

在旅行社实习报告（精选5篇）

篇1：在旅行社实习报告

一、实习目的

- 1.完成学校统一要求的参与社会实践活动的任务
- 2.提高自己的导游服务技能，处理好与同事的人际关系，做一个优秀的导游和团队人员。
- 3.通过实习真正意义上接触社会以此来增加生活阅历，更加深入的了解社会，为即将步入社会的自己打下良好的基础
- 4.旅游业近几年得到了高速的发展，在高速发展的同时也出现了一系列的问题，有问题就有机会，通过对旅游行业的不断了解，找到创业的机会。
- 5.通过在旅行社的实习更加具体深切的了解旅行社业的整个工作流程，锻炼自己对所学理论知识的消化应用。
- 6.向旅行社的管理人员多学习一下管理经验。

二、实习内容

- 1.了解旅游地的内外交通、旅游地的环境保护等。
- 2.了解旅行社的服务规程及管理要领。
- 3.了解旅行社的性质，经营业务与管理模式。
- 4.担任地陪工作的导游人员：
- 5.认真做好旅游者在本站的接送服务；
- 6.严格按照接待计划确定游览日程，安排好旅游者的食宿、游览、购物、文娱等活动；
- 7.热情做好导游讲解工作，积极向旅游者介绍和传播中国文化；
- 8.妥善处理好旅游相关服务各方面的协作关系，认真处理旅游者发生的各类问题；
- 9.维护旅游者的人身和财物安全，做好事故防范和安全提示工作。

三、实习单位介绍

xx旅行社是石家庄较早的旅行社之一。一直充分注重对社会的回报与人才的培养。本社多年以来一直以“服务创品牌，满意在非凡”为立社之本，以“信誉、守信、兑诺、前瞻、安全”为服务宗旨，热心为新老客户服务。有着先进的管理理念和管理系统，拥有一批业务熟练、知识广博、经验丰富的管理、销售队伍和训练有素、服务优质。主要经营业务有：中国公民国内旅游、出境旅游、港澳旅游、入境旅游、会务旅游、休闲旅游，民俗旅游、太极旅游等；旅行社自成立以来，始终注重信誉和服务质量，赢得了海内外客户和旅游行政管理部门的好评。

旅行社始终秉承卓越的企业精神与专业的经营态度，扎根于对旅游目的地历史、地理及风土人情的了解，用心规划每一个旅游行程，推广深度旅游概念；配合全面的质量管理体系，从根本上保证顾客对旅程有自由的选择，有幸福的感受

四、实习过程

因为主要是做实习导游的，前几周的主要事情就是熟悉旅行社的各条线路和新导游可能会去带的一些一日游旅游团，这样我不仅将自己以前的导游知识温习了一遍，还积累了一些经验。在此过程中重点就是去熟悉导游业务知识。背导游词，背到滚瓜烂熟，烂记于心是很重要的，而且还不能像背课文一样死记硬背，还必须要有趣味性，要拓展知识链，能够将各种相关知识融会贯通。接下来几周周的时间就是自己独立的带些去西柏坡，天桂山，苍岩山等旅游团。一个月下来得到了领导和同事的一致好评。闲暇时除了给自己充电外，平时也会帮计调们去给客户送些票据之类的东西。当导游带团不是一件容易的事，不仅要有熟练的导游知识、丰富有趣的话题、多样的娱乐项目，还要掌握吃、住、行、游、购、娱整个活动的操作流程。要具备灵活处理突发事件的能力和良好的心理素质。

五、实习心得及体会

通过在旅行社实习，我了解到服务性行业所需要的人才不仅是要有一定的专业知识，更重要的是懂得如何为人处事和接人待物，以及对旅行社顾客的耐心以及责任心，期间我感觉在学校学到的理论知识和自己在工作中实践其实并不是一个概念，我想这也是学校之所以暑假让我们学习的原因，让我们进一步的巩固和理解课堂所学知识，培养和提高我们的能力，理论联系实际，我认为旅游管理专业中实践环节重要的是理论联系实际，提高了我们调查研究，观察问题，分析问题和解决问题的能力和方法，培养在校大学生在社会中的生存及能力。

