Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение

высшего образования

**«ФинансоВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**при Правительстве Российской Федерации»**

**(Финансовый университет)**

**Кафедра «Международный туризм, гостиничный бизнес и социальный менеджмент»**

**Г.Н. Кутепова**

**Рынок международного туризма**

Методическое обеспечение самостоятельной работы, текущего контроля и промежуточной аттестации

для студентов, обучающихся по направлению 43.03.02

 «Туризм»

(Бакалаврская программа «Международный туризм»)

**Москва – 2017**

**Тестовые задания**

| № | Вопрос | Вариант ответа |
| --- | --- | --- |
| **Часть А** |
|  | Турагентская деятельность это: | 1. деятельность по формированию туристского продукта
2. деятельность по продвижению и реализации туристского продукта
3. деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта
4. деятельность по реализации туристского продукта
 |
|  | Какие цели путешествий не относятся к определению понятия «туризм»? | 1. профессионально-деловые
2. лечебно-оздоровительные
3. сезонные заработки
4. посещение родственников
5. паломничество
 |
|  |  Туристом является человек | 1. ушедший в воскресный день в лес для сбора грибов и вернувшийся домой к ужину
2. уехавший в другой город в командировку на один месяц
3. обучающийся в университете в Великобритании в течение трех лет
4. участвующий в однодневном автобусном туре с посещением Свято-Троицкой Сергиевой Лавры
 |
|  | Формирование туристского продукта это | 1. разработка туристского маршрута туроператором
2. определение перечня услуг, входящих в туристский продукт
3. деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с поставщиками услуг, входящих в туристский продукт
 |
|  | Ведение Единого федерального реестра туроператоров осуществляет | 1. Ассоциация Туроператоров России
2. Федеральное агентство по туризму
3. Российский союз туриндустрии
 |
|  | Для осуществления турагентской деятельности необходимо | 1. финансовое обеспечение
2. лицензия
3. регистрация в реестре
4. сертификация
5. наличие договора с туроператором
 |
|  | Каков типичный размер комиссионного вознаграждения, которое ТА получает от ТО за реализованный турпродукт? | 1. 3%
2. 5%
3. 10%
4. 18%
 |
|  | Кто несет ответственность перед туристом за некачественное предоставление услуги размещения? | 1. турфирма
2. гостиница
3. гид принимающей компании
 |
|  | В течении какого срока со дня окончания договора с турфирмой турист имеет право потребовать удовлетворения претензий? | 1. 5 дней
2. 10 дней
3. 14 дней
4. 20 дней
5. 30 дней
 |
|  | В течении какого срока со дня получения претензий от туриста турфирма обязана рассмотреть их и сообщить туристу о принятом решении? | 1. 5 дней
2. 10 дней
3. 14 дней
4. 20 дней
5. 30 дней
 |
|  | Минимальный штат турагентства в соответствии с требованиями франчайзинговой сети должен состоять из | 1. одного человека
2. двух человек
3. пяти человек
4. десяти человек
 |
|  | При сотрудничестве турагентств и туроператоров используются договор | 1. агентский договор
2. договор купли-продажи
3. договор о реализации туристского продукта
4. договор поручения
5. договор подряда
6. договор найма
 |
|  | Наиболее эффективными средствами рекламы туркомпании являются: | 1. печатные СМИ
2. радио
3. телевидение
4. Интернет
 |
|  | Наиболее распространенной схемой оплаты труда менеджера турагентства является | 1. оклад
2. оклад + процент от продаж
3. оклад + премия при выполнении плана продаж
 |
|  | Наиболее распространенный график работы турагентства | 1. понедельник-пятница с 09:00 до 18:00
2. понедельник-пятница с 10:00 до 20:00, суббота – дежурный режим
3. понедельник-воскресенье с 10:00 до 22:00
 |
| **Часть В** |
|  | С какими объектами профессиональной туристской деятельности имеет дело менеджер турагентства в повседневной работе? | 1. информационные системы
2. предприятия туристской индустрии
3. сувенирная продукция
4. туристское снаряжение
 |
|  | Какие факторы влияют на туристскую деятельность? | 1. сезонность
2. состояние экономики
3. состояние промышленности
4. культурный потенциал
 |
|  | К участию государства в регулировании туристской деятельности относится | 1. создание законодательной базы туризма
2. налогообложение в сфере туризма
3. формирование туристского продукта
4. содействие в продвижении туристского продукта
 |
|  | Туристская деятельность это | 1. коммерческая деятельность
2. турагентская деятельность
3. общественная деятельность
4. туроператорская деятельность
 |
|  | Турагентская деятельность может осуществляться | 1. должностным лицом
2. физическим лицом
3. юридическим лицом
4. индивидуальным предпринимателем
 |
|  | Социальный туризм осуществляется за счет | 1. бюджетных средств
2. средств государственных внебюджетных фондов
3. собственных средств туристов
4. средств работодателей туристов
 |
