



УТВЕРЖДЕНО:
Советом филиала
ФГБОУ ВО «РГУТиС» в г. Махачкале
Протокол №15 от «26» июня 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.1.2 ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы *бакалавриата*

по направлению подготовки: 43.03.03 «Гостиничное дело»

направленность (профиль): «Гостиничная деятельность»

Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки: 2018

Разработчик:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н. Бахишев С.Д.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н., доцент Даитов В.В.</i>



1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина «Планирование деятельности предприятий туризма и гостеприимства» является частью первого блока программы бакалавриата 43.03.03 Гостиничное дело профиль «Гостиничная деятельность» и относится к дисциплинам по выбору вариативной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на дисциплинах программы: «Право», «Менеджмент», «Экономика и предпринимательство», «Основы гостиничного дела», «Социально-экономическая статистика в гостиничной деятельности»

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ОК-3- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ПК-3- владение навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других средств размещения.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с:

1. Изучением основ планирования, структурой и содержанием разделов плана предприятия гостиничного бизнеса;
2. Освоением методик планирования финансово-экономических показателей деятельности гостиничных предприятий и расчётов эффективности от реализации предлагаемых управленческих решений.

Предлагаемая программа ориентирована на ознакомление студентов с научным подходом изучения и овладения знаниями и пониманием основных принципов и методов планирования, базовыми умениями применять методы и технологии планирования на практике в деятельности предприятий индустрии гостеприимства. Данный курс позволит освоить студентам основы теоретических и практических знаний в области планирования; развить практические навыки по выполнению расчетов различных финансово-экономических показателей; получить практический опыт по использованию полученных знаний и навыков при разработке отдельных подразделов бизнес – планов предприятий.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Преподавание дисциплины ведётся на 3 курсе в 5 семестре продолжительностью 18 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов:

- лекции: поточная;
- практические занятия в форме: обсуждения докладов, решения кейсов, решения практических задач.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аудиторного тестирования, защиты проекта, промежуточная аттестация в форме экзамена в 5 семестре для очной и заочной форм обучения.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Ресурсы индустрии гостеприимства;
- Правовое обеспечение туризма и гостеприимства;
- Правовое обеспечение профессиональной деятельности;
- Разработка гостиничного продукта;
- Формирование гостиничного продукта.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы



№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1	ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
2	ПК-3	владение навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других средств размещения

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Планирование деятельности предприятий туризма и гостеприимства» является частью первого блока программы бакалавриата 43.03.03 Гостиничное дело профиль «Гостиничная деятельность» и относится к дисциплинам по выбору вариативной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на дисциплинах программы: «Право», «Менеджмент», «Экономика и предпринимательство», «Основы гостиничного дела», «Социально-экономическая статистика в гостиничной деятельности»

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Ресурсы индустрии гостеприимства
- Правовое обеспечение туризма и гостеприимства;
- Правовое обеспечение профессиональной деятельности;
- Разработка гостиничного продукта;
- Формирование гостиничного продукта.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5/180 зачетных единиц/
акад.часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Очная форма обучения

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			5			
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	92	92			
	в том числе:	-	-	-	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	34	34			
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	54	54			
	Семинары					
	Лабораторные работы					
	Практические занятия	54	54			



1.3	Консультации	2	2			
1.4	Форма промежуточной аттестации (экзамен)	2	2			
2	Самостоятельная работа обучающихся	88	88			
3	Общая трудоемкость час	180	180			
	з.е.	5	5			

Заочная форма обучения

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			5			
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	16	16			
	в том числе:	-	-	-	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	6	6			
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	6	6			
	Семинары					
	Лабораторные работы					
	Практические занятия	6	6			
1.3	Консультации	2	2			
1.4	Форма промежуточной аттестации (экзамен)	2	2			
2	Самостоятельная работа обучающихся	164	164			
3	Общая трудоемкость час	180	180			
	з.е.	5	5			



5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								Консультации	Форма	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы				
1-2	1. Особенности организации деятельности предприятий туризма и гостеприимства	1. Особенности функционирования предприятий туриндустрии	2	лекция	2	Обсуждение докладов							4	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала Подготовка докладов по тематике лекции
3-4		2. Требования мировой практики к планированию на	2	лекция	2	Обсуждение докладов							6	Изучение научно-практического материала по



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										Форма проведения СРО
			Контактная работа обучающихся с преподавателем							Консультации	Форма	СРО, академ. часов	
			Занятия лекционного типа, академ. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академ. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, академ. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, академ. часов	Форма проведения лабораторной работы			
		предприятиях индустрии гостеприимства											заданным вопросам
5		Текущий контроль 1			2	Аудиторное тестирование						6	Подготовка к тестированию
	2. Сущность и содержание планирования.	1. Предмет, методы, основные принципы, функции, цели и задачи планирования.	2		2	Обсуждение докладов						2	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала
10-11		2. Текущий план	4	лекция	2	Обсуждение						4	Ознакомление с ЭБС,



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								Консультации	Форма	СРО, акад.часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы				
		предприятия гостеприимства: структура и показатели				докладов								обобщение лекционного материала
12		3.Порядок разработки плана маркетинга. Эффективность маркетинговых мероприятий	4		6	Обсуждение докладов						6		Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
13		4. Планирование потребности в	4	лекция	6	Решение кейсов						6		Работа в ЭБС, обобщение



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										Форма проведения СРО
			Контактная работа обучающихся с преподавателем							Консультации	Форма	СРО, акад. часов	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы			
		персонале и средств на оплату труда											лекционного материала, докладов по основному материалу
14		Текущий контроль 2			2	Аудиторное тестирование						4	Подготовка к тестированию
15		5. Планирование организационной структуры управления предприятием гостиничной	4	лекция	6	Обсуждение докладов						6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										
			Контактная работа обучающихся с преподавателем							Консультации	Форма	СРО, академический час	Форма проведения
			Занятия лекционного типа, академический час	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академический час	Форма проведения практического занятия	Семинары, академический час	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, академический час	Форма проведения лабораторной работы			
		индустрии											материала к групповому проекту
16-17		6. Планирование затрат на оказание услуг	4		6	Решение практических задач						6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала подготовка материала к групповому проекту
		Текущий контроль 3			2	Аудиторное						6	Подготовка к



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										
			Контактная работа обучающихся с преподавателем							Консультации	Форма	СРО, акад. часов	Форма проведения
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы			
						тестирование							тестированию
		7. Планирование финансовых результатов	6	Лекция	6	Решение практических задач						10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту
18		8. Оценка эффективности плана	2	Лекция	2	Решение практических задач					2	10	Работа в ЭБС, обобщение лекционного



