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 деятельности  б) вид досуговой деятельности  в) социально-культурное явление |  |  |

**2 вопрос** – Дестинация это:

|  |
| --- |
| а) туристский комплекс  б) туристский регион  в) другая местность (страна), отличная от места постоянного проживания туриста |

**3 вопрос** – Путешествие это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) образ жизни  б) стиль жизни  в) составная часть туристской услуги |  |  |

**4 вопрос** – Туристский баланс России:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) положительный  б) отрицательный |  |  |

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

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

**6 вопрос** – Туризм природное равновесие:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) сохраняет  б) нарушает |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) организованный туризм  б) неорганизованный туризм  в) самодеятельный туризм |  |  |

**8 вопрос** – Туристика это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) наука о туризме  б) туристская символика  в) туристская мифология |  |  |

**9 вопрос** – Субъект туризма это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) путешественник  б) посетитель  в) турист |  |  |

**10 вопрос** – Объект туристики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) инфраструктура туризма  б) индустрия туризма  в) туристский продукт |  |  |

**11 вопрос** – Предмет туристики

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) туристский комплекс  б) туристский продукт  в) инфраструктура туризма |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) туристические ресурсы  б) туристская инфраструктура  в) дестинации | г) туристские товары и услуги  д) туристская индустрия |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) природные  б) исторические  в) социокультурные  г) материально-технические | д) трудовые  е) политические  ж) этно-демографические |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) с благоприятными условиями для развития туризма  б) с относительно благоприятными условиями  в) недостаточно благоприятными условиями  г) с неблагоприятным совокупным влиянием |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) историчность  б) территориальность  в) организующая роль | г) аттрактивность  д) изменчивость |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) достопримечательности  б) природные объекты  в) социокультурные объекты показа | г) инфраструктура туризма  д) индустрия туризма |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) ценами  б) богатством интерьера  в) обязательным предоставлением диетического питания |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) дома отдыха  б) пансионаты |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) линейные  б) кольцевые  в) радиальные  г) комбинированные | д) сложные  е) простые  ж) обычные |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) зарождение  б) активное развитие  в) 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 туризма  б) особенности труда и отдыха потребителей  в) природно-климатические особенности региона  г) предпочтения потребителей  д) паспортно-визовый режим территории |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) летние месяцы  б) праздничные даты  в) период года, когда количество прибытий превышает среднемесячный показатель за год |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) горячий (высокий) сезон  б) пик сезона  в) «мертвый» сезон |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) выше  б) ниже |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) двумя путями  б) тремя путями  в) многовариантно |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) в пределах отрасли  б) за пределы отрасли  в) в рамках собственной компании |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) *буквенную*  б) корон и ключей  в) разрядов  г) звездную |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) только завтрак  б) полупансион  в) полный пансион  г) все включено |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) горные шале  б) охотничьи домики  в) бунгало | г) средневековые замки  д) подводные лодки  е) ледяные отели |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) банки  б) авиакомпании  в) круизные компании  г) 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 туризма  б) социальной напряженности в обществе  в) дифференциации туристского продукт |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) внутренний  б) въездной  в) выездной |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) связаны между собой  б) могут существовать независимо друг от друга  в) взаимосвязаны и зависят друг от друга |  |  |

**15 вопрос –** Гостеприимство это:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) потребительское свойство турпродукта  б) индустрия  в) сектор бизнеса |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) является составной частью индустрии туризма  б) это самостоятельный сектор экономики  в) обе индустрии взаимодействуют друг с другом |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) услуги средств размещения  б) транспортные услуги  в) услуги туристических фирм |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) воздушный транспорт  б) водный транспорт  в) сухопутный транспорт  г) наземный транспорт |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) малая гостиница  б) семейная гостиница  в) эконом-класса |  |  |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| а) отели «люкс»  б) мотели  в) отели для постоянного проживания | г) таймшерные отели  д) 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 тура  для 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 тура  для 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 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |