

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/gotovye-raboty/otchet-po-praktike/28572>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Менеджмент социально-культурной сферы

Содержание

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Комплексный анализ деятельности предприятия 6

1.1. Сфера деятельности предприятия 6

1.2. Основные направления деятельности предприятия 8

1.3. Цели и задачи предприятия, миссия 9

1.4. Система управления 10

1.5. Кадры предприятия 11

1.6 Характеристика экономической части организации 14

2. Анализ рынка деятельности предприятия 22

3. Анализ маркетинговой деятельности предприятия 26

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 39

Список литературы 41

Приложение 1 43

ВВЕДЕНИЕ

Современная наука рассматривает туризм как сложную социально-экономическую систему, в которой функционирует множество предприятий, участвующих в процессе обслуживания туристов. Основой этой системы, безусловно, являются туристские фирмы, занимающиеся производством туристского продукта. Туризм в России на сегодняшний день подвержен двум сильнейшим разнонаправленным факторам влияния. С одной стороны, это сложная и нестабильная обстановка в экономике страны, снижение платежеспособности населения. С другой стороны, этот же фактор, а также блокирование таких популярных туристических направлений как Турция и Египет, ведут к тому, что объем внутреннего туризма в стране имеет тенденцию к увеличению. Согласно данным АТОР (Ассоциации туроператоров), рентабельность бизнеса в туроператорском сегменте значительно снизилась в последние годы. Если в 2008 году она составляла порядка 5%, то в 2013-2014 годах она снизилась до 2%. Это логично привело к сокращению количества игроков на рынке – по результатам 2015 года, не менее, чем на 30% в общем; количество туроператоров, предположительно, на 10%. С определенной точки зрения, это можно рассматривать как санацию рынка, которая позволит обеспечить более высокую его стабильность. Тем не менее, не следует ожидать значительного роста рентабельности бизнеса, что осложняет деятельность оставшихся игроков. Также, согласно АТОР, в 2015 году количество туристов в некоторых регионах страны сократилось почти на 80%, количество компаний, работающих в выездном туризме – почти на треть; число программных вылетов в некоторых региональных городах сократилось на 30-55%. Это означает возвращение схемы путешествий через Москву, что неизбежно приведет к существенному повышению стоимости путевок.

Данная ситуация ожидаемо должна привести к росту внутреннего туризма. Однако, несмотря на относительно невысокую стоимость внутренних туров, в стране отсутствует «поточный» туристический продукт. Среди наиболее популярных и имеющих высокий потенциал роста спроса направлений специалисты называют: Черноморское побережье Крыма и Краснодарского края, Сибирь, Предуралье, Северный Кавказ, Татарстан, Транссиб, «Золотое кольцо».

Одним из направлений развития туризма в России является въездной туризм. Это направление требует активного освоения: на территории страны на сегодняшний день действуют представительства 43 иностранных министерств по туризму, в то время как аналогичных представительств России за рубежом не существует. Тем не менее, первые шаги уже осуществляются. Например, в рамках одной из крупнейших на азиатском рынке Международной туристической выставки Beijing International Tourism Expo-2016 прошел первый этап презентационного тура Russian Tourism Road Show Visit Russia, направленный на стимулирование туристического потока из КНР. Вообще, необходимо отметить, что с 2015 по 2015 туристический поток из Китая в Россию ежегодно рос в среднем на 40%. В 2015 году Россию посетили более

1 миллиона жителей Китая.

По прогнозам перевозчиков, в 2016 году Черноморское побережье России посетят около 7,2 миллионов человек. К основным трендам последних лет следует также отнести отказ россиян от пакетных туров. Самостоятельное планирование и организация туристических поездок существенно снижает стоимость путешествия. Основным инструментом для развития самостоятельного туризма становится интернет. Рост продаж в сегменте онлайн-трэвел составил за последний год 17%.