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										
			Контактная работа обучающихся с преподавателем							Консультации	Форма	СРО, акад. часов	Форма проведения
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы			
													материала, подготовка материала к групповому проекту
		Текущий контроль 4			8	Защита группового проекта						12	Подготовка к защите группового проекта
		Групповая консультация								2			



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Контактная работа обучающихся с преподавателем							Консультации	Форма СРО, акад. часов	Форма проведения
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы		
		Промежуточная аттестация – 2 часа (экзамен)										

Для заочной формы обучения:

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения				
			Контактная работа обучающихся с преподавателем			Консультации	Форма проведения СРО, акад. часов



			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы				
1-2	1. Особенности организации деятельности предприятий туризма и гостеприимства	1. Особенности функционирования предприятий индустрии гостеприимства 2. Требования мировой практики к планированию на предприятиях индустрии гостеприимства	1,0	лекция	0,5	Обсуждение докладов							14	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала
5		Текущий контроль 1			0,5	Аудиторное тестирование							20	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала
10-11	2. Сущность и	1. Предмет, методы,	1	Лекция	1,0	Обсуждение							14	Работа в ЭБС, обобщение



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								Консультации	неформ		
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы				
	содержание планирования.гостеприимства	основные принципы, функции, цели и задачи планирования. 2. Текущий план предприятия гостеприимства: структура и показатели 3.Порядок разработки плана маркетинга. Эффективность маркетинговых мероприятий				докладов								лекционного материала



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								Консультации	неформальный	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы				
		4. Планирование потребности в персонале и средств на оплату труда												
12		Текущий контроль 2			0,5	Аудиторное тестирование						20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала	
13		5. Планирование организационной структуры управления	1,0	Поточная лекция	1,0	Решений задач							14	Работа в ЭБС, обобщение лекционного



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								Консультации	неформальный	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы				
		предприятием туриндустрии 6. Планирование затрат на оказание услуг											материала, докладов по основному материалу	
14		Текущий контроль 3			0,5	Аудиторное тестирование						20	Подготовка к тестированию	
15		7. Планирование финансовых результатов	3,0	Лекция	1,0	Решение практических задач						14	Работа в ЭБС, обобщение лекционного	



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								Консультации	неформ	СРО, академ. часов
			Занятия лекционного типа, академ. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академ. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, академ. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, академ. часов	Форма проведения лабораторной работы			Форма проведения СРО
		8.Оценка эффективности плана											материала, подготовка материала к групповому проекту
16-17		Текущий контроль 4			1,0	Защита группового проекта							Подготовка презентации группового проекта.
		Групповая								2			



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								Консультации	неформальный	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы				
		консультация												
		Промежуточная аттестация (экзамен)								2				



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1.	Особенности функционирования предприятий индустрии гостеприимства – 4 часа/7 часов	Основная литература 1. Планирование на предприятии: Учебник / М.И. Бухалков. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - (Высшее образование: Бакалавриат) http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=426964 2. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. проф. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2017 - http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=883963 3. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / Горбунов В. Л. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2018. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=924762 Дополнительная литература 1. Волков А.С., Марченко А.А. В67 Бизнес-планирование: Учеб. пособие. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2016. Режим доступа http://znanium.com/catalog/product/534877 2. Инвестиционное бизнес-планирование: Учебное пособие / М.В. Чараева, Г.М. Лапицкая, Н.В. Крашенникова. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429037 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 1. Электронно-библиотечная система: . https://www.book.ru/ 2. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM: http://www.znanium.com/
2.	Требования мировой практики к планированию на предприятиях индустрии гостеприимства – 6 часов/7 часов	
	Текущий контроль 1 - аудиторное тестирование – 6 часов/20 часов	
1.	Предмет, методы, основные принципы, функции, цели и задачи планирования - 2 часа/3 часа	
2.	Текущий план предприятия гостеприимства: структура и показатели - 4 часа/4 часа	
3.	Порядок разработки плана маркетинга. Эффективность маркетинговых мероприятий - 6 часов/3 часа	
4.	Планирование потребности в персонале и средств на оплату труда - 6 часов/4 часа	
	Текущий контроль 2 - аудиторное тестирование – 4 часа/20 часов	
5.	Планирование организационной структуры управления предприятием туристической индустрии – 6 часов/7 часов	
6.	Планирование затрат на оказание услуг – 6 часов/7 часов	
	Текущий контроль 3 - аудиторное тестирование – 6 часов/20 часов	
7.	Планирование финансовых результатов – 10 часов/7 часов	
8.	Оценка эффективности плана - 10 часов/7 часов	
	Текущий контроль 4 - защита группового проекта – 12 часов/48 часов	

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№	Индекс	Содержание	Раздел	В результате изучения раздела дисциплины,
---	--------	------------	--------	---



пп	компе- тенции	компетенции (или ее части)	дисциплины, обеспечиваю- щий этапы формирование компетенции (или ее части)	обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1	ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельн ости	Все разделы	порядок планирован ия деятельност и предприяти й туризма и гостеприимс тва	формировать основные разделы плана предприятия гостиничной индустрии	методикой расчета показателей разделов плана предприятия гостиничной индустрии
2	ПК-3	владение навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других средств размещения	Все разделы	теоретическ ие основы определения затрат гостиничног о предприятия	определять затраты гостинично- ресторанного предприятия и других средств размещения	навыками использования аппарата расчёта затрат гостинично- ресторанного предприятия и других средств размещения

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Знание порядок планирования деятельности предприятий туризма и гостеприимства Умение формировать основные разделы плана предприятия гостиничной индустрии. Владение методикой расчета показателей разделов плана предприятия гостиничной индустрии	Аудиторное тестирование, защита проектов	Студент продемонстрировал знание порядка формирования разделов плана предприятия туристической индустрии. Демонстрирует умение анализировать исходные данные, рассчитывать экономические показатели Студент демонстрирует владение методикой расчета показателей разделов плана предприятия гостиничной индустрии	Закрепление способности использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
Знание теоретических основ определения затрат гостиничного предприятия Умение определять затраты гостинично-ресторанного	Аудиторное тестирование, защита проектов	Студент продемонстрировал знание теоретических основ определения затрат гостиничного	использование владения навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других



предприятия и других средств размещения Владение навыками использования аппарата расчёта затрат гостинично- ресторанного предприятия и других средств размещения		предприятия Демонстрирует определять затраты гостинично- ресторанного предприятия и других средств размещения Студент демонстрирует владение навыками использования аппарата расчёта затрат гостинично- ресторанного предприятия и других средств размещения	средств размещения
---	--	--	--------------------

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Контроль промежуточной успеваемости студентов по дисциплине «Планирование деятельности предприятий туризма и гостеприимства» строится на балльно-рейтинговой системе и заключается в суммировании баллов, полученных студентом по результатам текущего контроля и итоговой работы.