|  | Какие услуги обязательно входят в туристский продукт? | 1. перевозка
2. размещение
3. питание
4. экскурсионные
5. страхование
 |
|  | Реализация туристского продукта это | 1. деятельность туроператора по оказанию туристу услуг в соответствии с договором о реализации туристского продукта
2. деятельность турагента по информированию туриста о потребительских свойствах туристского продукта
3. деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом
 |
|  | Продвижение туристского продукта это | 1. комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта
2. реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов
3. деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с партнерами
4. деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта
 |
|  | Во время путешествия турист имеет право на | 1. свободу передвижения
2. безопасность
3. содействие органов власти
4. беспрепятственный доступ к средствам связи
5. бесплатное медицинское обслуживание
 |
|  | Во время путешествия турист обязан | 1. соблюдать законодательство страны пребывания
2. сохранять окружающую среду
3. соблюдать правила личной безопасности
4. соблюдать правила личной гигиены
 |
|  | Какие документы необходимо подготовить для государственной регистрации турагентства, которое будет функционировать как индивидуальный предприниматель? | 1. устав предприятия
2. учредительный договор
3. договор с туроператором
4. заявление о регистрации
5. копию паспорта
6. квитанцию об оплате госпошлины за регистрацию
 |
|  | Какие документы необходимо подготовить для государственной регистрации турагентства, которое будет функционировать как юридическое лицо? | 1. устав предприятия (оригинал и копия)
2. учредительный договор
3. договор с туроператором
4. заявление о регистрации
5. решение об учреждении
6. квитанцию об оплате госпошлины за регистрацию
 |
|  | Какие документы получает турист при покупке тура в турагентстве? | 1. кассовый чек
2. договор о реализации туристского продукта
3. страховой полис
4. ваучер
5. авиабилеты
 |
|  | Какие документы получает турист в турагентстве накануне начала тура? | 1. кассовый чек
2. договор о реализации туристского продукта
3. страховой полис
4. ваучер
5. авиабилеты
 |
|  | В каких случаях турист имеет право требовать от турфирмы выплату неустойки? | 1. при отказе туриста от путешествия
2. срок начала путешествия был перенесен на другую дату из-за отмены авиарейса
3. качество и перечень услуг не соответствуют заявленным в договоре
 |
|  | При вступлении в турагентскую сеть туркомпания приобретает право на | 1. использование товарного знака
2. использование сайта сети
3. участие в финансовой деятельности сети
4. бесплатную вывеску
5. поддержку головного офиса
6. повышенную комиссию туроператоров
 |
|  | При вступлении в турагентскую сеть туркомпания | 1. теряет юридическую самостоятельность
2. регулярно уплачивает роялти
3. несет расходы на изготовление наружной рекламы
4. следует указаниям головного офиса сети
 |
|  | Офис турагентства в соответствии с требованиями сети может располагаться  | 1. в подъезде жилого дома
2. в арендуемой квартире
3. в крупном торговом комплексе
4. в бизнес-центре
 |
|  | Какие из перечисленных брендов являются сетевыми: | 1. Магазин горящих путевок
2. Горячие туры
3. Гулливер тревел
4. Кон-Тики тревел
 |
|  | Какие туроператоры предлагают турагентствам использование своих брендов на договорных условиях? | 1. BIBLIO GLOBUS
2. CORAL
3. PAC GROUP
4. PEGAS
5. TEZ TOUR
6. TUI
 |
|  | Какие поисковые системы туров используются в профессиональной турагентской деятельности? | 1. Exat.ru
2. Foros.ru
3. Profi.tury.ru
4. Tourindex.ru
5. Turpoisk.ru
6. Tury.ru
 |
|  | Для работы в личном кабинете в системе онлайн-бронирования на сайте туроператора турагентству нужны | 1. договор
2. паспортные данные менеджера
3. логин
4. лицензия
5. пароль
 |
|  | В системе онлайн-бронирования на сайте туроператора турагентство может | 1. подобрать и забронировать тур
2. оплатить тур
3. получить документы для оплаты тура
4. получить документы по туру
5. оформить документы на визу
 |
|  | По степе­ни зависимости от туристического оператора, агентства можно разделить на | 1. независимые
2. рекламные
3. ритейловые
4. риэлторские
5. уполномоченные
6. частично зависимые
 |
|  | Основными элементами фирменного стиля туркомпании являются | 1. логотип
2. слоган
3. фирменный цвет
4. фирменный шрифт
5. фирменный пакет
 |
|  | Основными носителями фирменного стиля туркомпании являются | 1. бланк
2. буклет
3. визитка
4. вывеска
5. компьютер
6. сайт
 |
|  | Основными носителями наружной рекламы туркомпании являются | 1. вывеска
2. указатель
3. табличка на двери офиса
4. дорожный знак
 |
|  | Оптимальный штат турагентства | 1. бухгалтер
2. курьер
3. менеджер
4. руководитель
5. секретарь
6. юрист
 |
|  | Минимальный штат турагентства | 1. бухгалтер
2. курьер
3. менеджер
4. руководитель
5. секретарь
6. юрист
 |