篇2：在旅行社实习报告

实习地点：x旅行社

实习目的：通过这次实习对旅行社的具体营运与操作、管理等方面有了了解，丰富社会实践经验。

一、xx旅行社总体介绍：

xx旅行社成立于2000年5月，是由一批优秀的管理人员和高素质的导游队伍组成，以现代制度运营的旅游企业，在总经理周海鸥的领导下和淮安各界的关怀与支持下，连续两年〔2022、2022年〕旅游业务销售总额位居全市首位。本社多年以来一直以“效劳创品牌，称心在东方”为立社之本，以“信誉、守信、兑诺、前瞻、平安”为效劳宗旨，热心为新老客户效劳。

二、作为一名合格的导游，必须对自己的工作认真负责。这段时间的旅行社实习，对我来说受益匪浅，这次实习也让我发现书本上的知识与实际问题的差距，对旅行社这一行业有了更深的体会。在实习期间我体会到旅游这个行业中旅行社，社与社之间的竞争、人与人竞争的剧烈程度。在旅游业这样的效劳性行业所需要的人才不仅是要有一定的专业知识，还需要你懂得如何为人处事和接人待物，以及对旅行社顾客的耐心以及责任心。着实更为重要的在实际的过程中我才真正发现自己学识的肤浅，经验的不足，真是学到用时方恨少，我感觉在学校学到的理论知识和自己在工作中实践其实并不是一个概念，我想这也是学校之所以让我们在最后一个学期实习的原因，让我们进一步的稳固和理解课堂所学知识，培养和提高学生的能力，理论联系实际，我认为实践环节重要的是理论联系实际，提高了我们调查研究，察看问题，分析问题和解决问题的能力和办法，培养在校大学生在社会中的生存及能力，在实习期间所学习到的社会经验和团队精神将会使我终身受益。

实习期间我了解到下列几点：

1、了解旅游地的内外交通、旅游地的环境爱护等。

2.了解旅行社的效劳规程及管理要领。

3.了解旅行社的性质，经营业务与管理模式。旅行社是为人们旅行提供效劳的专门机构。旅游活动的开展是旅行社得以生产和开展的前提条件，从行业性质来看，旅行社属于效劳业。为旅游者提供食、住、行、游、购、娱的六方面效劳。从20世纪20年代我国第一家旅行社创建，随着我国国民经济的开展、国家政策的开放与完善，旅游景点的不断开发，我国的旅行社的数量快速增长，并且效劳质量也不断提升。我国的旅行社按照经营业务范围划分为：国际旅行社和国内旅行社。国际旅行社经营入境旅游业务，出境旅游业务和国内旅游业务；国内旅行社专门经营国内旅游业务。

4.旅游资源环境的好坏直接影响旅行社的经营.生态旅游地收入障碍可以是下几种：〔1〕经济与环境的矛盾，这集中体现在门票收入与可容纳游客量的矛盾上。大量旅游者的介入必然对旅游地的生态环境造成威胁，控制游人数量又使经济收益受限。

〔2〕经济水平和产业结构的向限。即在经济兴旺地区,旅游业促动其他行业部门而产出的间接经济效益远远大于旅游直接收入，而生态旅游地通常位于生态条件优越，人工干扰程度低的地方，这些地区大多经济落后，交通不便，生态旅游地由于受经济开展水平和地区

产业结构的局限，对于旅游的强拉动力的反应水平低，最终间接收入低..。

〔3〕旅游收入漏损。由于旅游地经济体系和产业结构不完善，对旅游经营所需要产品的数量、质量供应能力缺乏，需要大量向外购置产品和效劳，致使旅游供应市场为区外经济实体控制。世界上优秀的生态旅游地多位于开展中国家和地区，而开展中国家和地区由于自身的局限，旅游收入的漏损现象尤其普通..。

〔4〕生态旅游环境污染，旅游地乱收费等现象妨碍着旅游业的开展，生态旅游地的诸多收入障碍必然导致分配障碍，造成各利益主体间的矛盾。任何一方利益得不到保障都会带来负面影响，对经营者效劳者分配缺乏会导致决策不合标准，效劳质量下降，欺诈宰客行为增加，败坏旅游地的形象等，对景辨别配缺乏会造成资源环境爱护得不到物质保障，进一步的开发建设无法实施，社区居民参与分配缺乏，旅游地达不到预期的经济开展的目标，而旅游者进入旅游地对自然人文生态的干扰，造成居民与旅游者之间的矛盾纠纷增加，此外，由于生态旅游地居民生活水平低，可能出现伐木，偷猎等现象，造成对旅游资源环境的压力。