Текущий контроль реализуется в формах тестирования, оценки качества и активности работы на практических занятиях, анализа добросовестности и самостоятельности при написании творческих работ, решения задач, посещаемости занятий и т.д. В семестре по дисциплине «Планирование деятельности предприятий туризма и гостеприимства» устанавливаются мероприятия текущего контроля успеваемости (4 «контрольных точки»). Выполнение всех заданий текущего контроля является обязательным для студента и является основанием для допуска к промежуточной аттестации.

К критериям выставления рейтинговых оценок текущего контроля относятся:

Основные критерии:

- оценка текущей успеваемости по итогам работы на семинарах;
- оценки за письменные работы (рефераты, доклады, решение задач и др.);
- оценки текущей успеваемости по итогам интерактивных форм практических занятий (деловые игры, дискуссии и др.);
- посещение учебных занятий.

Дополнительные критерии:

- активность на лекциях и семинарских занятиях, интерес к изучаемому предмету;
- владение компьютерными методами изучения предмета, умение готовить презентации для конференций, использование Интернета, профессиональных баз данных при подготовке к занятиям и написании письменных работ;
- обязательное посещение учебных занятий;
- оценка самостоятельной работы студента;
- участие студента в работе организуемых филиалом круглых столов, конференций и пр.;
- общий уровень правовой культуры, эрудиция в области правовых проблем.



Результаты промежуточной аттестации определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно" (форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет).

В соответствии с Положением «о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата и программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам» рейтинговая оценка студентов по каждой учебной дисциплине независимо от ее общей трудоемкости, определяется по 100-балльной шкале в каждом семестре. Распределение баллов рейтинговой оценки между видами контроля рекомендуется устанавливать в следующем соотношении:

Посещаемость – посещение занятий лекционного типа (за исключением поточных) и занятий семинарского типа оценивается накопительно следующим образом: максимальное количество баллов, отводимых на учет посещаемости (30 баллов), делится на количество лекций (за исключением поточных) и практических занятий по дисциплине. Полученное значение определяет количество баллов, набираемых студентом за посещение одного занятия. По решению совета филиала ФГБОУ ВО «РГУТиС» в г. Махачкале посещаемость учебных занятий может не учитываться при оценивании результатов освоения дисциплин.

Успеваемость – оценка успеваемости выставляется за выполнение заданий текущего контроля по дисциплине. Как правило, в семестре 4 мероприятия текущего контроля (4 «контрольных точки»), причем выполнение всех 4 заданий текущего контроля является обязательным для студента. При обнаружении преподавателем в выполненном студентом задании плагиата данное задание оценивается 0 баллов и считается не выполненным.

Практические занятия (между «контрольными точками») проводятся в активной и интерактивной форме (дискуссии по изученному материалу, разбор ситуаций и т.п.), в аудитории или вне аудитории (на выставке, например). Несмотря на то, что преподаватель не оценивает в баллах студента на каждом занятии, в тоже время преподаватель фиксирует активность на занятии и при подведении итогов за семестр начисляет от 0 до 5 рейтинговых бонусных баллов за активность на занятиях.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации.

Для допуска к промежуточной аттестации обучающийся должен выполнить все мероприятия текущего контроля по дисциплине (не иметь задолженностей по текущей контролю успеваемости) и набрать в общей сложности не менее 51 балла.

Перевод рейтинговых баллов в итоговую 5 – балльную шкалу оценку осуществляется в соответствии с таблицей.

Баллы за семестр	Автоматическая оценка		Баллы за зачет	Баллы за экзамен	Общая сумма баллов	Итоговая оценка
	зачет	экзамен				
90-100*	зачет	5 (отлично)	-	-	90-100	5 (отлично)
71-89*	зачет	4 (хорошо)	-	0-20	71-89 90-100	4 (хорошо) 5 (отлично)
51-70*	зачет	3 (удовлетворительно)	-	0-20	51-70 71-89 90	3 (удовлетворительно) 4 (хорошо) 5 (отлично)



50 и менее	недопуск к зачету, экзамену	-	-	50 и менее	2 (неудовлетворительно), незачет
---------------	-----------------------------	---	---	---------------	--

* при условии выполнения всех заданий текущего контроля успеваемости

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	90 – 100% правильных ответов - 9 – 10 баллов
	70 – 89% правильных ответов – 7 - 8 баллов
	50 – 69% правильных ответов – 1 - 6 баллов
	менее 50% правильных ответов – 0 баллов

Средство оценивания – групповой проект

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении группового проекта

Критерии оценки	оценка
Полное статистическое исследование социально-экономического развития региона, муниципального образования с презентацией	26 – 35 баллов
Подготовленный проект с презентацией раскрывает не все направления статистического исследования развития региона, муниципального образования	16 – 25 баллов
Проект и презентация выполнены небрежно, не полностью раскрыты вопросы выбранной темы	1 – 15 баллов
Проект подготовлен не по теме, презентация отсутствует	0 баллов

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточного контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм промежуточного контроля

Решение ситуационных задач

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении кейсов (ситуационных задач)

Предел длительности контроля	30 мин.
Критерии оценки	– было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в кейсе (задаче); – были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией; – были использованы дополнительные источники информации для решения кейса(задачи);

	– были выполнены все необходимые расчеты; – подготовленные в ходе решения кейса документы соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию; – выводы обоснованы, аргументы весомы; – сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений
Показатели оценки	маж 10 баллов
«5», если (9 – 10) баллов	полный, обоснованный ответ с применением необходимых источников
«4», если (7 – 8) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: - не были выполнены все необходимые расчеты; - не было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в кейсе;
«3», если (5 – 6) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: - не были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией; - не были подготовленные в ходе решения кейса документы, которые соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию; - не были сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
8	Особенности организации деятельности предприятий туризма и гостеприимства	Текущий контроль 1 - Аудиторное тестирование	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трех-четырех предложенных.
11	Сущность и содержание планирования	Текущий контроль 2 - Аудиторное тестирование	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трех-четырех предложенных.
15	Сущность и содержание	Текущий контроль 3 -	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа.