**Ключ к тесту**

**Часть А**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| **b** | **c** | **b** | **c** | **b** | **e** | **c** | **a** | **d** | **b** | **b** | **a** | **d** | **b** | **b** |

**Часть В**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 16 | **a, b** |  | 26 | **a, b, c** |  | 36 | **b, d, e, f** |
| 17 | **a, b, d** |  | 27 | **d, e, f** |  | 37 | **a, b, c, d** |
| 18 | **a, b, d** |  | 28 | **a, b, d, e, f** |  | 38 | **a, c, d** |
| 19 | **b, d** |  | 29 | **a, b** |  | 39 | **a, c, d, e** |
| 20 | **c, d** |  | 30 | **c, d, e** |  | 40 | **a, c, e, f** |
| 21 | **a, b, d** |  | 31 | **b, c** |  | 41 | **a, b, c, d** |
| 22 | **a, b** |  | 32 | **a, b, e, f** |  | 42 | **a, b, c, d, f** |
| 23 | **a, c** |  | 33 | **b, c, d** |  | 43 | **a, b, c** |
| 24 | **a, b** |  | 34 | **c, d** |  | 44 | **b, c, d, e** |
| 25 | **a, b, c, d** |  | 35 | **a, b** |  | 45 | **c, d** |

**Комплект заданий для проведения текущего контроля**

**1 вопрос** – Туризм это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) сфера экономической деятельностиб) вид досуговой деятельностив) социально-культурное явление |  |  |

**2 вопрос** – Дестинация это:

|  |
| --- |
| а) туристский комплексб) туристский регионв) другая местность (страна), отличная от места постоянного проживания туриста |

**3 вопрос** – Путешествие это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) образ жизниб) стиль жизнив) составная часть туристской услуги |  |  |

**4 вопрос** – Туристский баланс России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) положительныйб) отрицательный |  |  |

**5 вопрос** – К странам с отрицательным туристским балансам относятся:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) Испания, Италия, Франция, Турция, Тунис, Тайландб) Германия, Япония, Великобритания, Швеция, Канада, Норвегия |  |  |

**6 вопрос** – Туризм природное равновесие:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  а) сохраняетб) нарушает |  |  |

**7 вопрос** – Путешествие с использованием активных способов передвижения, это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) организованный туризмб) неорганизованный туризмв) самодеятельный туризм |  |  |

**8 вопрос** – Туристика это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) наука о туризмеб) туристская символикав) туристская мифология |  |  |

**9 вопрос** – Субъект туризма это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) путешественникб) посетительв) турист |  |  |

**10 вопрос** – Объект туристики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) инфраструктура туризмаб) индустрия туризмав) туристский продукт |  |  |

**11 вопрос** – Предмет туристики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) туристский комплексб) туристский продуктв) инфраструктура туризма |  |  |

**12 вопрос** – Туристский потенциал территории включает: (3 позиции)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) туристические ресурсыб) туристская инфраструктурав) дестинации | г) туристские товары и услуги д) туристская индустрия |  |

**13 вопрос** – К туристско-рекреационным ресурсам относятся: (5 позиций)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) природныеб) историческиев) социокультурныег) материально-технические | д) трудовыее) политическиеж) этно-демографические |  |

**14 вопрос** – Тюменская область относится к группе регионов:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) с благоприятными условиями для развития туризмаб) с относительно благоприятными условиямив) недостаточно благоприятными условиямиг) с неблагоприятным совокупным влиянием |  |  |

**15 вопрос** – К общим свойствам туристских ресурсов относятся: (3 позиции)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) историчностьб) территориальностьв) организующая роль | г) аттрактивностьд) изменчивость |  |

