

Практичні рекомендації для учнів групи 24

Майстер Войтенко О.І.

Професія: Агент з організації туризму

Тема 2. Самостійне виконання робіт агента з організації туризму

2.9 Робота в мережі Інтернет

Мета уроку

Навчальна: ознайомити учнів з роботою в Інтернеті

Виховна: виховувати в учнів відповідальність, точність, пунктуальність

Розвивальна: розвивати логічне мислення і пізнавальний інтерес учнів до обраної професії.

В даний час туризм є галуззю економіки України, яка динамічно розвивається, найважливішим чинником, що сприяє підвищенню якості життя населення. Він забезпечує створення нових робочих місць. Кошти, вкладені державою в цю сферу, дають не тільки прямий дохід, а й опосередковано впливають на економіку країни, сприяючи розвитку її інфраструктури. Крім того, міжнародний туризм зміцнює міжнаціональні контакти і залучає іноземні інвестиції.

Успішний розвиток туризму неможливий без реклами і просування туристичного продукту. Здійснюючи діяльність з просування свого туристичного продукту, туристичних підприємств наполягають на збільшенні обсягів реалізації свого продукту, поліпшення іміджу і зміни споживчих звичок у потрібному напрямку, що забезпечує зростання обсягу продажів в довгостроковій перспективі.

Рекламні матеріали підкріплюють думку туриста про роботу туроператора, якість обслуговування перевізника і готелю. Споживач відчуває задоволення, коли отримує підтвердження того, що зробив правильний вибір. Це збільшує ймовірність повторного звернення до туристичної фірми.

В якості носіїв інформації з просування туристичних продуктів підприємства туристичної галузі традиційно використовують періодичні видання, радіо, телебачення. Однак з кожним роком все більшого значення отримує Інтернет, як носій туристичної інформації.

Під терміном «Інтернет» в даний час розуміють:

- глобальну комп'ютерну мережу, багаторівневу комунікаційну модель здійснення інтерактивних мережевих процедур з використанням діалогових інформаційних мультимедійних засобів;
- комп'ютерну інформаційну середу комунікативної взаємодії фізичних і юридичних осіб;
- сучасну різновид засобів масової інформації;
- ринкове середовище, електронну сферу здійснення обміну, купівлі-продажу і реклами товарів і послуг в середовищі World Wide Web з використанням мультимедійних ресурсів;
- засіб спілкування людей.

Інтернет відкриває для користувача наступні можливості:

- доступ до гігантського інформаційного простору, який містить практично всі напрямки діяльності людини;
- швидкий і зручний доступ до різних довідкових матеріалів: каталогами, довідниками, енциклопедіями та ін .;
- використання можливості дистанційного навчання, а також різних освітніх програм;
- можливість доступу до зручною і дешевої системі комунікації (електронна пошта, цифровий телефонний зв'язок, відеотелефон і т.д.);
- нові можливості у формуванні, просуванні і реалізації товарів і послуг;
- нова ефективна стратегія маркетингу та реклами;
- можливість електронної презентації;
- участь в електронних ярмарках, виставках, біржах, аукціонах і ін .;
- система пошуку оптимальних варіантів вибору і бронювання послуг;
- розважальна функція (музика, кіно, відео, фото, мультиплікація);

- трансферт капіталу і можливість безготівкових дистанційних взаєморозрахунків;
- система віртуального офісу;
- робота в оперативному режимі 24 години на добу, 365 днів у році і ін.

Більшість з перерахованих вище можливостей Інтернету в даний час використовується в туристичній сфері. Однак особливий інтерес у туристичних організацій викликають такі форми використання глобальної мережі:

- комунікації і ефективний зв'язок;
- реклама і просування туристичного продукту;
- маркетингові дослідження;
- електронна презентація фірми і її туристичного продукту;
- використання можливостей електронних міжнародних та міжрегіональних туристичних виставок, ярмарків;
- використання системи бронювання і резервування;
- самостійне формування туру і придбання туристичної путівки;
- використання електронних каталогів туристичного продукту по країнах і напрямках;
- отримання країнознавчої інформації, оперативного прогнозу погоди в різних країнах світу, розкладу руху різних видів транспорту;
- отримання оперативної інформації з тарифами і цінами для готелів, ресторанів, різних перевізників і іншим туристичним послугам;
- використання мережі Інтернету для взаєморозрахунку;
- створення віртуального туристичного офісу та ін.

