

ЗВІТ З ПРАКТИКИ

Практична підготовка: виробнича практика

(вид і назва практики)

Здобувач фахової передвищої освіти Федоренко Віталій Терентійович
(прізвище, ім'я, по батькові)

Циклова комісія Харчових технологій, готельно-ресторанної справи та туризму

Освітньо-професійний ступінь Фаховий молодший бакалавр

Спеціальність 242 Туризм і рекреація

2 курс ТР-23 група

Оцінка: 75/с.

ПОСВІДЧЕННЯ ПРО ВІДРЯДЖЕННЯ НА ПРАКТИКУ

Здобувач освіти Редоренко В.І.
(прізвище, ім'я, по батькові)

Направляється на Виробничу практику
(вид практики)

до м. Харків Туристична агенція «Жираф Тур»
(назва населеного пункту) (назва підприємства, організації, установи)

Термін практики: з 03.02 по 01.03 2025 р.
(включаючи проїзд туди й назад)

Керівники практики від закладу освіти викладач ЦК ХТГРСТР Тюріна Катерина Олександрівна
(посада, прізвище ім'я, по батькові)

Печатка закладу освіти
Завідувач відділення



Гібкін Кирило Романович
(підпис, прізвище, ім'я, по батькові)

Здобувач освіти Редоренко В.І.
(прізвище, ім'я, по батькові)

прибув на підприємство, організацію, установу

Печатка підприємства, організації, установи " 03 02 2025 року

Директор Малявін Едуард Дмитрович
(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)

Вибув з підприємства, організації, установи

Печатка підприємства, організації, установи " 01 03 2025 року

Директор Малявін Едуард Дмитрович
(посада, прізвище та ініціали відповідальної особи)



1. Календарний графік проходження практики

№ з/п	Назва робіт	Тижні проходження практики				Відмітки про виконання
		1	2	3	4	
1	Ознайомлення здобувачів з програмою практики. Отримання індивідуального та самостійного завдання. Проведення інструктажу з техніки безпеки та охорони праці. Зустріч з базою практики. Оформлення необхідної документації. Ознайомлення з графіком роботи бази практики, розпорядком дня. Ознайомлення з основними 2принципами кадрової політики підприємства (установи, організації), правами та обов'язками працівників, розподілом обов'язків у підрозділах.	+				Виконано
2	Виконання самостійної роботи		+			Виконано
3	Виконання індивідуальної роботи, підготовка та оформлення звіту з практики			+	+	Виконано

Керівник практики:



(підпис)

викладач ЦК ХТГРСТ Катерина ТЮРИНА

(посада, ім'я, прізвище)

2. Характеристика підприємства

Характеристика підприємства (Жираф Тур)

- 1.1 форма власності: приватна власність ; статус підприємства за розміром: малий бізнес;
- 1.2 організаційно-правова форма: ФОП;
- 1.3 установчі документи (статут та інші): свідоцтво про реєстрацію;
- 1.4 ліцензія на право здійснення діяльності: ліцензія присутня (на даний час для здійснення туристичної діяльності ліцензія не потрібна);
- 1.5 організаційна структура підприємства, включаючи структуру підрозділів: директор та менеджер з продажів;
- 1.6 матеріально-технічна база підприємства: особисті обігові кошти;
- 1.7 інноваційні технології підприємства: відсутні;
- 1.8 кадрове забезпечення підприємства: по домовленості + процент від продажів.

3. Самостійна робота

Провести аналіз використання соціальних мереж туристичним підприємством для просування своїх послуг.

Туристична агенція «Жираф-Тур», розташована в Харкові, використовує соціальні мережі як інструмент для комунікації з клієнтами та просування своїх послуг. Основною платформою для взаємодії є сторінка у Facebook, яка має 465 вподобань та активність відвідувачів.

Сильні сторони присутності в соціальних мережах:

- Видимість та доступність: Наявність сторінки у Facebook забезпечує потенційним клієнтам легкий доступ до інформації про послуги агенції, контактні дані та місцезнаходження.
- Зворотний зв'язок: Можливість клієнтів залишати відгуки, коментарі та ставити запитання сприяє покращенню сервісу та підвищенню довіри до компанії.

Рекомендації для покращення присутності в соціальних мережах:

1. Розширення платформи: Окрім Facebook, доцільно створити та активно вести акаунти в інших популярних соціальних мережах, таких як Instagram та TikTok, що дозволить охопити ширшу аудиторію, особливо молодь.
2. Контент-стратегія: Розробити план регулярних публікацій, включаючи:
 - Огляди турів: Детальний опис доступних напрямків, програм та особливостей подорожей.
 - Фотозвіти та відео: Публікація матеріалів з реальних поїздок клієнтів (за їхньої згоди) для демонстрації якості послуг.
 - Корисні поради: Інформація про підготовку до подорожей, пакування валіз, оформлення документів тощо.

○ Акції та спеціальні пропозиції: Оголошення про знижки та вигідні умови для підписників.

3. Взаємодія з аудиторією: Активно відповідати на коментарі та повідомлення, проводити опитування, конкурси та розіграші для підвищення залученості підписників.

4. Реклама та таргетинг: Використовувати інструменти платної реклами в соціальних мережах для залучення нових клієнтів, налаштовуючи таргетинг на цільову аудиторію за географією, інтересами та поведінкою.

5. Співпраця з інфлюенсерами: Залучення місцевих блогерів та лідерів думок для просування послуг агенції через їхні платформи.