下列是我在看的一些材料后，对于中国旅行社的一些想法，首先是完成旅行社在市场中的定位，从而更实际的认清现状与前景然后根据定位确定旅行社开展的主要客源，根据客源的特点创建具有代表性的品牌。稳固旅行社的核心产品的位置，当品牌开始生效后，逐步有规划的拓展旅行社的业务范围，在这一过程中决定成败有如下几个方面的影响因素：网络化的科学技术和现代化的科学的管理办法。

1.市场定位：对市场进行分析调查，认清旅行社在旅游市场中的位置，中国旅游业从80年代兴起，随着经济的开展，旅行社也在不断的向专业化的方向开展，虽然我们完成了开拓阶段，但是如何能够使中国的旅行社在世界崛起，仍然处于一个开展探索阶段，尤其是参加了世界贸易之后中国旅行社更是面临了空前的机遇和挑战。

2.机遇：参加世界贸易组织后，中国的旅行社业也逐渐认清了自身与世界水平的差距因此有助于推动旅行社加快了适应效劳贸易的国际化，汲取国际旅游市场在管理等方面先进经验，从而改善中国旅行社中的一些禁锢的理念增加我国旅行社的竞争力，借鉴国外一些现代信息技术，他为中国的旅行社开辟了一个前景美好的国际市场，这样就可以增加来华人数增强旅游经济的效益..。

3.挑战：对方旅行社的介入，给中国旅行社带来了很大的压力，使得中国的一些中级旅行社在剧烈的竞争中失败后难在崛起，对方旅行社在经营管理方式上的丰盛经验使其拥有了很强的应变能力，对方合资旅行社的数量，会导致行业竞争进一步加剧，客源市场竞争，营销网络，人才的剧烈竞争，外企的优厚待遇，导致人才流失现象，中国信息技术及互联网技术的弱势，使得中国在旅游市场上的竞争力显得较弱。

实习体会：一.加强旅游知识产权的改革。我特别留意报纸杂志上旅行社打出的广告，我发现旅行社虽各异，但各旅行社所列出的旅游路线都几乎相同，在行程用餐、住宿、交通等各方面大同小异。因为旅行社产品的单一相同，导致各旅行社大打价格战，各旅行社都尽

量压低一条线路的价格，这必然会导致效劳质量的下降，而旅行社又不愿去开发新的旅游路线，旅游产品，因为一条新的旅游路线的开发需要大量的人力物力财力，花费本钱很大。而且新的线路开发出去以后很快会被其他旅行社抄袭使用，这样会使旅行社的竞争力减弱，所以加强旅游产权势在必行，还不光是爱护旅行社的权利，更是为了广阔消费者能体现新的惊喜。

篇3：在旅行社实习报告

我叫***，是四川外语专修学院旅游英语的应届毕业生。在毕业的前夕我到自贡阳光旅行社私企进行了实习，以下是我的实习报告。

正所谓“初生牛犊不怕虎”，当我抱着巨大的热忱把学校得来的知识作为试金石，来投入到工作中时，却发觉到处事与愿违。一些小小的生活环节，一些平平经常的琐碎小事，都可以把我整得“鼻青眼肿”。我发觉，实践中的事实都不是学校中可以学到的。有些事情尽管教授们讲到过，但是要做到活学活用，却非一日之功。

后来，通过不断地探究和体会，使我渐渐地领悟到，要想成为一名合格的导游员，需要首先成为一名生活服务员。在国内旅游“吃、住、行、游、购、娱”的六大要素，首先应当满意“吃”、“住”、“行”这三项。由于它们是旅行生活的三根支柱，而这些在学校中是涉及不到太多的知识点的，学校中的知识主要是在“游”的方面。于是，通过细致地观测，不断摸索和实践，更要不断地学习。学习交通知识、机型、车型、火车车次，学习星级宾馆、涉外宾馆的知识，学习各地菜肴的特色和口味，再与四川的菜肴进行比较，这样，就可以向游客进行解说，回答游客提出的相关问题。