В даний час все більший інтерес туристичних підприємств викликає глобальна мережа як засіб реклами і просування туристичного продукту. Просування в Інтернеті мало чим відрізняється від інших способів просування - ті ж принципи складання форм і видів рекламних та інформаційних повідомлень і їх просування на основі принципів сегментації споживачів. Істотно видозмінюються тільки засоби і способи реалізації.

Головні завдання просування в Інтернеті аналогічні завданням звичайної реклами - поширення, просування бренду, продаж товару або послуги.

Просування в Інтернеті - відкрите оповіщення про товари, послуги або ідеї, яка проводиться з використанням можливостей глобальної мережі: окремих сайтів, каталогів, пошукових систем, періодичних видань, статей, оголошень, гіперпосилань, банерів, рекламних сторінок, інтерактивних роликів, ігор, розсилки за допомогою email і т.д., для досягнення різноманітних цілей.

Таким чином, **просування туристичного продукту в Інтернеті** є одним з найбільш перспективних способів просування послуг туристичних підприємств, як на внутрішньому, так і на міжнародному туристичному ринку з використанням новітніх оригінальних технологій, що дозволяє ефективно досягати поставлених цілей з розповсюдження інформації, просуванню бренду і збільшення обсягів продажів товарів і послуг

В даний час існує тенденція зниження ефективності прямої реклами туристичних послуг в засобах масової інформації. Пошук альтернативних форм реклами призводить туристичні підприємства до думки про необхідність своєї присутності у всесвітній комп'ютерній мережі Інтернет.

Глобальна мережа Інтернет пропонує наступні шляхи просування туристичного продукту:

- просування продукту через створення власного Інтернет-сайту;
- електронна реклама;
- промо-акції в Інтернеті;
- пряма поштова розсилка;
- PR-технології;
- участь в міжнародних виставках і ярмарках в мережі Інтернет.

Найефективніший засіб при формуванні, просуванні і реалізації свого туристичного продукту - це відкриття своєї персональної сторінки

або представництва в Інтернет. У Україні цей метод широко використовується туристичними компаніями.

Переваги соціальних мереж як реклама для туристичного підприємства:

- в соціальних мережах користувачі знаходяться практично цілодобово (з планшетників, мобільних телефонів, нетбуків і інших пристроїв, як удома, так і на роботі, в кафе і барах) вони постійно в онлайн-досяжності;
- соціальні мережі і інтернет плідно замінюють телебачення, газети, традиційні ЗМІ;
- їх можна використовувати для формування бренду та репутації, продажу товарів та продукції, пошуку співробітників;
- тут можлива ефективна комунікація і зворотний зв'язок зі своїми клієнтами;
- сьогодні легше написати в корпоративний акаунт компанії і швидко отримати відповідь, ніж додзвонитися до телефону підтримки - соціальні мережі завжди онлайн і завжди на зв'язку.

ПЕРЕВІРИМО СЕБЕ:

Дати відповідь на питання. Зробити конспект та скинути виконане завдання на електронну пошту: olenka.korostil@ukr.net

- а) Які можливості відкриває мережа Інтернет для користувача?
- б) Просування туристичного продукту в Інтернеті – це?
- в) Назвіть переваги соціальних мереж.

Завдання:

1. Написати визначення туристичне агентство, туристичний оператор та яка між ними різниця.
2. Придумати назву свого туристичного агентства, адресу та написати з якими туристичними операторами співпрацює ваше туристичне агентство.