Удосконалення стратегії використання соціальних мереж дозволить «Жираф-Тур» підвищити впізнаваність бренду, залучити нових клієнтів та зміцнити лояльність існуючих, що сприятиме зростанню бізнесу та конкурентоспроможності на туристичному ринку.

4. Індивідуальне завдання

Формування програми для туру, спрямованого на вивчення історії, мистецтва та культури конкретної країни або регіону.

Програма туру, спрямованого на вивчення історії, мистецтва та культури конкретної країни, є прикладом змістовного, інтелектуального відпочинку, що поєднує пізнання з естетичним досвідом. Такий тур формує глибше уявлення про національну ідентичність, традиції, цінності народу та культурну спадщину, допомагає туристам не лише побачити, а й зрозуміти країну в її історичному та мистецькому контексті.

Для прикладу можна розглянути тижневу культурно-історичну подорож до Італії — країни, яка стала колыскою європейського мистецтва, архітектури та епохальних історичних подій. Тур охоплює такі міста як Рим, Флоренція та Венеція — кожне з яких несе в собі унікальну атмосферу і багатовікову культурну спадщину.

У перший день учасники прибувають до Риму, поселяються в готелі та вирушають на вечірню екскурсію містом. Туристи мають змогу побачити Колізей, Форум, П'яцца Венеція, Пантеон та фонтан Треві. Вечір завершується вечерею в автентичному італійському ресторані з коротким вступом гіда про історичний розвиток Італії як центру західної цивілізації.

Другий день присвячений Ватикану. Учасники відвідують Собор святого Петра, Музеї Ватикану та Сікстинську капелу, де знайомляться з творчістю Мікеланджело, Рафаеля, Браманте. Гід розповідає про вплив церкви на розвиток мистецтва, політики та філософії в Європі. Ввечері проводиться тематична лекція-дискусія у готелі з елементами інтерактиву.

На третій день туристи переїжджають до Флоренції — міста епохи Відродження. Вони відвідують галерею Уффіці, кафедральний собор Санта-Марія-дель-Фіоре, міст Понте Веккьо, а також площу Синьйорії. У другій половині дня запланований візит до майстерні сучасного художника або скульптора, де відбувається майстер-клас або творча бесіда. Вечеря

організовується в стилі «тосканської традиції», супроводжена музикою та дегустацією регіональних вин.

Четвертий день — день екскурсії до Пізи або Сієни з історичним оглядом архітектурних стилів, ролі міст-держав у розвитку Італії, знайомством з історіями середньовічних родин і місцевих традицій. Увечері учасники мають вільний час для прогулянок містом, відвідування книжкових крамниць, галерей або театру.

П'ятий день присвячений Венеції — місту на воді, що вражає своєю атмосферою, готичною архітектурою, історією морської республіки. Туристи відвідують площу Святого Марка, Палац дожів, мост Ріальто, прогуляються на гондолі каналами міста. Заплановано візит до Музею мистецтва Пеггі Гугенхайм і ознайомлення з венеційським мистецтвом ХХ століття. Вечір проходить у камерній атмосфері на одному з концертів живої класичної музики.

Шостий день — вільний для самостійного вивчення міста, відвідування додаткових музеїв або виставок, підкріплений консультаціями гіда. Увечері організовується підсумкова зустріч з культурною програмою, врученням сертифікатів учасникам та обговоренням вражень.

Сьомий день — трансфер до аеропорту і від'їзд додому.

Висновки

Проходження виробничої практики стало важливим етапом у підготовці до професійної діяльності, оскільки дозволило поєднати теоретичні знання, здобуті під час навчання, з практичними навичками у реальних умовах роботи туристичного підприємства. У процесі практики було поглиблено розуміння основ організації туристичної діяльності, вивчено структуру підприємства, його функціонування, принципи взаємодії з клієнтами, партнерами та постачальниками послуг.

Особливу увагу було приділено роботі з документацією, складанню туристичних маршрутів, підбору готельної бази, транспортного обслуговування, організації екскурсійних програм. Крім того, вдалося на практиці ознайомитися з маркетинговими підходами до просування турпродукту, особливостями обслуговування клієнтів, прийомами ефективної комунікації та застосуванням сучасного програмного забезпечення в туристичній сфері.

Практика сприяла розвитку професійних компетентностей, зокрема аналітичного мислення, відповідальності, пунктуальності, ініціативності, здатності до командної роботи та оперативного прийняття рішень. Практичний досвід дозволив оцінити власну підготовку, виявити напрями для подальшого вдосконалення та визначити сферу професійних інтересів.

Загалом виробнича практика підтвердила актуальність обраної професії, надала впевненості в правильності професійного вибору та стала стимулом для подальшого навчання, саморозвитку й успішної реалізації в туристичній галузі. Отримані знання та навички стали цінною основою для формування конкурентоспроможного фахівця в умовах сучасного ринку туристичних послуг.

Список використаних джерел

1. Винокуров Є. О., Савельєва Л. М. Туристичне обслуговування: навч. посіб. Київ: Кондор, 2020. 228 с.
2. Голубєва Т. І. Управління туристичною діяльністю: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 264 с.
3. Коблякова А. І. Професійна підготовка фахівців у сфері туризму: сучасні виклики та тенденції // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Туризм. 2022. № 15. С. 89–95.
4. Раєвнєва О. В., Суханова А. О. Організація роботи туристичного підприємства в умовах сучасного ринку: теорія і практика: монографія. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. 312 с.
5. Штанько І. І. Актуальні аспекти практичної підготовки студентів спеціальності «Туризм» // Молодий вчений. 2021. № 3 (91). С. 118–121. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-3-91-25>