	планирования	Аудиторное тестирование	Необходимо выбрать верный ответ из трех-четырех предложенных.
17	Сущность и содержание планирования	Текущий контроль 4 – защита группового проекта	Оформление проектов и презентаций в соответствии с требованиями. Количество слайдов презентации – 15-20. Формат файла презентации MS Power Point. Доклад – 7-8 мин. Результаты выполнения группового проекта предоставляются преподавателю в электронной форме

Тестовые материалы

1.Тестовые задания

Вариант 1

1. Планирование деятельности гостиничного предприятия– это:

- а). определение целей фирмы на перспективу;
- б). ресурсное обеспечение поставленных целей;
- в). контроль за выполнением поставленных целей;
- г). способы достижения целей;
- д). Все вышеперечисленное.

2. Совокупность конкретных методов и способов разработки планов развития как по предприятию в целом и его структурным подразделениям, так и в разрезе временных периодов с целью обеспечения их взаимосвязи и преемственности – это:

- а). техника планирования;
- б). методология планирования;
- в). методика планирования;
- г). технология планирования;
- д). техника и технология планирования.

3. Система требований к формированию планов, которая включает методы разработки плановых показателей и внутреннюю логику построения планов – это:

- а). техника планирования;
- б). методология планирования;
- в). методика планирования;
- г). технология планирования;
- д). техника и технология планирования.

4. Преимуществом планирования является то, что оно:

- а) приучает сначала думать, а потом делать;
- б) позволяет сделать ошибки сначала на самом деле, а потом - на бумаге;
- в) приучает полагаться исключительно на интуицию;
- г) избавляет руководителя от необходимости стимулировать творческую активность подчиненных.

5. По утверждению консультанта по управлению Пола Барроу, действительно хороший план:

- а) чаще всего получается с первой попытки;
- б) обычно удается со второй попытки;
- в) обычно удается с третьей попытки;
- г) получается, как правило, раза с десятого.



6. План, который составляется с целью повысить эффективность работы компании, должен иметь объем:

- а) значительно меньше 20-40 страниц;
- б) 20-40 страниц;
- в) значительно больше 20-40 страниц;
- г) 50 страниц.

7. Среди перечисленных ниже утверждений выберите неверное:

- а) резюме плана может быть длинным, если план составляется для привлечения капитала;
- б) резюме любого плана должно быть коротким;
- в) резюме любого плана должно занимать не более двух страниц;
- г) резюме любого плана должно быть исключительно позитивным.

8. Если вы хотите привлечь долевые инвестиции, то должны в своем плане составить финансовый прогноз на:

- а) 1 год;
- б) 3 года;
- в) 5 лет;
- г) 10 лет.

9. Коэффициент покрытия процентов показывает:

- а) способность компании вовремя выполнять краткосрочные обязательства за счет своих оборотных активов;
- б) рост продаж за год, выраженный в процентах;
- в) какую часть долгосрочного капитала составляют долгосрочные займы (выражается в процентах);
- г) способность компании выплачивать процентные платежи из прибыли (выражается в количестве раз).

10. Компания вполне рентабельна, у нее хороший денежный поток, но она не в состоянии финансировать необходимые для развития капитальные вложения. Данную ситуацию можно исправить, в частности, с помощью:

- а) банковского кредита;
- б) овердрафта;
- в) лизинга;
- г) долевого финансирования.

11. Процесс объединения клиентов в группы с аналогичными характеристиками называется:

- а) позиционированием;
- б) структурированием;
- в) сегментацией;
- г) дефрагментацией.

12. В рамках PEST-анализа рассматриваются, в частности, следующие аспекты:

- 1) тенденции в области здравоохранения, техники безопасности, охраны окружающей среды и защиты интересов потребителей, которые могут привести к принятию новых законов, влияющих на компанию;
- 2) влияние на работу компании новых технологий в банковской сфере;
- 3) расовые;
- 4) движение «зеленых».

13. Обеспечить лояльность бренду - это задача:

- а) стратегии сбыта;
- б) стратегии дифференциации;

- в) нишевой стратегии;
- г) стратегии лидерства в области затрат.

14. Процесс разработки практически любого нового товара или услуги предполагает:

- 1) создание опытного образца,
- 2) проектирование;
- 3) производство мелкой партии и пробный маркетинг;
- 4) исследование рынка;
- 5) полномасштабное производство и маркетинг.

15. Расставьте перечисленные действия в том порядке, в котором они должны выполняться на практике:

- а) 1 → 2 → 3 → 4 → 5;
- б) 2 → 1 → 3 → 4 → 5;
- в) 4 → 1 → 2 → 3 → 5;
- г) 4 → 2 → 1 → 3 → 5.

16. Считается, что лучший способ удержать хороших сотрудников:

- а) предоставлять им возможность продвижения по службе;
- б) правильно ими управлять;
- в) предоставить им хороший пакет вознаграждения;
- г) способствовать их обучению и повышению квалификации.

17. Среди приведенных ниже утверждений выберите верное:

- а) как только вы подготовите бизнес-план, приступайте к составлению следующего;
- б) у бизнес-плана не всегда есть «конечный срок реализации»;
- в) если ваши продажи и прибыль окажутся выше предусмотренных прогнозами, то пересматривать бизнес-план не обязательно;
- г) бизнес-план составляется раз и навсегда.

18. Как правило, к причинам разработки плана не относят стремление:

- а) повысить эффективность работы компании;
- б) увеличить штат сотрудников;
- в) получить одобрение вышестоящего руководства на реализацию той или иной идеи;
- г) привлечь капитал.

19. Текущая миссия и цели компании рассматриваются в разделе плана с названием:

- а) «Конкурентная бизнес-стратегия»;
- б) «Рынки и конкуренты»;
- в) «Компания и ее руководство»;
- г) «Управление компанией».

20. Если компания разрабатывает план, чтобы получить финансовую поддержку со стороны, то этот план должен содержать:

- а) миссию, цели, задачи и планы действий компании;
- б) только цели и задачи компании;
- в) только миссию и цели компании;
- г) только миссию, цели и задачи компании.

Вариант 2

1. Сколько основных фаз жизненного цикла имеет проект?

