лиц в воздушных перевозках и иных связанных с воздушными перевозками услугах;
- 2) получение прибыли.

Таким образом, деятельность включает в себя все виды деятельности, типичные для российских авиакомпаний.

Организационная структура разрабатывалась с целью решения отдельных или всех из нижеприводимых задач: проведение в жизнь стратегических целей, обеспечение безопасных и эффективных полетов, обслуживание клиентуры, руководство деятельностью и мотивация служащих.

Организационная структура представлена на рис. 1. Компания имеет линейнофункциональную организационную структуру

1. Российский источники

Официальные документы

- 1.1 Воздушный кодекс РФ
- 1.2 Наставление по производству полетов ГА-85.
- 1.3 НТЭРАТ ГА-93.
- 1.4 Руководство по производству полетов Авиакомпании.

2. Книги:

1. Авиатранспортный маркетинг/ Е.В. Костромина; НОУ "Высш. Коммер. Шк. "Авиабизнес". -М.: НОУ ВКШ "Авиа-бизнес", 2003. - 384с.
2. Архипов В.М. Подготовка кадров на предприятии. - М.: 1977.-64с
3. Базаров Т Управление персоналом. Учебник для вузов,- Юнити 2006
4. Беляцкий Н.П.Управление персоналом: Учебное пособие,- Книжный дом", 2005
5. Гурье Л.И. Профессиональное образование во Франции. - Казань, 1993. - 204с.
6. Джонсон Д.Методы обучения. Обучение в сотрудничестве Издательство: "Экономическая школа", 2001
7. Линдон Ларуш. Нынешнюю систему ничего не спасет /Шиллеровский институт науки и культуры. Бюллетень № 8. 1998.
8. Лукашевич В.В. Основы менеджмента: Учебное пособие. - М.: Национальный институт бизнеса, 2003
9. Магура М Обучение персонала как конкурентное преимущество,- Управление персоналом Журнал" 2004
10. Минзов А.С. Концепция индивидуального обучения в телекоммуникационной компьютерной образовательной среде// Дистанционное образование. - 1998.- № 3.
11. Мерлин В.С. Психология индивидуальности.- М. -Воронеж, 1996.
12. Минзов А.С. Проблемы обучения с использованием Интернет //Материалы Всероссийской научно-методической конференции ИОЛ-99 института "Открытое общество". - С.-Петербург, 1999.

13. Маркетинг: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. - М.: Гуманит. изд. Центр ВЛАДОС, 2003. - 352с.
14. Пассажир - главная забота аэропорта / М. Грейдин // Аэрокосмический курьер. - 2004. - №4. - с.71-72.
15. О.С. Виханский, А.И. Наумов "Менеджмент". Москва "Экономист" 2005 г.
16. Семенов А.К., Набоков В.И. Основы менеджмента: Учебник – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2008
17. Ф. Котлер "Основы маркетинга", пер. с англ.В.Б. Боброва, Изд – во Министерства печати и информации РФ, Санкт-Петербург, 2004 г.
18. Управление персоналом организации. Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2005
19. Финансовые Известия Рейтинг@Mail.ru HotLog
20. Хлопова Т.В. Эффективность методов профессионального обучения персонала российских предприятий // Пробл. прогнозирования. 2003 №4
21. Шлендер П.Э.Управление персоналом: Учеб. пос,- Юнити, 2005
22. Шнайдер Б., Шмитт Н Персонал для организации: научный подход к поиску, отбору, оценке и удержанию сотрудников,- Экономическая школа 2004
23. Экономика авиакомпании в условиях рынка: 5-е испр. и доп. изд., / д-р экон. наук, профессор Е.В. Костромина; НОУ "Высш. Коммер. Шк. "Авиабизнес". -М.: НОУ ВКШ "Авиабизнес", 2005. - 344с.

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/79578>