Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ ИМЕНИ ПАТРИСА ЛУМУМБЫ
Институт гостиничного бизнеса и туризма

Методические рекомендации и демоверсия заданий заключительного этапа по предметному направлению «Туризм»

открытой универсиады федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы» «RUDN-ON» (Универсиады РУДН)

Москва, 2023

Заключительный этап Универсиады по предметному направлению «Туризм»

Заключительный этап подразумевает очное решение комплексного кейс-задания. Задание предполагает умение читать статический анализ, на базе которого формируются управленческие решения. В кейсе предполагается 5 открытых вопросов максимальное количество баллов по каждому вопросу 20 баллов. Возможный совокупный балл 100 баллов. Продолжительность – 160 минут.

Критерии оценивания заданий заключительного этапа

Каждый ответ оценивается по следующим критериям:

- полнота раскрытия вопроса (5 баллов)
- оригинальность предложенного решения и новизна предложения (5 баллов);
- структурированность и системность представленной информации (5 баллов);
- использование математического аппарата и методик анализа (5 баллов).

На рабочем месте участника не должно быть никаких посторонних предметов, за исключением:

- Для работы над кейсами рекомендовано пользоваться калькулятором и переносными мобильными устройствами для получения информации из открытых источников информации.
- листы бумаги формата А4 для записей (количество листов не ограничено). Использование других бумажных носителей, например, тетрадей/блокнотов и др., запрещено;
- ручка (с чернилами черного или синего цвета);
- вода в прозрачной ёмкости (бутылка без этикетки, стакан и т.п.), шоколад, печенье и т.п.;
- оригинал документа, удостоверяющего личность;
- необходимые лекарства без упаковки.

Список рекомендуемой литературы

Организация туристской деятельности

Основная литература:

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/.

2. Федеральный закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» от 25.06.2002 N 73-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/ http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11376/.

3. Федеральный закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» от 15.08.1996 N 114-ФЗ (последняя редакция) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11376/.

4. Гражданский кодекс Российской Федерации URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ .

5. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 29.07.2018) «О защите прав потребителей» URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ .

6. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 N 129-ФЗ (последняя редакция) URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/.

7. Федеральный закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» от 15.08.1996 N 114-ФЗ (последняя редакция) URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11376/ .

8. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».

9. Косолапов А.Б. Организация туристской деятельности. Учебник. М.: Кнорус,– 2020. – 304 с.

Дополнительная литература:

1. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства: учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 165 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/452708 вузов]

2. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии: учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12232-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/452692.

3. Кобяк, М. В. Управление качеством гостиничного предприятия: учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин ; под редакцией С. С. Скобкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 518 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12759-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/448273

4. Шульгина, Д. П. Культурное и природное наследие России: учебник для вузов / Д. П. Шульгина, О. В. Шульгина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10874-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/456416

Экономика

Основная литература:

1. Зевеке, О. Ю. Экономика предприятий индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело» / О. Ю. Зевеке. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2022. – 173 с. – ISBN 978-5-209-11191-7. – EDN BSIBZH.

2. Корнейчук, Б. В. Макроэкономика. Продвинутый курс: учебник и практикум для вузов / Б. В. Корнейчук. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 385 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02582-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/451296.

3. Микроэкономика: учебник и практикум для вузов / Г. А. Родина [и др.]; под редакцией Г. А. Родиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 330 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07343-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/449985.

Дополнительная литература:

1. Поликарпова, *Т. И.* Основы экономики: учебник и практикум / Т. И. Поликарпова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 254 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07771-1. — URL : https://urait.ru/bcode/453556.

Менеджмент

Основная литература:

1. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/450097

2. Иванова, И. А. Менеджмент: / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — URL : https://urait.ru/bcode/452215

3. Первушина, Т. Л. Организация производства и менеджмент: учебное пособие / Т. Л. Первушина. — Красноярск: СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 84 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147457 (дата обращения: 23.11.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Петров, А. Н. Менеджмент в 2 ч. Часть 2.: учебник для вузов / А. Н. Петров; ответственный редактор А. Н. Петров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02084-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/452009

2. Менеджмент. Практикум: учебное пособие для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00609-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/450764

Маркетинг

Основная литература:

1. Зевеке, О. Ю. Методика формирования комплекса маркетинговых коммуникаций компаний сферы гостеприимства / О. Ю. Зевеке. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2020. – 130 с. – ISBN 978-5-209-10305-9. – EDN CYZGNV.

2. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 120 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08449-2.

3. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/450596

Дополнительная литература:

1. Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.]; под редакцией И. В. Воробьевой, К... Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 398 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02455-5. — URL : https://urait.ru/bcode/450356

2. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/453850

Демоверсия заданий заключительного этапа по предметному направлению «Туризм»

Кейс – задание «Организационно-экономическая характеристика турагентства ООО «Чемодан»

Турагентство «Чемодан» является одним из лидеров на туристском рынке в Московской области города Клин. Как и большинство туристских агентств, турагентство «Чемодан» работает под франчайзингом с комиссионным вознаграждением 6 %.

Турагентство «Чемодан» насчитывает 5 работников: 2 менеджера, руководитель, бухгалтер, курьер и уборщица; полную схему можно посмотреть на рис.

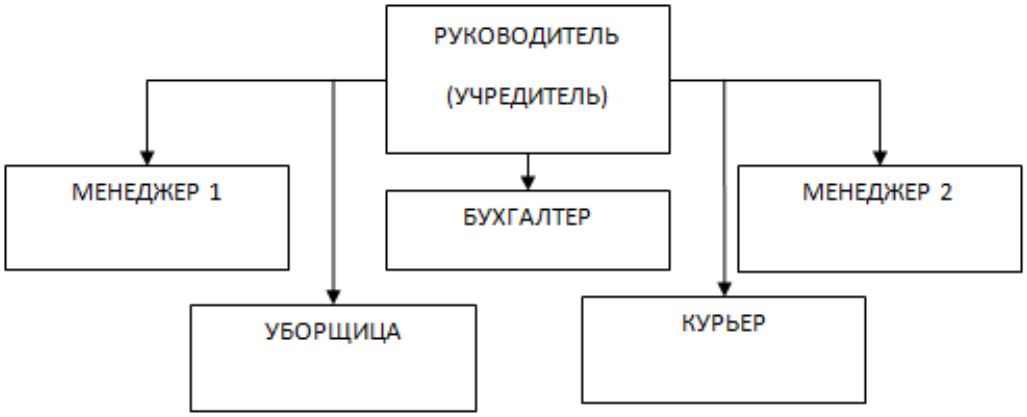

Рис. 1. Организационная структура турагентства «Чемодан»

ООО «Чемодан» был зарегистрирован 28 августа 2009 года и на настоящий момент является одним из лидеров на рынке туруслуг города Клин. На данный момент агентство «Чемодан» на основе франчайзингового договора сотрудничает с одним из самых крупных туроператоров в мире – Coral Travel.

Обращаясь в компанию «Чемодан», каждый клиент может быть уверен в том, что получит квалифицированную помощь при подборе тура, оптимального именно для него, с учетом всех пожеланий и требований туриста.

Основанием для оказания услуг туристу является договор на туристское обслуживание, который заключается между турфирмой и клиентом. За трое суток до вылета турист в обязательном порядке получает электронный билет, ваучер и страховой полис, также в особых случаях (например, «специфическая» страна или особые пожелания клиента) туристу выдается туристическая памятка, полная информация о проводимых экскурсиях, мини-разговорник и многое другое.

Бронирование тура турагентством производится только после заключения договора на туристское обслуживание с клиентом. Внесение денег в кассу турфирмы оформляется приходным кассовым ордерам установленной формы, после полной оплаты труда клиенту выдается путевка. Путевка подписывается менеджером по туризму, на ней ставится печать фирмы. В случае отказа от поездки, клиенту возвращается оплаченная им стоимость услуг. При этом с него удерживают фактические затраты турфирмы по организации путешествия. Фактические затраты турфирмы определяются туроператором, который удерживает издержки с турагентства, а оно, в свою очередь, с клиента.

