



УТВЕРЖДЕНО:
Советом филиала
ФГБОУ ВО «РГУТиС» в г. Махачкале
Протокол №2 от «24» сентября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

Шифр	Наименование дисциплины
Б1.О.19	Бизнес-планирование на предприятиях туризма

Основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата
по направлению подготовки: 43.03.02 «Туризм»
направленность (профиль): «Технология и организация услуг на предприятиях
индустрии туризма»
Квалификация: бакалавр
Год начала подготовки: 2021

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.ф.н. Курбанова А.М.</i>



1. Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Бизнес-планирование на предприятиях туризма» является частью первого блока программы бакалавриата 43.03.02 «Туризм» профиль «Технология и организация услуг на предприятиях индустрии туризма» и относится к дисциплинам обязательной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме», «Социально-экономическая статистика и статистика туризма».

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность деятельности организаций избранной сферы профессиональной деятельности в части:

ОПК-5.1 – Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы;

ОПК-5.2 – Принимает экономически обоснованные управленческие решения;

ОПК-5.3 – Обеспечивает экономическую эффективность туристского предприятия.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с:

1. Изучением основ бизнес-планирования, структурой и содержанием разделов бизнес-плана предприятия туристской индустрии;

2. Освоением методик планирования финансово-экономических показателей деятельности предприятий туристской индустрии и расчетов 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 бизнес-планирования, базовыми умениями применять методы и технологии бизнес-планирования на практике в деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Данный курс позволит освоить студентам основы теоретических знаний в области бизнес-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. Обучающиеся знакомятся с оценкой и планированием потребностей департаментов (служб и отделов) в материальных ресурсах и персонале, планированием текущей деятельности предприятий и комплексов туристской индустрии, формированием в них системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Преподавание дисциплины ведется на 3 курсе на 6 семестре продолжительностью 18 недель для очной формы обучения и на 3 курсе в 5 и 6 семестрах для заочной формы обучения и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекций (34 часа / 6 часов), занятий семинарского типа (36 часов / 6 часов) в форме обсуждения докладов, решения типовых задач, решения практических задач, самостоятельная работа обучающихся (106 часов / 164 часа), групповые консультации и (или) индивидуальная работа обучающихся с преподавателем (2 часа / 2 часа), промежуточная аттестация (2 часа / 2 часа).

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования, выполнения индивидуального (группового) проекта, промежуточная аттестация в форме экзамена (6 семестр).

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при



изучении следующих дисциплин:

- Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

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	ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность деятельности организаций избранной сферы профессиональной деятельности в части:
	ОПК-5.1	Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы
	ОПК-5.2	Принимает экономически обоснованные управленческие решения
	ОПК-5.3	Обеспечивает экономическую эффективность туристского предприятия

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Бизнес-планирование на предприятиях туризма» является частью первого блока программы бакалавриата 43.03.02 «Туризм» профиль «Технология и организация услуг на предприятиях индустрии туризма» и относится к дисциплинам обязательной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме», «Социально-экономическая статистика и статистика туризма».

Формирование компетенции ОПК-5 начинается с дисциплины «Экономика и предпринимательство в туризме» и продолжает закрепляться в дисциплинах «Социально-экономическая статистика и статистика туризма» и завершает свое формирование в защите выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защит

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

- Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

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 зачетных единиц/ 180 акад.часов зачетных единиц/ акад.часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)



№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры	
			5	6
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	74	2	14
	в том числе:	-	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	6	2	4
1.2	Занятия семинарского типа	6		6
	Семинары	3		3
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	3		3
1.3	Групповые консультации и (или) индивидуальная работа обучающихся с преподавателем	2		2
1.4	Промежуточная аттестация (экзамен)	2		2
2	Самостоятельная работа обучающихся	164	34	130
3	Общая трудоемкость час	180	36	144
	з.е.	5	1	4

Для заочной формы обучения:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры	
			5	6
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	16	2	14
	в том числе:	-	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	6	2	4
1.2	Занятия семинарского типа	6		6
	Семинары	3		3
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	3		3
1.3	Групповые консультации и (или) индивидуальная работа обучающихся с преподавателем	2		2
1.4	Промежуточная аттестация (экзамен)	2		2
2	Самостоятельная работа обучающихся	164	34	130
3	Общая трудоемкость час	180	36	144
	з.е.	5	1	4