**16 вопрос** – Объекты туристского интереса это: (3 позиции)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) достопримечательностиб) природные объектыв) социокультурные объекты показа | г) инфраструктура туризмад) индустрия туризма |  |

**17 вопрос** – Столовая в санатории отличается от ресторана: (1 позиция)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) ценамиб) богатством интерьерав) обязательным предоставлением диетического питания |  |  |

**18 вопрос** – Какие учреждения отдыха появились после Великой Отечественной войны?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) дома отдыхаб) пансионаты |  |  |

**19 вопрос** – Виды туристских маршрутов: (4 позиции)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) линейныеб) кольцевыев) радиальныег) комбинированные | д) сложныее) простыеж) обычные |  |

**20 вопрос** – Туристская дестинация проходит три стадии развития:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) зарождениеб) активное развитиев) насыщение и стабилизация г) упадок |  |  |

**Комплект заданий для проведения промежуточного контроля**

**1 вопрос –** Выделите три группы факторов, оказывающих влияние на сезонность туристского бизнеса:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) особенности вида туризмаб) особенности труда и отдыха потребителейв) природно-климатические особенности регионаг) предпочтения потребителейд) паспортно-визовый режим территории |  |  |

**2 вопрос –** Сезоном в туризме называют: (1 позиция)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) летние месяцыб) праздничные датыв) период года, когда количество прибытий превышает среднемесячный показатель за год |  |  |

**3 вопрос –** Максимум притока туристов в дестинации - это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) горячий (высокий) сезонб) пик сезонав) «мертвый» сезон |  |  |

**4 вопрос –** Чем специализация турфирмы уже, тем коммерческий риск:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) вышеб) ниже |  |  |

**5 вопрос –** Концентрация производства в туриндустрии осуществляется

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) двумя путямиб) тремя путямив) многовариантно |  |  |

**6 вопрос –** Туристские компании простирают свои интересы:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) в пределах отраслиб) за пределы отраслив) в рамках собственной компании |  |  |

**7 вопрос –** Большинство стран Западной Европы имеют классификацию отелей:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) *буквенную*б) корон и ключейв) разрядовг) звездную |  |  |

**8 вопрос –** Какую систему питания предлагают своим клиентам российские санатории:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) только завтракб) полупансионв) полный пансионг) все включено |  |  |

**9 вопрос –** Какие средства размещения относятся к нетрадиционным:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) горные шалеб) охотничьи домикив) бунгало | г) средневековые замкид) подводные лодкие) ледяные отели |  |

**10 вопрос –** Конкурентами туроператоров в деле организации путешествий в последние годы становятся:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) банкиб) авиакомпаниив) круизные компанииг) страховые компании |  |  |

**11 вопрос –** «Устойчивый туризм» направлен на:

а) равновесие между интересами экономики и защитой окружающей среды

б) дальнейшее развитие туристского обмена

в) защиту общественных и культурных ценностей

г) приоритетное развитие энергосберегающих технологий

**12 вопрос –** Дифференциация общества по уровню доходов приводит в туризме:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) к поляризации туризмаб) социальной напряженности в обществев) дифференциации туристского продукт |  |  |

**13 вопрос –** Какой из видов туризма требует больших финансовых затрат?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) внутреннийб) въезднойв) выездной |  |  |

**14 вопрос –** Все сегменты индустрии туризма:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) связаны между собойб) могут существовать независимо друг от другав) взаимосвязаны и зависят друг от друга |  |  |

**15 вопрос –** Гостеприимство это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) потребительское свойство турпродуктаб) индустрияв) сектор бизнеса |  |  |

**16 вопрос –** На Ваш взгляд, индустрия гостеприимства

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) является составной частью индустрии туризмаб) это самостоятельный сектор экономикив) обе индустрии взаимодействуют друг с другом |  |  |

**17 вопрос –** От 40 до 60% стоимости турпакета составляют:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) услуги средств размещенияб) транспортные услугив) услуги туристических фирм |  |  |

**18 вопрос –** Международная классификация транспортных средств: (состоит из трех позиций)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) воздушный транспортб) водный транспортв) сухопутный транспортг) наземный транспорт |  |  |

**19 вопрос –** Гостиницы с количеством номеров до 30 это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) малая гостиницаб) семейная гостиницав) эконом-класса |  |  |

**20 вопрос –** Какие категории отелей практически отсутствуют в России? (2 позиции)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) отели «люкс»б) мотелив) отели для постоянного проживания | г) таймшерные отелид) отели вблизи аэропортов |  |

**Интерактивные занятия. Сценарий деловой игры**

 В процессе освоения дисциплины проводится серия интерактивных практических занятий: деловая игра «Международная туристическая выставка».