Турфирма для улучшения процесса работы использует множество способов. Внедряет и использует новые способы бронирования билетов и отелей по всему миру, что позволяет, не выходя из офиса и не отнимая времени, дать полную информацию, интересующую туриста. Ведётся электронная картотека клиентов на 10 марта 2023 года она составляет 9875 человек, которая в свою очередь, помогает быстро и оперативно получить информацию о туристе (день рождения, паспортные данные и т.д.).

Основными направлениями деятельности турагентства «Чемодан» при сотрудничестве с туроператором Coral Travel в сфере выездного туризма является отдых в самых красивых местах зарубежных стран. География стран весьма широка:

– Азия (Вьетнам, Индия, Камбоджа, Китай, ОАЭ, Тайланд);
– Австралия и Океания (Индонезия, Сингапур, Мальдивы, Сейшелы, Шри-Ланка);
– Латинская Америка (Доминиканская Республика, Куба, Марокко, Мексика);
– Африка (Маврикий, Тунис Танзания)
– внутренний туризм.

Турагенство «Чемодан» – это относительно новое предприятие, эффективно работающее на туристском рынке. Несмотря на это, оно уже успело войти в 100-лидеров турагентств Московской области. Но в планах попасть в топ-50. Для этого принято решение увеличить количество продаж от туров и поднять «среднюю стоимость» тура путем повышения лояльности клиентов.

Турагенстсво «Чемодан» на сегодняшний день предоставляет полный спектр туристских услуг: начиная от стандартных туров, заканчивая турами по индивидуальным параметрам и детским отдыхом в России и за рубежом.

У туристов есть возможность, как приходить самостоятельно в туристское агентство «Чемодан», так и бронировать туры по телефону, либо просматривать актуальные цены и оставлять заявки на сайте турагентства.

«Чемодан» организует самые разнообразные групповые и индивидуальные поездки туристов: познавательные поездки, автотуризм, бизнес-путешествия, детский отдых, приключенческие поездки, туры на лечение, круизы, туры на отдых и многое другое.

Несмотря на то, что основными клиентами турагентства являются туристы со средним заработком, «Чемодан» стремится привлечь самых разных клиентов, и именно поэтому предоставляет поездки любого ценового уровня с размещением в гостиницах самых разных категорий, от самых экономных вариантов трехзвездочных отелей до самых элитных гостиниц. Туристская фирма в своей работе делает особый упор на качество обслуживания туристов за рубежом.

Анализ туристского рынка России и финансовый анализ туристского агентства «Чемодан»

Туристский рынок Российской Федерации развивается очень большими темпами. Но, к сожалению, развитие туризма зависит от многих факторов, таких как:

- курс доллара и евро (в зависимости от планируемой страны пребывания);
- политическая ситуация в мире и конкретной стране;
- экономические показатели уровня жизни населения;
- уровень заработной платы населения;
- климатические условия и многое другое.

По городу Клину показатели несколько отличатся. Количество туристов, которые приобрели пакетные туры, разумеется, выросло, но на графике можно наблюдать определенный скачок 2019-2022 гг. В 2016 году 721 826 отправились отдыхать по путевкам, в 2018 – 2 728 907, а уже в 2021 это количество сократилось практически на 20% и составило 2 202 418 человек.

Следующей статистической информацией, на которую стоит обратить внимание – это количество турагентств в Клину. Как можно заметить по рисунку 2, количество турагентств практически пропорционально количеству отправленных на отдых туристов. Так, в 2016 году их было 350, в 2018– 388 шт., а в 2022году – 364 агентств.

Теперь перейдем к непосредственному финансовому анализу турагентства «Чемодан». Подробный анализ работы турагентства по месяцам по улетевшим туристам представлены на графиках: рисунок 2 – за 2021 год и рисунок 3 – за 2022 год.