通过带团，在熬炼带团技能的同时，也可以丰富感性知识，对各旅游目的地有所了解。再用学校中学得知识加以论证。可以充分领悟旅游的乐趣。祖国的大好河山和悠久的历史、绚烂的文化。起先，客户对我的工作不了解或是不感爱好，而我对这一现状的认识不够，认为通过不断地接触，可以建立起良好的合作关系。但一段时间下来，感到效果甚微。于是，我调整了工作方向，对客户进行分类。分成“重点客户”、“一般客户”、“潜在客户”。针对他们的不同特点，和我与他们的不同的关系进行促销。

我在实习的过程中，既有收获的喜悦，也有一些缺憾。或许是实习日子短和我并非导游专业的关系，对导游有些工作的认识仅仅停留在表面，只是在看人做，听人讲如何做，未能够亲身感受、详细处理一些工作，所以未能领悟其精髓。但是通过实习，加深了我对导游基本知识的理解，丰富了我的旅游学概论知识，使我对旅游学导游有了肯定的感性和理性认识。认识到要做好日常企业导游工作，既要着重导游理论知识的学习，更重要的是要把实践与理论两者紧密相结合。

通过这一阶段的实习，我认识到了自己的不足，我将会在以后的工作学习中更加努力，取长补短，需心求教。我相信自己以后在工作上的表现会更加超卓！不管将来是在什么地方任职，都会全力以赴，活出真我的风采！

篇4：在旅行社实习报告

一、实习概况

(一) 实习时间：2010年7月15日——8月15日

(二) 实习地点：沈阳名流旅行社有限公司

(三) 实习目的：主要是培养我们的自学和动手能力、理解能力以及思维能力。通过旅行社实习让我们进一步的巩固和理解课堂所学知识，培养和提高理论联系实际能力，更好的掌握课本知识和实际操作能力。

(四) 实习单位概况：

沈阳名流旅行社是一位大学毕业两年的学生和他的几个朋友成立不久的年轻公司。由于企业仍然处于创立的初期阶段，所以部门设立和组织结构都不是很完善，通常一个部门承担了好几项工作，该公司分为若干个部门，共同维持着旅行社的日常运作。从高到低分别为：总经办、财务部、采购中心（负责地接景点采购，饭店采购等）。各个部门除了负责自己的主要任务之外，处于旅游旺季时，每个部门也会兼职其他的工作，虽然公司的员工比较少部门结构也不是很完善，但是对于他们现在的业务量来说公司的运营还是比较井然有序的，员工们都很积极努力的工作，开展业务，扩大市场。该公司的企业文化氛围给人最强烈的感受就是团结温暖积极向上，这对于一个刚起步不久的企业来说是一个很重要的元素。

(五) 工作流程：就我社的工作流程来看一般包括以下模块：1找到客户---2.线路设计—3.询价—4.报价—5.协商达成协议—6.预定—7.与地接导游接洽—8.出团—9.跟踪—10.售后关系维护

(六) 市场营销手段

虽然说，市场营销不是企业成功的唯一因素，但是作为企业发展的关键因素，其作用实在是不容置疑的。旅行社也是企业，其生存与发展都是看市场营销活动的成功与否。市场营销是联结社会需求与企业反应的中间环节，是企业用来把消费者需求和市场机会变成有利可图的公司机会的一种行之有效的方法，亦是企业战胜竞争者、谋求发展的重要方法。

1.宣传活动

在沈阳名流的营销活动中，最为主要的是广告宣传。在现今信息爆炸的年代，广告的铺天盖地，如何在众多的竞争者当中脱颖而出成为了旅行社广告的最终目的。因此，这就要求到旅行社的广告更具有针对性，让广告在短短的时间内吸引顾客的眼球并且把资讯吸收。

(1)、广告有分平面广告和立体广告。如今旅游业的价钱由于竞争激烈而变得越来越低，已经非常接近成本价，但是在旅游业这个重视广告宣传的行业里，广告的投放力度直接

影响到旅行社的收客情况。所以，广东国旅的广告主要集中在平面广告，另外还有部分户外大型广告牌。

(2)、针对性广告处理。根据公共关系学中的内容，广告的投放可以选择在专业性比较强的杂志，以及报纸版面，以求达到更好的效果和更高的针对性。因此，这里的广告把重心放在了每逢周二的《广州日报》和《羊城晚报》的专门为旅游而设的版面上。在那里，顾客可以看到各旅行社对于相似行程的不同报价，更方便他们进行对比。根据广州地区近几年的居民出游习惯，绝大部分有意愿出游的居民都会根据这两份主流报纸上的旅游讯息来决定出游线路以及选择旅行社。所以，把广告投放在主流媒体尽管成本制定广告方案