Используемые методики, педагогические технологии: работа в малых группах, «мозговой штурм», ролевая симуляция, устная и компьютерная презентация. Защита проекта.

Описание деловой игры

 Моделирование международного туристического рынка осуществляется в виде проведения международной туристической выставки.

Участники международного туристического рынка: туроператоры, туристические агентства, транспортные компании, рекламные агентства, визовые центры, экскурсионные бюро, гостиницы, авиакомпании, юридическая служба, телевизионная компания.

Цели проекта:

* формирование профессиональных компетенций специалистов по туризму;
* развитие умений и навыков мотивации достижения целей, умения проводить и отстаивать свою точку зрения, навыков профессиональной командной работы, толерантности, умения учитывать точку зрения партнеров, проявления аналитических способностей.
* повышение общей культуры будущих специалистов.

Задачи проекта:

* моделирование производственной (туроператорской и турагентской деятельности в выездном, внутреннем и въездном туризме) и ролевых функций участников туристической выставки;
* работа туристических компаний с индивидуальными и групповыми заказами (для различных категорий туристов);
* разработка экскурсионных маршрутов;
* создание продуктов безбарьерного туризма во въездном, выездном и внутреннем туризме;
* разработка макетов рекламной продукции в туризме: каталогов, флайерсов, календарей и др. печатной продукции;
* проектирование объектов перспективных туристских территорий, поиск и продвижение новых туристских дестинаций;
* организация мероприятий по продвижению разработанных туристских продуктов (PR-акции, телевизионные передачи, статьи в СМИ и др.);
* разработка проектов волонтерских центров, культурного обмена студентов туристских центров в России и за рубежом.

Подготовка к проведению игры проходит в несколько этапов.

Первый подготовительный этап реализации проекта: определение групп ресурсного обеспечения туристской деятельности.

1.Транспортное обеспечение (информация о регулярных и чартерных рейсах, туристских формальностях, погоде в дестинации и др. из системы AMADEUS) (2–3 чел.).

2. Средства размещения и питания (информация о возможных типах, ценах, способах организации размещения и питания) (2–3 чел.).

3.Экскурсионная и волонтерская деятельность (2–3 чел.).

4. Туристско-рекреационное проектирование (2–3 чел.).

5. Реклама и продвижение туристского продукта (2–3 чел.).

6. Нормативно-правовое сопровождение туристской деятельности (2–3 чел.).

На первом этапе каждая группа разрабатывает структуру и формы предоставления необходимых ресурсов, определяет студентов для подготовки информации и участия в игре в составе ресурсных структур.

Определение объема, качества, способа предоставления информации – инициатива и прерогатива руководителей групп, согласованная со сценарием игры. Фактически, по каждому ресурсному направлению предполагается проектирование туристской фирмы определенного профиля: авиакомпании, транспортного агентства, экскурсионного или визового бюро, туроператорской или турагентской фирмы. В каждой проектируемой компании необходимо наличие специалистов по экономике туриндустрии, которые представят подготовленный на первом подготовительном этапе бизнес-план организации туристской фирмы, смогут сформировать ценовую политику компании, разработать эффективные мероприятии по повышению конкурентоспособности.

Второй этап реализации проекта: формирование команд-участников деловой игры.

На данном этапе происходит заполнение «штата» туристских предприятий, распределение должностей (ролей) внутри компании, разработка стратегии работы и методов обмена информацией между участниками игры. Кроме того, необходимо сформировать группы потребителей (покупателей).

Создание и организация работы участника «Туроператор»

на подготовительном этапе

Команда из 5 – 10 студентов образует туристическую фирму – туроператора. Подготовка к участию в игре предполагает следующие этапы:

1. студенты выбирают директора, выбирают название фирмы;
2. директор комплектует штатное расписание, определяет функции каждого сотрудника фирмы;
3. директор совместно с менеджером по маркетингу определяет:
* направления (не более 3-х) для прямой продажи и формирования агентской сети;
* осуществляет общее руководство и контроль на всех этапах проведения игры;

4.менеджер по маркетингу:

* организует разработку 3-х программ и подготовку расчетов стоимости туров для каталога (рекламного предложения);
* определяет стратегию рекламной компании, виды рекламы, составляет рекламное обращение и др.;
* утверждает у директора.