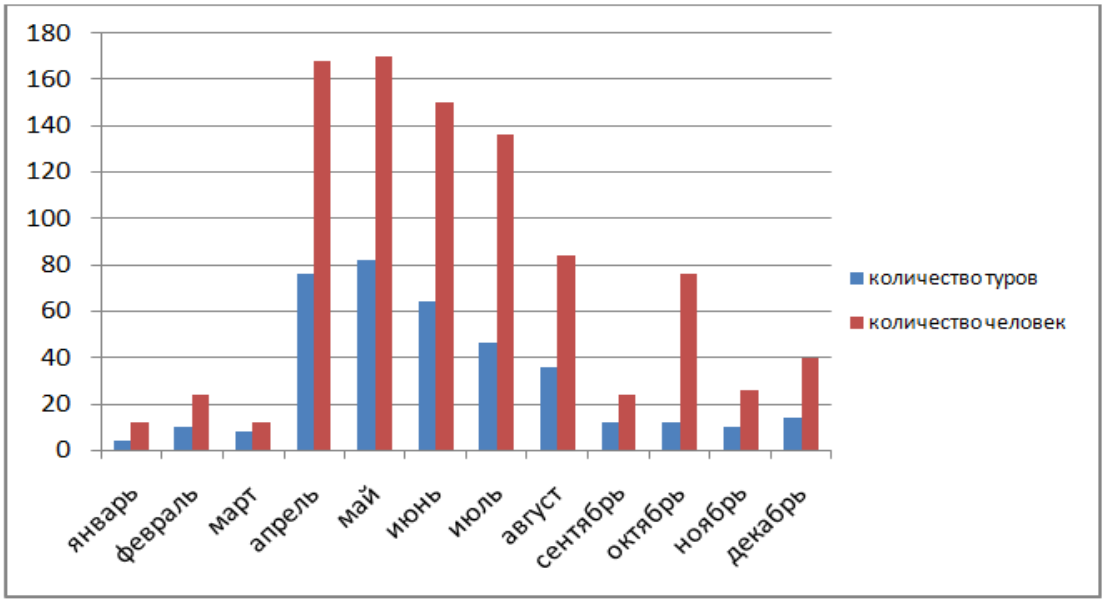

Рис. 2. Количество отправленных на отдых туристов турагентством «Чемодан» за 2021 год

По графикам можно сделать вывод, что месяца с апреля по июль являются самыми пиковыми в туристском бизнесе, а с января по март – самыми провальными именно поэтому акцент в развитии подарков и бонусов нужно сделать именно на них.