2. 公共推广活动

除了传统广告的宣传以外，该旅行社也同时采取了多种营销手段以达到企业的营销目的。

(1)、提高曝光率。利用电视媒体对不同旅游时期的报道，出现在电视采访中并且利用旅行社标志作背景提高旅行社的曝光率。在暑假期间电视台就曾经就暑期旅游市场以及其价格波动而采访过广东国旅，这就让旅行社得到一个非常好的宣传机会；

(2)、利用网页进行线路展示以及实现网络营销。如今，网络的运用十分频繁，成本也远比任何的广告宣传都要低，因此这里实现了高科技营销。

(3)、利用社会公益活动进行推广。例如，今年的多个台风严重影响到我省东部和北部，造成重大的经济损失。8月，广东省旅游局组织安排了--次送暖到灾区的旅游慈善活动。各大旅行社纷纷推出自驾团和普通旅游团，以比较优惠的价钱吸引更多的游客前往灾区的旅游点，用实际的行动来支持旅游局的号召。这次活动的开动仪式非常盛大，吸引了很多的媒体争相报道，广东国旅当然不会放过这个宣传的好机会。

(二). 独特的企业文化

企业文化简单说来就是群体共识，是从“共同危机感”到“共同目标”到“共同意识与共同责任”下的共同行动。一个企业无论他处在哪个发展阶段上，“生于忧患”的危机意识决不能缺失，一分钟也不能少，几乎所有变革成功的企业，都是十分强调培养危机感的企业。比尔盖茨曾经告诉自己的员工：微软离破产只有18个月，也永远只有18个月。海尔总裁张瑞敏：我每天的心情都是如履薄冰，如临深渊。这种意识会督促员工们更加努力地去做。共同危机感才是企业不断变革与创新的开始，是我们企业持续发展的内部驱动力，因为不肯变革与创新就预示着死亡。公司也是如此来教育员工，通过召开例会的形式来通报公司内部、外部等实际形势。没有危机意识的员工很难把自己放到一个新的高度去考虑问题，反而只会成为井底之蛙，永远以为自己处于不败之地。公司在行业里属于大社，但是与领头的旅行社差距依然比较大。如果只是单纯地用低价策略与财力宏厚的超级大社进行竞争，那么下场不但造成公司严重亏损，而且很快便会倒闭。因此，公司定下了属于公司自身的市场定位，单从本人所处的出境游总部来说就是把自己定在

了珠江三角洲乃至华南地区的出境游批发商。利用公司在行业里的影响力以及号召力去争夺批发市场而不是单单着眼于散客市场。

三.实习后想法以及建议

(一).尽量运用高科技的手段进行操作

在实习当中，不难发现很多的工作都十分的繁复，如果依然运用老旧的方法去完成，则有碍于工作完成的速度以及准确程度,这就导致到工作会事倍功半。旅行社已经在很多方面都运用电脑来操作,也有专门的专业人员开发很多适合自身的软件这不但加快的工作的效率，而且传递速度很快.但是有一些细小的方面还是用一些比较落后的办法操作。例如，务工作的登记出入是需要很多步骤的，单靠人手用笔记本的登记方式不仅需时很多，而且非常容易错漏百出，查找也非常不方便。有时，需要再次输入的话十分麻烦，很难保证正确。况且,使用这种方法浪费纸张，储存不便，不能简便工作，甚至于让繁复的工作更加繁复。经过本人通过实践，发现运用电脑进行这方面的工作是可以完成以前手写时代的所有功能，因为完成原有工作是改善的基础，接下来就是速度了。电脑可以用各种快捷键达到更加便捷的工作，不但能很好的完成工作而且速度和正确率也大大提高。至于储存方面，电脑的储存十分省时省地，如果再用软盘备份，那么再重要的文件也可以很好地保存下来了。

(二)、加大工作透明度

在实习期间，时常会看到即使同一部门门都不大清楚其他同事的工作流程。这就容易从基础业务开始，小部门内的员工可以做到相互沟通，了解大家的工作,掌握相互的工作流程，真正做到精通业务。那么，在有意外的情况下就可以避免业务瘫痪的可能了，可以提升本部门的形象乃至全公司的形象。