- 1) 4 2) 3 3) 5

2. Основные принципы планирования это:

- 1) Вариантность 2) Научная обоснованность 3) Неопределенность
- 4) Пошаговость 5) Системность

3. Предметом планирования является:

- 1) Совокупность действий и задач, обладающая следующими отличительными чертами: четкие (уникальные) цели; определенные сроки, ограниченные ресурсы
- 2) Предварительный текст какого либо документа
- 3) Технические документы – чертежи, расчеты, макеты создаваемых зданий, сооружений, машин, приборов и т.д.
- 4. Разделы плана, посвященные анализу общего положений предприятия**
 - 1) Резюме 2) План маркетинга 3) Организационный план
 - 4) Производственный план 5) Финансовый план
- 5. Основная цель раздела «План маркетинга»**
 - 1) Разработка стратегий и мероприятий маркетингового комплекса
 - 2) Организация систематизированных маркетинговых исследований
 - 3) Обеспечение планируемого объема продаж за счет маркетинговых мероприятий
- 6. Маркетинговое планирование предполагает:**
 - 1) маркетинговые исследования макроокружения и внутренней среды;
 - 2) проведение SWOT-анализа; 3) построение предположений;
 - 3) определение финансовых прогнозов.
- 7. Формирование стратегии продаж предусматривает:**
 - 1) определение целей бизнеса;
 - 2) разработку стратегий маркетинга;
 - 3) определение маркетинговых программ;
 - 4) составление бюджетов;
 - 5) пересмотр результатов и целей, маркетинговых стратегий и программ.
- 8. В каком разделе плана будут представлены ожидаемые финансовые результаты проекта?**
 - 1) Производственном плане 2) Финансовом плане 3) В резюме
 - 4) Плане маркетинга
- 9. Резюме составляют на основе:**
 - 1) данных консультантов 2) предварительно собранных материалов
 - 2) готовых пунктов плана
- 10. В каких случаях необходим маркетинговый контроль на предприятии?**
 - 1) при определении доли предприятия на рынке
 - 2) при определении расходов на маркетинг
 - 3) при возникновении отклонений от плана маркетинга в ходе его выполнения
- 11. Предлагаемая в плане организационная структура должна создать условия для производства продуктов при ...**
 - 1) уникальности продукта 2) создании нового рынка 3) минимизации издержек
- 12. Имеет ли смысл разрабатывать план при отсутствии плана маркетинга?**
 - 1) Да. 2) Нет. 3) Это зависит от решения руководства предприятия
- 13. К внешней среде бизнеса относят:**
 - 1) сферу, в которой предприятие осуществляет свою деятельность;
 - 2) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, на которые само предприятие не может влиять непосредственно;
 - 3) сферу, в которой предприятие не осуществляет свою деятельность;
 - 4) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, на которые само предприятие может влиять непосредственно.
- 14. К внутренней среде бизнеса относят:**
 - 1) общая среда, которая находится в рамках предприятия;

2) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, которые непосредственно подконтрольны предприятию;

3) часть общей среды, которая находится в рамках предприятия;

4) совокупность «факторов влияния» внутри предприятия, которые непосредственно подконтрольны предприятию

15. Проектирование организационной структуры управления предполагает планирование:

1) Системы управления бизнесом или проектом;

2) Численности персонала проекта;

3) Взаимосвязей управленческих групп и управленческих команд;

4) Все ответы верны

16. При разработке календарного плана учитываются:

1) Затраты времени на выполнение работ;

2) Сроки выполнения;

3) Последовательность проведения работ;

4) Учитываются все варианты

17. План производства содержит

1) описание продукта

2) технологию производства

3) расчет материальных затрат

4) описание местоположения бизнеса

5) все перечисленное

18. План маркетинга должен отражать вопросы, связанные с:

1) ценообразованием

2) продвижением продукта

3) технологией производства

4) все перечисленное

19. Резюме проекта составляется

1) в начале написания бизнес-плана

2) в конце написания бизнес-плана

20. В каком разделе плана используется SWOT-анализ?

1) план маркетинга

2) план производства

Вариант 3.

1. Целью финансового раздела бизнес – плана является:

1) Обоснование финансовой состоятельности проекта

2) Обоснование размера инвестиционных расходов

3) Разработка кредитный план проекта

2. Вписать недостающие элементы финансового раздела плана

1) План прибылей (убытков)

2) Прогноз денежных потоков

3) Прогнозный баланс активов и пассивов

3. Группировка статей плана денежных потоков

1) Денежные потоки от основной деятельности

2) Денежные потоки от инвестиционной деятельности

3) Денежные потоки от финансовой деятельности



4) Денежные потоки от маркетинговой деятельности

5) Денежные потоки от прочей деятельности

4. Назначение прогнозного баланса проекта:

1) Проверка синхронности изменения активов и пассивов

2) Анализ финансового положения проекта

3) Расчет финансовых коэффициентов

4) Расчет точки безубыточности

5) Оценка эффективности проекта

5. Существуют ли стандарты на структуру и содержание разделов планов?

1) структура и содержание определена стандартами IAS и GAAP

2) определяется Положениями по бухгалтерскому учету (ПБУ)

3) стандарта не существует

4) структура и содержание разделов определяется инвесторами

6. В каком разделе плана будут представлены ожидаемые финансовые результаты (бюджет проекта)?

1) в описании производства

2) в описании предприятия

3) в резюме

4) в финансовом плане

7. Какие основные плановые документы должны быть в финансовом плане?

1) план продаж

2) план прибылей и убытков

3) план балансов

4) план денежных потоков

5) все перечисленные выше

8. Какой документ в финансовом плане – самый важный для финансового менеджера?

1) план прибылей и убытков

2) план балансов

3) план денежных потоков

4) план распределения прибыли

5) все перечисленные выше планы

9. Какие финансовые решения относятся к разряду основных решений?

1) формирования оборотного капитала

2) создание основного капитала

3) оптимизация структуры капитала

4) распределение прибыли

10. При определении денежного потока учитывается ли амортизация?

1) да 2) нет

11. Укажите основные (возможные) причины образования дефицита денежных средств на расчетном счете предприятия (наличие отрицательного денежного потока в балансе наличности)?

1) снижение цен на рынке 2) низкие доходы

3) увеличение производственных расходов 4) высокие расходы

5) рост дебиторской задолженности 6) рост запасов

7) нерациональное использование средств

12. Основанием для начала работы над планом является ...

- 1) бизнес-идея 2) низкий объем продаж 3) отсутствие прибыли

13. В каком плановом документе отражается способность предприятия генерировать денежные средства?

- 1) в плане прибылей и убытков
2) в плане балансов
3) в плане денежных потоков
4) в плане распределения прибыли

14. Какие документы финансового плана используются для оценки финансово-хозяйственной деятельности проекта (плана)?

- 1) план продаж 2) план производства
3) план инвестиционных затрат
4) план прибылей и убытков 5) план балансов
6) план денежных потоков 7) план распределения прибыли

15. Какие значения коэффициента текущей (общей) ликвидности считаются допустимыми?