5.старший менеджер по продаже туров вместе с менеджерами по продаже составляет:

* программу и делает расчет стоимости тура по заявке клиента;
* утверждает программу и расчет стоимости тура у директора.

6.менеджер по продаже:

* встречается с клиентом;
* принимает у клиента заявку на программу и набор услуг;
* оформляет договор на приобретение тура или набора туристских услуг.

Функции туроператора на этапе проведения деловой игры:

1. представляет на выставку свою программу для покупателей и агентской сети (прямая продажа и back-office для турагентов);
2. по заданию жюри разрабатывает новый маршрут и его презентацию для представления на выставке;
3. проведение рекламной компании в рамках выставки.

Создание и организация работы участника «Туристическое агентство»

на подготовительном этапе

Команда из 3 – 5 студентов образует туристическую фирму – агентство. Подготовка к участию в игре предполагает следующие этапы:

1. студенты выбирают директора, выбирают название фирмы;
2. директор комплектует штатное расписание, определяет функции каждого сотрудника фирмы;
3. директор совместно с менеджером по маркетингу определяет:
* направления (не более пяти) для агентской продажи;
* осуществляет общее руководство и контроль на всех этапах проведения игры;

4.менеджер по маркетингу:

* определяет стратегию рекламной компании, виды рекламы, составляет рекламное обращение и др.;
* утверждает у директора.

5.старший менеджер по продаже туров вместе с менеджерами по продаже составляет:

* программу и делает расчеты стоимостей тура по заявке клиентов;

6.менеджер по продаже:

* встречается с клиентом;
* принимает у клиента заявку на программу и набор услуг;
* оформляет договор на приобретение тура или набора туристских услуг.

Функции туристического агентства в процессе проведения деловой игры:

1.представляет на выставку свою рекламу;

2.выбирает новых партнеров из числа представленных на выставке туроператоров, экскурсионных бюро и др., разрабатывает программу проведения рекламной компании новых видов туризма, новых дестинаций и др.

Создание и организация работы участника «Экскурсионное бюро»

на подготовительном этапе

Команда из 3 – 8 студентов образует туристическую фирму – экскурсионное бюро. Подготовка к участию в игре предполагает следующие этапы:

1. студенты выбирают директора, выбирают название фирмы;
2. директор комплектует штатное расписание, определяет функции каждого сотрудника фирмы;
3. директор совместно с менеджером по маркетингу определяет:
* направления (не более пяти) для прямой продажи и предложения для туроператоров и турагентов;
* осуществляет общее руководство и контроль на всех этапах проведения игры;

4.менеджер по маркетингу:

* организует разработку пяти программ и подготовку расчетов стоимости экскурсий для каталога (рекламного предложения);
* определяет стратегию рекламной компании, виды рекламы, составляет рекламное обращение и др.;
* утверждает у директора;

5.старший менеджер по продаже туров вместе с менеджерами по продаже составляет:

* программы и делает расчеты стоимости экскурсий по заявке клиента;
* утверждает программы и расчеты стоимости экскурсий у директора.

6.менеджер по продаже:

* встречается с клиентом;
* принимает у клиента заявку на программу и набор услуг;
* оформляет договор на приобретение экскурсии.

Функции экскурсионного бюро на этапе проведения деловой игры:

1.представляет на выставку свою программу для покупателей, туроператоров и турагентов;

2.по заданию жюри разрабатывает новый маршрут и его презентацию для представления на выставке;

3.проведение рекламной компании в рамках выставки.

Создание и организация работы участника

«Генеральное агентство по продаже транспортных услуг»

на подготовительном этапе

Команда из 5 – 10 студентов образует туристическую фирму – Генеральное агентство по продаже транспортных услуг. Подготовка к участию в игре предполагает следующие этапы:

1. студенты выбирают директора, выбирают название фирмы;

2. директор комплектует штатное расписание, определяет функции каждого сотрудника фирмы;

3. директор совместно с менеджером по маркетингу определяет:

* стратегию рекламной компании агентства, виды рекламы, составляет рекламное обращение и др.;
* утверждает у директора;

5.старший менеджер по продаже вместе с менеджерами по продаже составляет:

* рекламные предложения по продаже наиболее популярных предложений сезона для индивидуальных туристов;
* рекламные предложения для туроператоров по продаже чартерных рейсов, низкобюджетных перевозок;

6.менеджер по продаже:

* встречается с клиентами;
* принимает у клиента заявку на транспортировку, предлагает варианты, делает необходимые расчеты;
* оформляет перевозку;
* заключает договора с корпоративными клиентами, туроператорами и агентствами на транспортное обслуживание.