(三)、加强员工的环保意识

如今，整个世界都十分注重环境保护，也成为了-个专门研究的课题。其实,在旅行社操作.上也是如此，许多环节都应该加强环境保护的意识。例如，在出团时导游注意引导游客保护当地生态环境;在办公室也应该注意环保,还有，在用纸方面的浪费是十分严重的，加上办公室的中央空调的温度过低，根本就达不到国家所提倡的不低于摄氏25度，有时办公室的温度只有不到20度。增强员工的环保意识可以减低耗能，保护环境,从公司的角度来说更是可以降低营运成本，提高人体舒适度等优点。

四、结论

自从进入大学学习以后三年以来，本人都在学习好理论知识目的是为了能在未来的职业生涯中打下坚实的理论基础。在校期间，我主要学习的是以管理学为起点的有关原理以及专业旅游管理的外延科目，但是--切都只是停留在一个理论阶段，-直都不能得到最为充分的实践。如何更好得把所学的书本上的知识转化成为真正属于自己的技能是本次实习的最主要收获

。当然，收获绝对不止是知识的转化，还有一些关于待人处事的方法和态度。总的说来，三年多的旅游管理专业理论学习在真正的旅游企业得到实实在在的实现。从企业中可以让眼界大为开阔，累计更多的经验，不难看到，当真正工作的时候需要注意的一些事情是平时单纯靠学校教育是不能满足社会的需要的。因此，这就更要求我们除了注重理论上的学习以外，还必须切实把理论转化成实践，通过实践，加深对理论的认识。

篇5：在旅行社实习报告

为增加实践经验，我利用学校安排的课程实习时间，再根据自身的优势及专业能力，找到了相关于本专业的实习单位及岗位。并在规定的时间内在企业完成相关的实习任务。

经朋友的帮助，我有幸在xx旅行社进行为期两个月的实习生活。我很感谢朋友以及公司给我这样的难得机会，同时由衷地感谢公司同事在此期间对我无微无至的照顾以及帮助。

xxxx年9月1日-11月1日，我在xx旅行社进行了为期两个月的实习活动，在实习期间，我主要以旅游市场调研和办公室文秘类工作为主。在这两个月的实习工作中，我得以亲身体验社会，学到了很多在课堂上学不到的知识，并获得把课堂教学的理论知识与社会实际实践相结合的机会。通过这次实习，我对旅行社的经营、管理及组织结构有了初步的了解，在实践中使我认识到旅游业的一些基本情况，以及其对地区乃至国家经济发展的重要性，并补充了自己有限的理论知识，提高了实际的操作能力。

一、实习单位简介

xx旅行社有限公司位于xx路xx大厦3楼，是经过国家旅游局、xx旅游局批准，省工商局注册的具有法人资格的私营专业旅游企业，是足额交纳旅游质量保证金的单位，注册资金50万元。被评为“xx市十佳国内先进旅行社”，在XX年年3月全国旅游业消费者满意度调查活动中被中国旅游监督管理委员会评为“全国旅游业十佳信誉单位”。

公司拥有一支职业道德良好、业务水平高的业务策划人员及训练有素、熟练各种语言、服务水平高的专业导游队伍，数名导游历年来被评为“xx十佳导游”称号。公司秉承“宾客至上，信誉第一、优质服务”为宗旨，竭诚为旅客提供“食、住、行、游、购、娱”等一条龙最佳服务。

我从9月初应聘进入公司至离开，员工稳定在80人左右，公司主要业务为专业地接，计划团队，常规纯玩散客，会议自由人，高尔夫，自驾车等。

二、实习主要目的

在xx学习生活了四年，对海南省也有一个大概的了解。海南省作为一个岛

屿，四面环海，气候怡人，具有得天独厚的旅游资源，海南省的旅游业发展前景非常的美好。我学的是市场营销专业，平日里上课很少涉及旅游方面的知识，出于对海南旅游发展前景的看好，我平时经常看些有关旅游方面的书。旅行社作为旅游业的承载者，具有极其重要的战略意义。所以，这次毕业实习单位我选择旅行社，希望通过社会实践，能对海南旅游业有更进一步实质性的了解。同时，在实习过程中注意培养自己的自学能力、动手能力、理解能力、为人处事能力以及思维能力等。进一步巩固和理解在课堂及书本上所学的知识，培养和提高理论联系实际的能力，更好的为建设社会主义伟大事业而奋斗。