- 1) от 0,5 до 0,2 2) от 0,7 до 0,8 3) от 1 до 2 или 3

16. Что такое срок окупаемости проекта?

- 1) это время, в течение которого будут оплачиваться начальные инвестиции
2) это период времени, необходимый для возмещения затрат по проекту
3) это период времени, начиная с которого предприятие будет работать только на себя

17. Приоритетную ориентацию на привлечение ресурсов в бизнес рекомендуется использовать ... предприятиям

- 1) вновь создаваемым 2) любым 3) давно работающим на рынке

18. Аналитическая часть плана завершается ...

- 1) описанием проектируемого продукта
2) описанием стратегии выхода на рынок
3) исследованием рынка

19. В состав мер по реализации стратегии маркетинга входит ...

- 1) разработка концепции финансового плана
2) тактика работы с инвестором
3) участие в конкурсе по получению гранта

20. Под финансовой устойчивостью предприятия подразумевается состояние счетов предприятия, гарантирующее ...

- 1) быструю реализацию активов
2) его ликвидность
3) постоянное покрытие убытков
4) независимость предприятия от внешних источников финансирования

Примерная тематика групповых проектов

1. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг.
2. Разработка плана развития гостиницы.
3. Разработка плана спортивного развлекательного центра в гостинице.
4. Разработка плана культурного центра.
5. Разработка плана летнего кафе на базе отеля.
6. Планирование инвестиций в строительство СПА- комплекса на базе отеля



7. Техничко-экономическое обоснование потребности в кредите на приобретение транспортных средств для нужд отеля.
8. Маркетинговая стратегия гостиничного предприятия.
9. Организация рекламной кампании отеля в сети Internet.
10. Разработка рекламных мероприятий на примере конкретной гостиницы.
11. Разработка бизнес-плана финансового оздоровления гостиничного предприятия
12. Разработка мероприятий по совершенствованию качества приема и обслуживания туристов.
13. Исследование конкурентной среды турпредприятия.
14. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия.
15. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама

Промежуточная аттестация **Ситуационные задачи**

Задача 1.

Какой вариант цены следует выбрать гостинице, чтобы завоевать рынок сбыта: повысить цену одного номера до 3000 рублей или снизить цену продажи до 2500 руб. Конкурент предлагает аналогичные номера по цене 2600 руб. в сутки

Условия: постоянные затраты составляют 2500 тыс. руб., переменные – 85 руб./ед. При улучшении качества номера постоянные затраты возрастут до 3100 тыс. руб., удельные переменные издержки – 100 руб.

Задача 2.

Собственные средства гостиничного предприятия составляют 34 886 883 руб.,

заемные средства 8 889 508 руб.,

валюта баланса 43 776 391 руб.,

краткосрочные обязательства 3 095 938 руб.,

внеоборотные активы 26 971 216 руб.

Определите показатели финансовой независимости и устойчивости (автономии, зависимости, текущей задолженности, собственные оборотные средства).

Задача 3.

Рассчитайте величину плановой рентабельности проекта и срок окупаемости проекта для следующих условий:

Общая стоимость проекта – 20 000 000 руб.;

Загрузка – рассчитано на 14 двухместных номеров (28 мест), 12 люксов (28–56 мест), 2 VIP люкса (4–12 мест).

В целом, по ценовой политике, усреднено для простоты расчетов, можно взять общее количество мест – 96.

Средняя стоимость одного места – полный пансион (проживание, питание) в день – 2100 руб. (75 \$).

Учитывая сезонный характер эксплуатационного периода, а также необходимость понижающего коэффициента заполняемости – 0,7, примем за количество рабочих дней в месяц – 20 дней.

Как правило, общая сумма себестоимости услуг, а также различные налоги и отчисления составляют не более 50% от суммы дохода.

Задача 4.

На сколько изменится рентабельность затрат при росте заполняемости отеля на 10% (с 60% до 70%), если 60% заполняемости соответствует 235 номерам, постоянные затраты составляют в месяц 354000 руб., а себестоимость обслуживания номера в месяц составляет 350 руб., стоимость номера в сутки составляет 234 рубля, в месяце 30 дней?

Кейс 1

Какие изменения можно прогнозировать в туристском бизнесе России с учётом современных проблем в экономике, а также политической обстановки в мире? Предложите меры, способствующие развитию гостиничного бизнеса в новых условиях. Какие мероприятия помогут повысить продажи услуг отелей?

Кейс 2

Ваше предприятие хочет участвовать в конкурсном распределении инвестиционных централизованных ресурсов для реконструкции гостиницы «Москва». Каким макетом бизнес-плана нужно воспользоваться, чтобы принять участие в конкурсе? Составьте резюме проекта.

Кейс 3

Grand Hotel De Bordeaux & Spa расположен в старинном здании в самом сердце мировой винной столицы Бордо. Отель ориентируется на гостей с достатком выше среднего, даже начальные цены за одну ночь на порядок выше среднерыночных. Основными постояльцами на сегодняшний день являются представители Китая и Великобритании. Также услугами отеля пользуется немало туристов из других стран Европы, иногда из России.

Регион Бордо пока уступает по популярности Лазурному берегу Франции и горнолыжным курортам среди российской аудитории. Вероятно, это связано с не слишком большой осведомленностью о возможностях времяпрепровождения в Бордо, помимо посещений винных шато.

Первоочередной задачей PR-кампании была организация знакомства с регионом, освещение сотрудничества отеля с культурным центром города, и как следствие привлечение платежеспособной аудитории, в том числе часто путешествующих и проживающих за пределами родины россиян (большинство из них, прибыв в Бордо, останавливается не в отелях, а при шато).

Достичь этого предполагалось, рассказав не только об уникальных предложениях и конкурентных преимуществах отеля Grand Hotel De Bordeaux & Spa, но также в целом о регионе Бордо, его наследии, развлечениях и, конечно, о вине. К тому же, требовалось напомнить основной массе туристов из Китая и Великобритании об отеле, рассказать о ряде нововведений и повысить узнаваемость гостиницы в целом.

Что необходимо сделать для успешного решения поставленной цели? Ваши действия.

7.4. Содержание занятий семинарского типа.

Занятия семинарского типа – одна из форм учебных занятий, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение различных умений и навыков.