Функции Генерального агентства по продаже транспортных услуг на этапе проведения деловой игры:

1.представляет на выставку свою программу для индивидуальных покупателей, корпоративных клиентов, туроператоров и турагентов;

2.по заданию жюри разрабатывает проект транспортировки в дестинацию и презентацию проекта для представления на выставке;

3.проведение рекламной компании в рамках выставки.

Создание и организация работы участника

«Информационное бюро» на подготовительном этапе

Участник проекта «Информационное бюро» – компания, которая оказывает консалтинговые услуги широкого профиля:

1.профессиональная деятельность участников международного туристического рынка;

2.договорные отношения;

3.проведение рекламных компаний;

4.направления деятельности всех участников международной туристической выставки;

5. помощь в выполнении конкурсных заданий;

6. претензии потребителей и юридическая консультация.

В штат Информационного бюро входят:

1. 2–3 преподавателя кафедры;

3. 2–3 студента.

На подготовительном этапе сотрудники бюро готовят презентацию о направлениях деятельности компании, которая будет представлена всем участникам выставки при ее открытии, или направлена заранее по электронной почте.

Третий этап реализации проекта: формирование экспертных жюри для оценки презентаций участников деловой игры и выполнения заданий для команд (целевых установок для конкурсных проектов).

Кафедра туризма формирует группы преподавателей, из которых будут сформированы жюри в соответствии с направлениями туристской деятельности команд и задачами проекта. В каждое жюри предполагается пригласить отраслевиков: представителей туроператорских, турагентских и авиакомпаний. Каждое жюри разрабатывает критерии оценки презентаций команд-участников, которые будут представлены на конкурс после завершения игры.

Необходимо обеспечить обоснованность, профессиональную значимость и объективность принимаемых решений. Например, эффективность работы туристического агентства или экскурсионного бюро можно оценить по количеству и качеству заключенных с потребителями договоров, а туроператора – по объемам прямых продаж и работе его агентской сети.

В течение организационного этапа игры участники готовят проекты для конкурсного представления в жюри, используя необходимую ресурсную базу.

Процесс проведения игры является фактически международной выставкой ресурсов и возможностей туристского бизнеса, на которой туроператоры должны сформировать и предложить турпродукт, турагенты – сформировать портфель предложений для потребителя на базе предложений туроператоров, экскурсионных бюро, транспортных компаний и др. Свои возможности должны также представить представители транспорта, экскурсионных и визовых бюро, рекламных агентств и средств массовой информации, например «Студенческий телевизионный канал СТК» (если такой ресурс будет организован).

Для студентов, которые не вошли в состав команд, возможно участие в индивидуальной номинации. Изучая определенное направление, вид туризма или конкретную дестинацию, обращаясь к ресурсным компаниям, туроператорам или турагентам, участник может подготовить презентацию или сообщение и претендовать на оценку жюри его профессиональных компетенций и уровня знаний.

На заключительном этапе игры проводится презентация проектов в различных жюри по направлениям, которые определяют победителей в следующих номинациях: «Удивительное путешествие», «Лучший туроператор в выездном/въездном/внутреннем туризме», «Лучший турагент», «Инновационный подход в организации путешествия», «Самый вежливый менеджер», «Самый обаятельный профессионал», «Лучшая рекламная компания», «Незабываемая экскурсия» и др.

В процессе проведения деловой игры участники смогут попробовать свои силы практически во всех направлениях туристской деятельности и бизнеса, изучить многие практические вопросы, которые не нашли отражения в традиционных теоретических курсах, сформировать профессиональные предпочтения и, таким образом, достигнуть поставленных в предлагаемой деловой игре целей.

**Заявка на участие в деловой игре (составляется участниками команд)**

|  |
| --- |
| ЗАЯВКА на участие в интерактивном практическом занятии «Международный туристическийрынок» |
| Наименование организации |  |
| Факультет |  |
| Группа |  |
| Номер телефона организации  |  |
| E-mail организации |  |
| Руководитель организации |  |
| Деятельность организации (основные направления)  |  |
| Участники / должностные обязанности |  |