Основной целью производственной практики является систематизация и расширение теоретических знаний, полученных ранее при изучении основных финансово-экономических дисциплин и приобретение навыков по финансовому менеджменту в организации. Кроме того, целью практики является использование теоретических навыков, полученных в процессе обучения, в конкретных производственных процессах и ситуациях.

При сборе материалов для написания отчета по практике основными источниками информации стали плановые и отчетные документы, нормативно-справочные материалы, результаты опроса сотрудников организации, должностные инструкции, статистические данные и ряд другой документации.

1. Характеристика деятельности предприятия

1.1. Сфера деятельности предприятия

Полное фирменное наименование на русском языке: Общество с ограниченной ответственностью «Интертрансавиа».

Сокращенное фирменное наименование: ООО «Интертрансавиа».

В настоящее время деятельность организаций в сфере оказания туристических услуг регулируется Федеральным законом от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и подразделяется на туроператорскую и турагентскую деятельность.

Туроператорская деятельность представляет собой деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

К турагентской деятельности относится деятельность по продвижению и реализации туристского продукта.

Компания работает на туристическом рынке как оператор по въездному и выездному туризму. В течение 10 лет совместной деятельности с иностранными и российскими партнерами она зарекомендовала себя как надежная, стабильная, высоко профессиональная и конкурентоспособная компания. В настоящее время мы предлагаем широкий спектр туристических услуг высокого качества, соответствующих малейшим требованиям наших клиентов. Есть также новое направление по организации образовательных туров. Образовательные туры способствуют освоению новой профессии, повышают эффективность программ, изучаемых в учебных заведениях. В отличие от теоретических занятий подобные учебные поездки и стажировки знакомят с опытом, помогают устанавливать личные и деловые контакты. Санкт-Петербург традиционно занимает ведущие позиции в рейтинге туристских дестинаций России в области культурного туризма. Наш город обладает широко развитой туристской инфраструктурой и может стать ярким примером для обучения будущих профессионалов. Поэтому в программу образовательного тура обязательно включены обзорные экскурсии по городу, посещение крупнейших музеев, осмотр средств размещения разных категорий, а также мастер-класс или семинар практико-ориентированной направленности.

Туризм в России на сегодняшний день подвержен двум сильнейшим разнонаправленным факторам влияния. С одной стороны, это сложная и нестабильная обстановка в экономике страны, снижение платежеспособности населения. С другой стороны, этот же фактор, а также блокирование таких популярных туристических направлений как Турция и Египет, ведут к тому, что объем внутреннего туризма в стране имеет тенденцию к увеличению.

Согласно данным Ассоциации туроператоров, рентабельность бизнеса в туроператорском сегменте значительно снизилась в последние годы. Если в 2008 году она составляла порядка 5%, то в 2013-2014 годах она снизилась до 2%. Это логично привело к сокращению количества игроков на рынке – по результатам 2015 года, не менее, чем на 30% в общем; количество туроператоров, предположительно, на 10%. Это можно рассматривать как санацию рынка, которая позволит обеспечить более высокую его стабильность. Тем не менее, не следует ожидать значительного роста рентабельности бизнеса, что осложняет деятельность оставшихся игроков.

Кроме того, деятельность туристических операторов и агентов оказывает влияние на пассажирские перевозки. Учитывая снижение интереса к международному туризму, более востребованным транспортом

становится железнодорожный; доля авиаперевозок снижается.

Культурная среда – один из важнейших приоритетов, определяющих качество жизни в современном городе. Более того, она зачастую лежит в основе нового позиционирования городов и поддерживает их социальную и туристическую привлекательность. В эпоху постиндустриальной экономики сложно переоценить роль креативных индустрий. Без них немыслимо современное общество и современная культура. С каждым годом все большее количество молодых специалистов вовлекается в сферу креативной экономики. Задача представителей государственной власти, бизнеса и исследовательского сообщества — всеми силами способствовать этому процессу. Отправной точкой данной работы является анализ творческой инфраструктуры Санкт-Петербурга как одного из наиболее креативных городов нашей страны. Однако полноценное исследование перспектив развития города невозможно без учета опыта других крупных центров культурной и экономической жизни – мировых столиц, которые добились значительных успехов на пути формирования новой экономики и креативной городской среды.

1.2. Основные направления деятельности предприятия

Сотрудники туристической фирмы ООО «Интертрансавиа» с удовольствием помогут в выборе оптимального маршрута для отдыха или деловой поездки. Менеджеры имеют большой опыт поездок в предлагаемые страны, что позволяет давать достоверную и полную информацию о стране пребывания.

ООО «Интертрансавиа» работает с индивидуальными и корпоративными туристами. Удобные формы оплаты.

Предлагаем широкий спектр услуг:

- оформление заграничных паспортов, страховок, виз;
- бронирование и покупка авиабилетов любых авиакомпаний;
- маршруты по всему миру;
- туры выходного дня;
- туры по России;
- отдых, лечение;
- проведение корпоративных встреч в Ленинградской области;
- услуги страхования;
- путеводители;

Список литературы

1. Вертакова Ю.В., Симоненко Е.С. Управление инновациями: теория и практика: учеб. пособие. – М.: ЭКСМО, 2008. – 432 с.
2. Веснин В. Р. Стратегический менеджмент: учебное пособие. - Москва: Изд-во МГИУ, 2007. - 319 с.
3. Взятых В.Ф. Введение в методологию инновационной деятельности: Учебник.- М.: Европейский центр по качеству, 2002.- 82 с.
4. Волков О.И., Поздняков В.Я. Экономика предприятия (фирмы): Практикум. – М.: Инфра-М, 2003. – 331 с.
5. Волков В.П., Ильин А.И. Экономика предприятия: Учебное пособие. – М.: Новое знание, 2003. – 627 с.
6. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление: учеб. для студентов вузов. – М.: Омега-Л, 2008. – 464 с.
7. Гречишкина М.В., Ивахник Д.Е. Выбор оптимального варианта инвестиций (оптимизационный подход) // Финансовый менеджмент. – 2003. - №3.
8. Ильенкова С.Д. Управление качеством. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 334 с.
9. Косинова Н.Н Концептуальные основы развития системы стратегического управления предприятием/ Н.Н. Косинова // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. - №6. – С. 50-55.
10. Круглова Н.Ю. Основы менеджмента: Учебное пособие.- М.: Кнорус, 2009.- 512 с.
11. Миронова В.С. Прикладной маркетинг: учебное пособие. Курган : Изд-во Курганского государственного университета, 2016. 112 с.
12. Новикова К. В. Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учеб.- метод. пособие / К. В. Новикова, А. С. Старатович, Э. А. Медведева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2013. – 78 с.
13. Попков В.П., Балашов А.И., Мячин Ю.В. Обеспечение устойчивости развития предпринимательских структур на основе инвестиционного планирования. – СПб.: Издательство «Нестор», 2004. – 165 с.
14. Орлов А.И. Принятие решений. Теория и методы разработки управленческих решений. - М.: ИКЦ "МарТ"; Ростов н/Д: Издательский центр "МарТ", 2005. - 496 с.
15. Серпилин А. Подход к стратегии развития предприятия // Управление компанией. – 2001. - № 3.
16. Туровец О.Г., Попов В.Н. Организация производства и управление предприятием: учебник. – М.: ИНФРА-

М, 2005. - 544 с.

17. Хожаев И.С. Классификация инноваций и ее обоснование // Вестник Белгородского государственного технологического университет им. В.Г. Шухова. – 2007. - №9. – С. 34-39.

18. Шамхалов Ф.И. Проблемы развития национальной экономики: финансы, инновации, управление. – Сб. науч. трудов. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. – 135 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://studservis.ru/gotovye-raboty/otchet-po-praktike/28572>