Занятие семинарского типа представляет собой комплексную форму и завершающее звено в изучении предусмотренных в рабочей программе тем дисциплины. Комплексность данной формы занятий определяется тем, что в ходе проведения занятия сочетаются



выступления студентов и преподавателя; положительное толкование (рассмотрение) обсуждаемой проблемы и анализ различных, часто дискуссионных позиций; обсуждение мнений студентов и разъяснение (консультация) преподавателя; углубленное изучение теории и приобретение навыков умения ее использовать в практической работе.

Количество часов занятий семинарского типа по дисциплине определено рабочим учебным планом направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

Занятия семинарского типа проводятся в форме практических занятий.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

Тематика практических занятий

Раздел 1. Особенности организации деятельности предприятий туризма и гостеприимства

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: Обсуждение сообщений

Тема и содержание занятия: Особенности функционирования предприятий индустрии гостеприимства

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие услуги, основные характеристики услуг туристической индустрии
2. Понятие и виды гостиничных услуг
3. Качество гостиничных услуг
4. Современные тенденции развития гостиничного сервиса
5. Туристические услуги и их классификация

Цель занятия: повторение и углубление базовых понятий о деятельности предприятий туризма и гостеприимства

Практические навыки: углубление знаний процесса организации деятельности турпредприятий в процессе практического занятия.

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Требования мировой практики к планированию на предприятиях индустрии гостеприимства

Вопросы для обсуждения:

1. Общие требования, предъявляемые к планированию
2. Требования мировой практики к планированию
3. Виды планов
4. Схемы планирования
5. Структура плана

Цель занятия: изучение общих требований к планированию деятельности турпредприятий.

Практические навыки: знать общие требования к планированию деятельности турпредприятий в процессе практического занятия.

Раздел 2. Сущность и содержание планирования

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Предмет, методы, основные принципы, функции, цели и задачи планирования.

Вопросы для обсуждения:

1. Основы и цель планирования
2. История развития планирования в России
3. Принципы и функции планирования.
4. Задачи планирования.
5. Специфика организованных покупателей на рынке гостиничных услуг

Цель занятия: изучение основных понятий планирования.

Практические навыки: знать методы и принципы планирования и умение их применять в процессе практического занятия.

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Текущий план предприятия гостеприимства: структура и показатели

Вопросы для обсуждения:

1. Внутренняя и внешняя среда турпредприятия.
2. Анализ рынка.
4. Анализ конкурентов.
5. Методы анализа внутренней среды и внешнего окружения предприятия.

Цель занятия: изучение вопросов анализа внутренней и внешней среды турпредприятия.

Практические навыки: умение составлять текущий план предприятия.

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: Решение кейсов

Тема и содержание занятия: Порядок разработки плана маркетинга. Эффективность маркетинговых мероприятий

Вопросы для обсуждения:

1. Сегментация рынка гостиничных услуг.
2. Анализ и оценка рынков сбыта услуг и продукта гостиницы
2. Анализ рыночной конъюнктуры,
3. Характеристика конкурентов, их стратегии и тактики.

Цель занятия: изучение вопросов составления плана маркетинга турпредприятия.

Практические навыки: умение составлять план маркетинга предприятия.

Примеры кейсов

Кейс 1

Какие изменения можно прогнозировать в туристском бизнесе России с учётом современных проблем в экономике, а также политической обстановки в мире? Предложите меры, способствующие развитию гостиничного бизнеса в новых условиях. Какие мероприятия помогут повысить продажи услуг отелей?

Кейс 2

Grand Hotel De Bordeaux & Spa расположен в старинном здании в самом сердце мировой винной столицы Бордо. Отель ориентируется на гостей с достатком выше среднего, даже начальные цены за одну ночь на порядок выше среднерыночных. Основными постояльцами на сегодняшний день являются представители Китая и Великобритании. Также услугами отеля пользуется немало туристов из других стран Европы, иногда из России.

Регион Бордо пока уступает по популярности Лазурному берегу Франции и горнолыжным курортам среди российской аудитории. Вероятно, это связано с не слишком большой осведомленностью о возможностях времяпрепровождения в Бордо, помимо посещений винных шато.

Первоочередной задачей PR-кампании была организация знакомства с регионом, освещение сотрудничества отеля с культурным центром города, и как следствие привлечение платежеспособной аудитории, в том числе часто путешествующих и проживающих за пределами родины россиян (большинство из них, прибыв в Бордо, останавливается не в отелях, а при шато).

Достичь этого предполагалось, рассказав не только об уникальных предложениях и конкурентных преимуществах отеля Grand Hotel De Bordeaux & Spa, но также в целом о регионе Бордо, его наследии, развлечениях и, конечно, о вине. К тому же, требовалось напомнить основной массе туристов из Китая и Великобритании об отеле, рассказать о ряде нововведений и повысить узнаваемость гостиницы в целом.

Что необходимо сделать для успешного решения поставленной цели? Ваши действия.

Кейс 3

Представить рекламную стратегию гостиницы по выбору студента в виде таблицы:

Вид рекламы	Как реализован	Эффективность (преимущества и недостатки)
Рассылка рекламных писем – предложений отдельным покупателям		
Вывески в торговых точках		
Теле- и радиореклама		
Рекламные объявления в газетах и журналах		
Рекламные щиты на улицах вдоль автомагистралей, издание плакатов		
Реклама на мелких товарах (календарях, ручках)		
Издание брошюр		
Реклама в телефонных справочниках		
Издание рекламных проспектов		

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: Решение кейсов

Тема и содержание занятия: Планирование потребности в персонале и средств на оплату труда

Вопросы для обсуждения:

1. Ключевой управленческий персонал;
2. Профессиональные советники и услуги;
3. Персонал гостиницы;
4. Кадровая политика гостиницы
5. Виды и формы оплаты труда
6. Состав фонда оплаты труда
7. Методы стимулирования работников турпредприятия

Цель занятия: изучение вопросов кадровой политики гостиничного предприятия.

Практические навыки: умение составлять план потребности в персонале и средств на оплату труда работников гостиничного предприятия.

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Планирование организационной структуры управления предприятием туриндустрии

Вопросы для обсуждения:

1. Организационная структура управления турпредприятием
2. Календарный план
3. План социального развития
4. Правовое обеспечение деятельности гостиничного предприятия.

Цель занятия: изучение вопросов составления организационного плана турпредприятия.

Практические навыки: умение составлять организационный план предприятия.

