

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/62128>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Туризм

ВВЕДЕНИЕ 3

1 Общая характеристика предприятия 5

2 Организационная структура туристического агентства «TUI Group» 12

3 Основные финансово-экономические показатели компании «TUI Group» 16

4 Маркетинговая деятельность «TUI Group» 19

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 29

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 31

ВВЕДЕНИЕ

Организационно-управленческая практика – это обязательная составляющая образовательного процесса, необходимая для подготовки квалифицированных работников, хорошо ориентирующихся не только в профильной теории, но и в реалиях трудовых будней.

Данный этап обучения осуществляется вне стен вуза – на базе учреждений, соответствующих будущей специальности студента. Перенос учебного процесса в условия, максимально схожие с обстановкой будущей профессиональной деятельностью студента, – обязательный этап на пути получения высшего образования, обусловленный требованиями госстандартов и регламентированный приказом Минобрнауки РФ.

Целью турагентства является удовлетворение потребностей населения, привлечение клиентов, повышение прибыли и имиджа предприятия.

Товары и услуги, предлагаемые фирмой, определяют возможность продаж и получения прибыли. Без товаров и услуг фирме нечего предложить на рынке. Однако необходимо не просто выпускать товары: они должны быть предназначены для конкретного рынка и соответствовать общим целям фирмы.

Туристическое агентство «TUI Group» предоставляет услуги, которые позволяют удовлетворить естественный интерес людей, познакомиться с образом жизни, менталитетом и культурой других стран. Предоставляемые агентством услуги ориентированы, главным образом, на индивидуальных туристов или очень небольшие группы, состоящие из трех-четырёх человек, которые заинтересованы в том, чтобы получить более глубокое представление о реальной жизни за рубежом.

Прохождение практики является важным элементом при подготовке специалиста. Практика дает студенту возможность применить полученные в процессе обучения знания, умения и навыки.

Совместно с руководителем практики был составлен план прохождения практики, который был успешно выполнен.

Задачами организационно-управленческой практики выступают:

- 1) изучение текущей документации организации, необходимой для выполнения задания на практику;
- 2) установление коммуникаций с работающим персоналом и клиентами организации предприятия;
- 3) сбор материалов для выполнения практики;
- 4) ведение дневника практики;
- 5) составление итогового отчета по результатам практики.

1 Общая характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «TUI Group» создано в соответствии с ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» и гражданским кодексом РФ, является коммерческой организацией.

Режим работы круглогодичный: по будням с 10:00 до 19:00, по субботам с 11:00 до 17:00.

Фирма, как турагентство занимается реализацией готовых туров других туроператорских фирм, предоставляя туристам самые разнообразные услуги (туры, экскурсии) во всем мире.

- турагентская деятельность;
- туроператорская деятельность;
- организация лечения и обучения иностранных граждан на территории России и за рубежом;

- реализация железнодорожных, автобусных и авиабилетов;
- организация комбинированных туров, лечебных, семейных, круизных;
- организация морских круизов, экстремальных, спортивных мероприятий в России и за рубежом;
- организация экскурсионных и автобусных туров в России и за рубежом.

Офис расположен в многоэтажном здании, по соседству с различными организациями. Перед входной дверью висит вывеска с названием турфирмы, адресом, телефонами и логотипом.

Внутри офиса имеются места для отдыха клиентов, уголок для детей, где они могут заняться творчеством, предоставляются различные каталоги и фотографии предлагаемых туров.

Для удобной работы сотрудников в наличии есть основные канцелярские принадлежности, которые облегчают многие вопросы, связанные с работой с бумагами, оформлением договоров, составлением различных документов.

Для комфортного самочувствия, как клиентов, так и работников агентства, кабинет оснащен кондиционером.

Туристическая компания оснащена полностью всем необходимым, что позволяет работать оперативно и более эффективно. Агентство имеет несколько телефонных линий, факс, ксерокс, несколько компьютеров, принтер, подключение к локальной сети Internet.

Установленная связь с Интернетом, очень помогает в работе. В фирме предпочитают отправлять заявки на бронирование по e-mail.

Фирма имеет свой сайт где в режиме онлайн эксперты могут ответить на вопросы клиента и принять рассчитав полным пакетом заявку на услугу.

Каталоги путешествий – в них содержатся описания туристических товаров и услуг, иллюстрации, цены.

Каталоги используются туроператорами и турагентами для презентации программы туров

В сегодняшнем мире просто необходимо использовать современные технологические ресурсы. Одним из таких ресурсов является всемирная сеть «Internet».

Погода, цены, описание отелей, связь с деловыми партнерами, мгновенная пересылка документов, on-line бронирование необходимы для быстрой и качественной работы.

Всю информацию о компании и предлагаемых турах можно узнать не только в офисе, но и на собственном сайте компании <https://www.tui.ru/>, так же они имеют страницу в социальной сети <https://vk.com/tuiru>.

Данное рекламное обращение носит информативный характер.

Организация тура через туристическое агентство «TUI Group» включает в себя следующие виды элементов, представленных на рисунке 1.

- 1) Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие/А.Ю. Александрова – М.: Аспект Пресс, 2011-257с.
- 2) Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учебное пособие/И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2003-452с.
- 3) Гостиничный и туристический бизнес. / Под ред. Чудновского А. Д. – М: ТАНДЕМ, ЭКМОС, 2012.-247с.
- 4) Дурович А.П., Компанев А.С. Маркетинг в туризме: Учебное пособие/А.П. Дурович, А.С. Компаев. - Минск: Новое знание, 2014-347с.
- 5) Ильина Е. Н. Туропреитинг: организация деятельности/Е.Н.Ильина. – М: Финансы и статистика, 2011-489с.
- 6) Квартальнов В.А. Туризм: Учебник/В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2003-547с.
- 7) 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, 2018. — 194 с.
- 8) Морозова Е. Я., Тихонова Э. Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы: Учебн. пособие/Е.Я. Морозов. – СПб: Издательство Михайлова В. А., 2012. – 318 с.
- 9) Никитина, О. А. История курортного дела и спа-индустрии: учебное пособие для академического бакалавриата / О. А. Никитина. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 139 с.
- 10) Образовательный туризм в России : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Ю. С. Путрик [и др.]; под ред. С. Ю. Житенёва. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 198 с.
- 11) Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.
- 12) Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник/В.С. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2010. -345с.
- 13) Сухов Р.И. Организация работы туристического агентства: Учебное пособие/Р.И. Сухов. – М.: ИКЦ “Март”,

2005-247с.

14) Тимохина Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов/Т.Л. Тимохина. – М: Книгодел, 2004-357с.

15) Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии: учебное пособие для СПО / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; отв. ред. В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 205 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/62128>