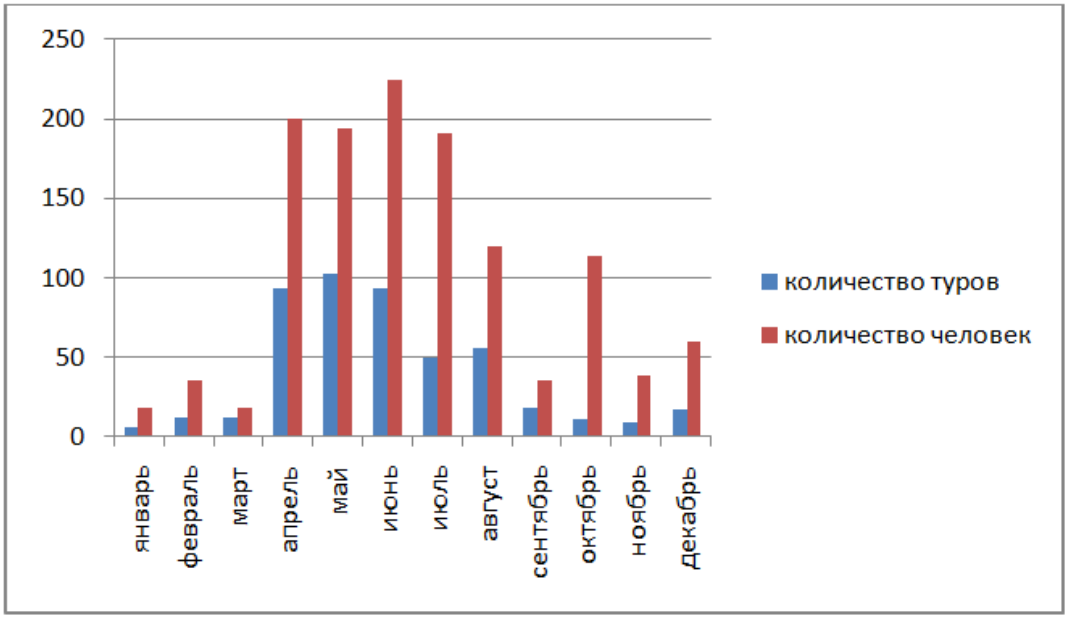

Рис. 3. Количество отправленных на отдых туристов турагентством «Чемодан» за 2022 год

Следующим критерием эффективности работы турагентства является процент повторных покупок. В туристском агентстве «Чемодан» за 2021год он равен 7%, а в 2022 – 10%. Целью внедрения программы лояльности является достижение повторных покупок 20% от общего числа клиентов.

Несмотря на то, что туристское агентство «Чемодан» работает со всеми направлениями отдыха туристов, у наших клиентов прослеживаются явные пристрастия при выборе мест отдыха (рис. 4 и рис. 5).

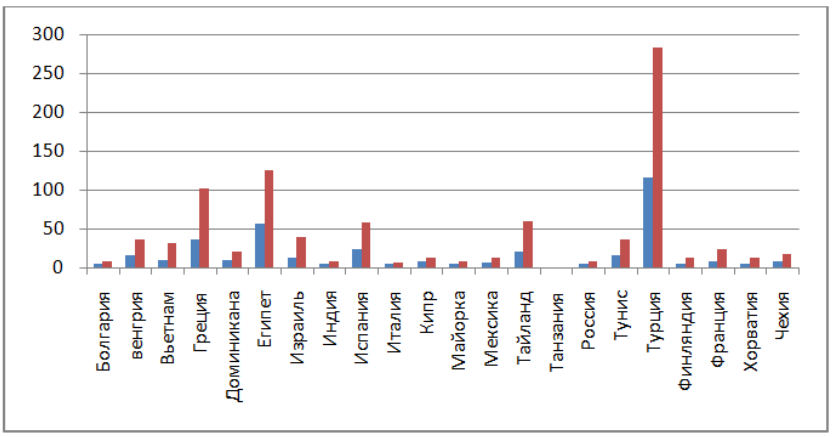

Рис. 4. График загруженности по странам клиентов турагентства «Чемодан» за 2021 год

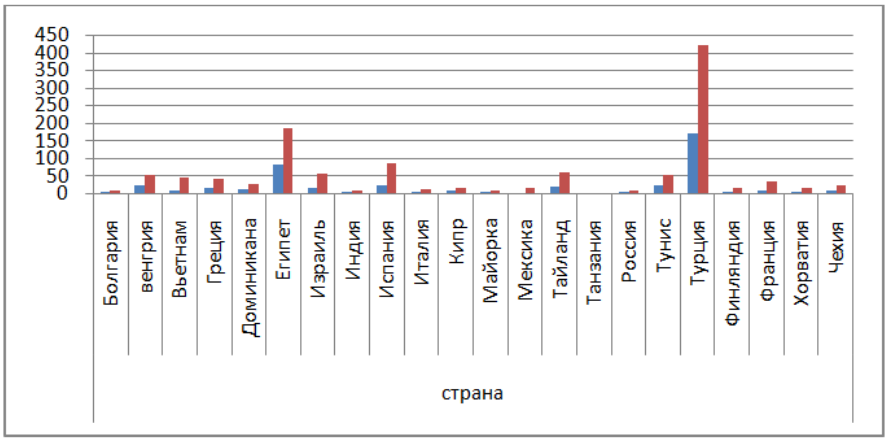

Рис. 5. График загруженности по странам клиентов турагентства «Чемодан» за 2022 год

ЗАДАНИЯ КЕЙСА:

1. Проработать и сформировать целевую аудиторию.
2. Разработать комплекс мероприятий по совершенствованию программы лояльности клиентов.
3. Разработать рекламную кампанию.