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

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									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	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	
1-2	1. Сущность и содержание бизнес-планирования.	1. Предмет, методы, сущность бизнес-плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования.	2	лекция			1	Обсуждение докладов				4	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала
3-4		2. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам. Структура проекта.	2	лекция			1	Обсуждение докладов				6	Подготовка к практическому занятию, 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										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	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
														материала
5		Текущий контроль 1			2	Аудиторное тестирование							8	Подготовка тестированию
10-11	2. Методика разработки бизнес- плана предприятия туристской индустрии	1.Бизнес- идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований.	4	лекция	2	Обсуждение докладов							6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
12		2. Анализ внутренней и внешней среды турпредприятия	4	лекция			2	Обсуждение докладов					6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
13		3. План маркетинга	4	лекция	6	решение типовых задач							6	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										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	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
														материала
14		Текущий контроль 2			2	Аудиторное тестирование							8	Подготовка к тестированию
15		4. Разработка нового турпродукта и услуг	4	лекция			2	Обсуждение докладов					6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
16-17		5.Организационный план	4	лекция	6	решение типовых задач							8	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
		Текущий контроль 3			2	Аудиторное тестирование							8	Подготовка к тестированию
		6. Финансовый план	6	лекция	6	Решение практических задач							6	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										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	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации		
														материала, подготовка материала к групповому проекту
		7. Инвестиционный план	2	Лекция	2	Решение практических задач							6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту
		8.Страхование и риски бизнес-планов	2	Лекция	2	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									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	Консультации, акад. часов			Форма проведения консультации
														материала к групповому проекту
18		Текущий контроль 4						Защита группового проекта					22	Подготовка группового проекта.
	Консультации										2			
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 по запросу вмдоф	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. Сущность и содержание бизнес-планирования.	1. Предмет, методы, сущность бизнес- плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования. 2. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам. Структура проекта.	1,0	лекция			0,5	Обсуждение сообщений				14	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала
5		Текущий контроль 1			0,5	Аудиторное тестирование						20	Ознакомление с ЭБС, обобщение 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	видео	СРО, акад. часо	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				
10-11	2. Методика разработки бизнес-плана предприятия туриндустрии	1.Бизнес- идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований. 2. Анализ внутренней и внешней среды турпредприятия	1,0	Лекция	0,5	Решений задач							14	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
12		Текущий контроль 2			0,5	Аудиторное тестирование							20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
13		3. План маркетинга 4. Разработка туристских товаров и услуг	1,0	Лекция	0,5	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	видео	СРО, акад. часо	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				
		5.Организационный план											материала, докладов по основному материалу	
14		Текущий контроль 3			0,5	Аудиторное тестирование						20	Подготовка к тестированию	
15		6. Финансовый план 7. Инвестиционный план 8.Страхование и риски бизнес-планов	3,0	Лекция	0,5	Решение практических задач						14	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка группового проекта	



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	СРО, акад.часо	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				
16-17		Текущий контроль 4					2,5	Защита группового проекта				48	Подготовка презентации группового проекта.	
	Текущая аттестация										2			
Промежуточная аттестация (экзамен) - 2 часа														

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. Сущность и содержание бизнес-планирования.		8.1. Основная литература 1. Баринов В.А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / В.А. Баринов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. – 272 с. – ЭБС Znanium.com http://znanium.com/catalog/product/652953
1.	Предмет, методы, сущность бизнес-плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования. – 4 часа / 7 часов	
2.	Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам. Структура проекта. – 6 часов / 7 часов	2. Морошкин В.А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 288 с. – ЭБС Znanium.com http://znanium.com/catalog/product/562877
	Аудиторное тестирование – 8 часов / 20 часов	
2. Методика разработки бизнес-плана предприятия туриндустрии		3. 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
1.	Бизнес-идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований. - 6 часов / 7 часов	
2.	Анализ внутренней и внешней среды предприятия - 6 часов / 7 часов	8.2. Дополнительная литература 1. 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
3.	План маркетинга - 6 часов / 5 часов	
	Аудиторное тестирование – 8 часов / 20 часов	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
4.	Разработка нового турпродукта и услуг – 6 часов / 5 часов	
5.	Организационный план – 8 часов / 4 часа	3. Планирование на предприятии: Учебник / В.В. Янковская. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 425 с. ЭБС Znanium.com http://znanium.com/catalog/product/367874
	Аудиторное тестирование – 8 часов / 20 часов	
6.	Финансовый план – 6 часов / 5 часов	4. Планирование на предприятии: Учебник / М.И. Бухалков. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 411 с. ЭБС Znanium.com http://znanium.com/catalog/product/426964
7.	Инвестиционный план - 6 часов / 5 часов	
8.	Страхование и риски бизнес-плана – 6 часов / 4 часа	
	Защита группового проекта – 22 часа / 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