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: Решение практических задач

Тема и содержание занятия: Планирование затрат на оказание услуг

Вопросы для обсуждения:

1. Прогнозирование объема продаж
2. Оценка прямых материальных затрат
3. Расходы по оплате труда
4. Оценка накладных расходов
5. Смета себестоимости предоставленных услуг
6. Расчёт коммерческих и управленческих расходов

Практическое задание

Задача 1. Определите прибыль (убыток) планируемого года, если:

№№	Показатель	Сумма (тыс.руб.)
1.	Выручка от реализации товаров Себестоимость товаров	350000 220000
2.	Прибыль (убыток) от реализации услуг	



3.	Доходы от внереализационных операций, в т.ч. - доходы по ценным бумагам - доходы от долевого участия в деятельности других предприятий	580 420
4.	Операционные доходы: - от прочей реализации -арендные платежи	550 700
5.	Операционные расходы: - по прочей реализации -амортизация и обслуживание имущества, сданного в аренду	90 210
6.	Внереализационные доходы: - поступления в возмещение причиненных предприятию убытков - курсовые разницы	2 100 2 600
7.	Внереализационные расходы: - курсовые разницы - налог на имущество организаций	1 800 650
8.	Прибыль (убыток) планируемого года	

Ситуация 1. Распределите затраты на постоянные (Р пост.) или переменные (Р пер.):

- а) административно-управленческие расходы;
- б) сдельная заработная плата рабочих;
- в) повременная заработная плата рабочих;
- г) материальные затраты (сырье и основные материалы);
- д) амортизационные отчисления;
- е) арендные платежи;
- ж) имущественные и местные налоги;
- з) оплата труда служащих;
- и) топливо и энергия на технологические нужды.

Ситуация 2. Сгруппируйте затраты по элементам:

- а) сырье и материалы;
- б) топливо и энергия на технологические нужды;
- в) отопление и освещение заводоуправления;
- г) заработная плата персонала транспортного цеха;
- д) амортизация оборудования цеха;
- е) канцелярские расходы;
- ж) начисление социального налога на зарплату;
- з) страховые взносы на добровольное личное страхование работников;
- и) заработная плата служащих;
- к) комплектующие изделия;
- л) тара;
- м) амортизация электронно-вычислительной техники;
- н) рекламные расходы.

Цель занятия: изучение вопросов составления финансового плана гостиничного предприятия.

Практические навыки: умение составлять финансовый план предприятия..

Практическое занятие 7.

Вид практического занятия: Решение практических задач

Тема и содержание занятия: Планирование финансовых результатов

Вопросы для обсуждения:

1. План доходов и расходов
2. Денежные потоки гостиницы
3. Отчет о прибылях и убытках
4. Баланс денежных расходов и поступлений
5. Прогнозный баланс активов и пассивов (для предприятия)
6. Анализ безубыточности
7. Стратегия финансирования

Цель занятия: изучение вопросов составления плана финансовых результатов турпредприятия.

Практические навыки: умение составлять плана финансовых результатов предприятия..

Практическое занятие 8.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Оценка эффективности плана

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие эффективности планирования
2. Показатели эффективности
3. Производственные риски
4. Имущественный риск
5. Финансовый риск
6. Валютный риск.
7. Методы страхования рисков: балансовый, опытно-статистический, нормативный, экономико-математический.

Цель занятия: изучение вопросов оценки эффективности планирования и возможных рисков предприятия.

Практические навыки: умение выявлять возможные риски плана предприятия.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература

1. Планирование на предприятии: Учебник / М.И. Бухалков. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - (Высшее образование: Бакалавриат) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=426964>
2. Бизнес-планирование: Учебник / Под ред. проф. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2017 - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=883963>
3. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / Горбунов В. Л. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2018. Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=924762>

8.2 Дополнительная литература

1. Волков А.С., Марченко А.А. В67 Бизнес-планирование: Учеб. пособие. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2016. Режим доступа <http://znanium.com/catalog/product/534877>
2. Инвестиционное бизнес-планирование: Учебное пособие / М.В. Чараева, Г.М. Лапицкая, Н.В. Крашенникова. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429037>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронно-библиотечная система: . <https://www.book.ru/>
2. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM: <http://www.znanium.com/>
3. Информационная справочная система: информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ <http://www.garant.ru/>

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office

1. Профессиональная база данных: база данных государственной статистики Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
2. Профессиональная база данных: база социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения <https://wciom.ru/database/>
3. Профессиональная база данных: Федеральный перечень туристских объектов Министерства культуры РФ. <http://xn----7sba3acabbldhv3chawrl5bzn.xn--p1ai/>
4. Профессиональная база данных: Открытые данные Ростуризма. <http://opendata.russiatourism.ru/opendata>
5. Профессиональная база данных: Открытые данные Министерства культуры РФ. <http://opendata.mkrf.ru/>
6. Профессиональная база данных: Министерство экономического развития Российской Федерации: <http://economy.gov.ru/minec/main>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины предусматривает аудиторную (работа на лекциях и практических занятиях) и внеаудиторную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям) работу обучающегося.

В качестве основной методики обучения была выбрана методика, включающая - совокупность приёмов, с помощью которых происходит целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями и навыками.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине Планирование деятельности предприятий туризма и гостеприимства в предлагаемой методике обучения выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся.

Лекции

На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Изложение лекционного материала рекомендуется проводить в мультимедийной форме (презентаций). Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала.

- занятия семинарского типа:

Практические занятия по дисциплине «Планирование деятельности предприятий туризма и гостеприимства» проводятся с целью приобретения практических навыков в области планирования, основных разделов бизнес-плана предприятия сферы сервиса.

Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий, направленных на усвоение научно-теоретических основ планирования, приобретение практических навыков и овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Выполнения практической работы студенты производят в письменном виде, в виде презентаций и докладов, а также эссе и рефератов. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет, в электронном и печатном виде. - лекции: поточная;

- практические занятия в форме обсуждения докладов, решения кейсов, решения практических задач:

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой практикума выступают типовые задачи, которые должен уметь решать специалист в области сервиса.

- самостоятельная работа обучающихся

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической литературой и технической документацией, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Планирование деятельности предприятий туризма и гостеприимства», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- овладение фундаментальными знаниями;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности

студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Планирование деятельности предприятий туризма и гостеприимства» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;

- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «Планирование деятельности предприятий туризма и гостеприимства» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория, специализированная учебная мебель. ТСО: видеопроекционное оборудование; ноутбук с возможностью подключения к сети Интернет Доска.
Занятия семинарского типа	Учебная аудитория, специализированная учебная мебель. ТСО: переносное видеопроекционное оборудование для презентаций. Доска.
Самостоятельная работа обучающихся	Помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель ТСО: Автоматизированные места студентов с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду. Помещение для самостоятельной работы в читальном зале библиотеки филиала, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»