三、实习内容及收获

(一)办公室文秘类工作

由于第一次较正式的步入社会，走进公司上班，加上领导对自己的具体工作能力等方面不是很确定，所以在xx旅行社实习的第一个月里，公司并没有分配什么重要的任务给我，仅仅是一些办公室里杂乱的工作，比如：取文件，送文件，打印，接电话，打扫卫生，整理办公室，倒开水等。虽然这些只是杂乱的小事，但我并没有抱着随意的态度，而是对每件事都很认真的去处理，我个人觉得连小事都不能做好的人，就别提做什么大事了！

经过一个月基础性的工作后，我与公司同事和领导进行了相互了解，彼此间建立了一定的信任感和亲近感，并且使我学会了一定的社会交际，提高了自己为人处事的能力。

(二)旅游市场调研

随着市场经济的不断发展，市场营销学正不断地向旅游行业渗入，现已形成了旅游市场营销学，并逐渐地完善。市场调研作为市场营销的一部分，有着最为基础和重要的意义。

在公司实习期间，我有幸得到了一次实践性地市场调研活动，真是兴奋之极。在学校里，经常听老师讲些有关市场营销和市场调研的理论知识，偶尔有些实验性地模拟调研，但从没有过如此正式地社会调研。对我来说，这次绝对是一个把四年来所学的理论知识与社会实践相结合的绝佳机会，所以我本人非常的慎重与认真。

在做市场调研的整个过程中，我表现得相当活跃与积极。调研前期进行了调查问卷设计，以及经过此次调研活动，我对海南旅游市场有了更进一步的认识了解，特别是顾客这一块，也对自己有了更深的认识，发现了许多不足之处，需要更努力地不断学习提高。

四、对海南旅行社发展的一些想法及建议

虽然第一次进旅行社工作，并且仅有短短的两个月，但通过近期的观察与思考，以及平日在学校里老师悉心的教育，我对海南旅行社的发展也有一些粗浅的想法与建议。

目前，海南旅行社主要面临着三大问题：

第一，同行业激烈的竞争。从海南建省并确定旅游业为海南经济支柱性产业之一到现在，包括大大小小，国内国际的旅行社不下160家，特别是90年代，海南省经批准注册的国内、国际旅行社达1千多家。面对一个海南，在有限的旅游资源开发下，共同存在着如此多的竞争者。所以，海南旅行社面临着极为激烈地竞争。

第二，优秀员工流失问题。现在很多企业都面临着一个共同的问题，那就是优秀员工的流失，旅行社作为服务性企业，人员具有高流动性。我在公司实习的短短二个月中，就有一位优秀的导游想离开，但不知道经理用了什么方法留住了她。这不是一个小问题，人才的流失将带来一系列问题，如企业机密泄露，客户流失，成本上升等。所以，旅行社应该重视这一问题。

第三，旅游市场混乱。相信到海南旅游过的人，都知道海南旅游市场的大致情况。从“12.1”事件，到黑导，宰客现象，海南旅游市场其实处于一种相对混乱的状态。但是近年来，经过政府对市场进行的各种调控后，现在稍有好转。不管哪一行业，市场混乱将增加企业许多额外的成本，严重地将导致企业灭完。

面对以上问题旅行社该做些什么呢？

- 1、优化旅游路线，提高旅游服务质量。
- 2、做好客户服务，让顾客开心地来，满意地走。
- 3、开发新的旅游资源，创造竞争优势。
- 4、做好人员管理，降低人力资源成本。
- 5、完善企业管理制度和人力资源管理制度，留住人才。
- 6、塑造旅行社企业文化，树立企业形象。
- 7、规划旅游市场，制定营销策略，明确产品定价，做好市场宣传与营销管理。

五、总结

通过在xx旅行社为期两个月的实习，使我对海南旅游市场有了进一步认识，并且对海南旅行社也有了一个大概地了解。同时，在进行理论与实际相结合的过程中，灵活运用了自己的专业知识，展现了自己的能力，也发现了自己存在的许多缺点。