№ пп	Индекс компе- тенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечиваю- щий этапы формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1	ОПК-5.	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность деятельности организаций избранной сферы профессиональной деятельности в части:				
	ОПК-5.1	Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы.	Все разделы	порядок формирования разделов бизнес-плана предприятия туриндустрии	формировать основные разделы бизнес-плана предприятия туриндустрии	методикой расчета показателей разделов бизнес-плана предприятия туриндустрии
	ОПК-5.2	Принимает экономически обоснованные управленческие решения	Все разделы	методы экономического обоснования выбора управленческих решений на предприятии туриндустрии	оценивать экономический эффект от принятия управленческого решения на предприятии туриндустрии	навыками экономического обоснования принятия управленческих решений на предприятии туриндустрии
	ОПК-5.3	Обеспечивает экономическую эффективность туристского предприятия	Все разделы	принципы обеспечения экономической эффективности деятельности туристского предприятия	рассчитать и выбрать наиболее эффективный план деятельности туристского предприятия	навыками расчета и выбора наиболее эффективного плана деятельности туристского предприятия

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
Знает порядок формирования разделов бизнес-плана предприятия туриндустрии Умеет формировать основные разделы бизнес-плана предприятия туриндустрии Владеет методикой расчета показателей разделов бизнес-плана предприятия туриндустрии	Аудиторное тестирование Защита индивидуального (группового) проекта	Студент знает порядок формирования разделов бизнес-плана предприятия туриндустрии Студент умеет формировать основные разделы бизнес-плана предприятия туриндустрии Студент владеет методикой расчета показателей разделов бизнес-плана предприятия	Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы.

		туриндустрии	
Знает методы экономического обоснования выбора управленческих решений на предприятии туриндустрии Умеет оценивать экономический эффект от принятия управленческого решения на предприятии туриндустрии Владеет навыками экономического обоснования принятия управленческих решений на предприятии туриндустрии	Аудиторное тестирование Защита индивидуального (группового) проекта	Студент знает методы экономического обоснования выбора управленческих решений на предприятии туриндустрии Студент умеет оценивать экономический эффект от принятия управленческого решения на предприятии туриндустрии Студент владеет навыками экономического обоснования принятия управленческих решений на предприятии туриндустрии	Принимает экономически обоснованные управленческие решения
Знает принципы обеспечения экономической эффективности деятельности туристского предприятия Умеет рассчитать и выбрать наиболее эффективный план деятельности туристского предприятия Владеет навыками расчета и выбора наиболее эффективного плана деятельности туристского предприятия	Аудиторное тестирование Защита индивидуального (группового) проекта	Студент знает принципы обеспечения экономической эффективности деятельности туристского предприятия Студент умеет рассчитать и выбрать наиболее эффективный план деятельности туристского предприятия Студент владеет навыками расчета и выбора наиболее эффективного плана деятельности туристского предприятия	Обеспечивает экономическую эффективность туристского предприятия

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Контроль промежуточной успеваемости студентов по дисциплине строится на балльно-рейтинговой системе и заключается в суммировании баллов, полученных студентом по результатам текущего контроля и итоговой аттестации.

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

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 потоковых) и занятий семинарского типа оценивается накопительно следующим образом: максимальное количество баллов, отводимых на учет посещаемости (30 баллов), делится на количество лекций (за исключением потоковых) и практических занятий по дисциплине. Полученное значение определяет количество баллов, набираемых студентом за посещение одного занятия.

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.