**Примеры заявок на разработку туров различного уровня**

Заявка № 1 на разработку автобусного экскурсионного тура для группы туристов (20 чел.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Параметры тура | Содержание параметров | Предложения разработчика с указанием реквизитов поставщиков услуг |
| 1. | Маршрут | о.Селигер |  |
| 2. | Продолжительность | 3дн./2нч. |  |
| 3. | Время проведения | Июнь |  |
| 4. | Транспорт | Комфортабельный экскурсионный автобус на 45 посадочных мест с 2 водителями |  |
| 5. | Наличие гида-сопровождающего | Да |  |
| 6. | Проживание | Двухместное размещение со всеми удобствами в отеле (пансионате) 3-4\* на берегу озера или в г.Осташков |  |
| 7. | Питание | Обед, ужин; завтрак, обед (пикник), ужин; завтрак, обед |  |
| 8. | Обязательная программа | Обзорная экскурсия по г.Осташков, посещение(теплоход) Нило-Столобенской пустыни, истока Волги, пикник на озере с баней и фольклорной программой |  |
| 9. | Дополнительные услуги | Предложения разработчика |  |
| 10. | Бюджет заказчика | До 12000 руб./чел |  |
| 11. | Себестоимость тура |  |  |
| 12. | Стоимость тура для прямой и турагентской продажи |  |  |

Заявка №2 на разработку автобусного экскурсионного тура для группы туристов (45 чел.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Параметры тура | Содержание параметров | Предложения разработчика с указанием реквизитов поставщиков услуг |
| 1 | Маршрут | КОСТРОМА-ПЛЕС |  |
| 2 | Продолжительность | 2дн./1нч. |  |
| 3 | Время проведения | Июнь |  |
| 4 | Транспорт | Комфортабельный экскурсионный автобус на 45 посадочных мест с 2 водителями |  |
| 5 | Наличие гида-сопровождающего | Да |  |
| 6 | Проживание | Двухместное размещение со всеми удобствами в отеле (пансионате) 3\* только в Плесе или рядом |  |
| 7 | Питание | Обед, ужин; завтрак, обед, ужин; завтрак, обед |  |
| 8 | Обязательная программа | Обзорная экскурсия по г. Плес, посещение музея Левитана, знакомство с основными достопримечательностями Костромы |  |
| 9 | Дополнительная программа | Предложения разработчика |  |
| 10 | Стоимость турадля заказчика | До 7000 руб./чел |  |
| 11 | Себестоимость тура |  |  |
| 12 | Стоимость тура для прямой и турагентской продажи |  |  |

Заявка № 3 на разработку тура в Турцию (групповой тур, 6 чел.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Параметры тура | Содержание параметров | Предложения разработчика с указанием реквизитов поставщиков услуг |
| 1. | Маршрут | Турция (Эгейское море) |  |
| 2. | Продолжительность | 10дн./9нч. |  |
| 3. | Время проведения | Ноябрь |  |
| 4. | Транспорт | Чартерный рейс, эконом класс |  |
| 5. | Наличие группового трансфера | Да |  |
| 6. | Проживание | Размещение – (1взр.+1 реб. (до 5лет). Эксклюзивный отель 5\* с расширенными возможностями для детского отдыха |  |
| 7. | Питание | «Все включено» |  |
| 8. | Турпакет | Авиабилет эконом класса, ваучер на обслуживания в отеле и трансфер, медицинская страховка |  |
| 9. | Дополнительная программа | Предложения разработчика |  |
| 10. | Стоимость турадля заказчика | Стоимость тура может обсуждаться |  |
| 11. | Себестоимость тура |  |  |
| 12. | Стоимость тура для прямой и турагентской продажи |  |  |

|  |
| --- |
| **Оценки участников практического занятия «Международный туристический рынок»** |
| **ГРУППА** |
| **ЗАДАНИЕ №** |
|  | **ЭКСПЕРТ 1**  | **Баллы (0-5)** |
| **№** | **Критерии/Участники** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
| 1 | **ПК-5** Способность рассчитать и проанализи-ровать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2 | **ПК-10** Готовность к разработке туристского продукта на основе современных технологий |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Итого  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

**Итоговая ведомость**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Список участников | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Оценка презентации | Итоговая оценка |
|   | **Команда 1** |   |   |   |  |  |  |   |   |
| 1 |   |   |   |   |  |  |  |   |   |
| 2 |   |   |   |   |  |  |  |   |   |
| n |   |   |   |   |  |  |  |   |   |
|   | **Команда 2** |   |   |   |  |  |  |   |   |
| 1 |   |   |   |   |  |  |  |   |   |
| 2 |   |   |   |   |  |  |  |   |   |
| n |   |   |   |   |  |  |  |   |   |
|   | **Команда n…** |   |   |   |  |  |  |   |   |
| 1 |   |   |   |   |  |  |  |   |   |
| 2 |   |   |   |   |  |  |  |   |   |
| n |   |   |   |   |  |  |  |   |   |