Занятия семинарского типа (между «контрольными точками») проводятся в активной и интерактивной форме (дискуссии по изученному материалу, разбор ситуаций и т.п.), в аудитории. 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 контрольной 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 экзамену	к зачету,	-	-	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	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания – групповой проект

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

Критерии оценки	оценка
Разработан подробный бизнес-план с презентацией	26 – 35 баллов
Подготовленный проект с презентацией, имеются отдельные недочеты	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

Средство оценивания – задача

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении заданий промежуточного контроля

оценочная шкала промежуточного контроля

Процентный интервал оценки	оценка
менее 50% правильных ответов	2
51% - 70% правильных ответов	3
71% - 85% правильных ответов	4
86% - 100% правильных ответов	5

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	Сущность и содержание бизнес-планирования	Контрольная точка 1 - Аудиторное	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трех-

		тестирование	четырёх предложенных.
11	Методика разработки бизнес-плана предприятия туристической индустрии	Контрольная точка 2 - Аудиторное тестирование	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трёх-четырёх предложенных.
15	Методика разработки бизнес-плана предприятия туристической индустрии	Контрольная точка 3 - Аудиторное тестирование	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трёх-четырёх предложенных.
17	Методика разработки бизнес-плана предприятия туристической индустрии	Групповой проект	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

Оценочные средства текущего контроля

Тестовые материалы

1. Тестовые задания

Контрольная точка 1

Раздел 1. Сущность и содержание бизнес-планирования

1. Планирование деятельности туристического предприятия – это:

- определение целей фирмы на перспективу;
- ресурсное обеспечение поставленных целей;
- контроль за выполнением поставленных целей;
- способы достижения целей;
- 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:

- техника планирования;
- методология планирования;
- методика планирования;
- технология планирования;
- техника и технология планирования.

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

- техника планирования;
- методология планирования;
- методика планирования;
- технология планирования;
- техника и технология планирования.

4. Преимуществом бизнес-планирования является то, что оно:

- приучает сначала думать, а потом делать;
- позволяет сделать ошибки сначала на самом деле, а потом - на бумаге;
- приучает полагаться исключительно на интуицию;



г) избавляет руководителя от необходимости стимулировать творческую активность подчиненных.

5. По утверждению консультанта по управлению Пола Барроу, действительно хороший бизнес-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. Бизнес-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 не верное:

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

8. Если вы хотите привлечь долевые инвестиции, то должны в своем бизнес-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:

- а) тенденции в области здравоохранения, техники безопасности, охраны окружающей среды и защиты интересов потребителей, которые могут привести к принятию новых законов, влияющих на компанию;
- б) влияние на работу компании новых технологий в банковской сфере;
- в) расовые;
- г) 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:

- а) создание опытного образца, б) проектирование;
- в) производство мелкой партии и пробный маркетинг;
- г) исследование рынка; д) 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 бизнес-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 бизнес-плана с названием:

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

20. Если компания разрабатывает бизнес-план, чтобы получить финансовую поддержку со стороны, то этот бизнес-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.

Раздел 2. Методика разработки бизнес-плана предприятия туристической индустрии

Контрольная точка 2

1. Сколько основных фаз жизненного цикла имеет проект?

- 1) 4 2) 3 3) 5

2. Основные принципы бизнес – планирования это:

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

3. Предметом бизнес – 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 бизнес – 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 бизнес-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 бизнес-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 бизнес-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) общую среду, 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 группам и управленческих командам;
- 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 бизнес-плана используется SWOT-анализ?

- 1) план маркетинга
- 2) план производства

Контрольная точка 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 бизнес - 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 бизнес-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 бизнес-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 бизнес-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 (бизнес-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 бизнес-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

Контрольная точка 4

Примерная тематика групповых проектов

1. Статистический анализ ценообразования в туризме
2. Оценка вклада туризма в экономику
3. Система показателей статистики туризма
4. Уровень жизни населения и проблема свободного времени
5. Статистика рынка туризма и туристских услуг
6. Статистический анализ страны как туристской дестинации
7. Статистическая отчетность предприятия туристской индустрии
8. Особенности межстрановых сопоставлений статистических показателей туристской индустрии
9. Информационная база статистики туризма
10. Анализ состояния международного туризма
11. Сферы воздействия туризма на экономику страны
12. Сезонные колебания на рынке туризма: цель изучения, факторы его определяющие. индекс сезонности
13. Статистический анализ состояния туризма в конкретном регионе.
14. Статистическое изучение финансовых результатов деятельности туристского предприятия
15. Статистический анализ финансового состояния турпредприятия в условиях кризиса

Оценочные средства промежуточной аттестации Практические задания

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 турпредприятия 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).

Задание 3

Заполните таблицы, необходимые для составления бизнес-плана по созданию нового турпредприятия

Стимулы для разработки бизнес-плана

Стимул	Приведите примеры указанных стимулов
Наличие спроса на услуги, которые планируются к реализации	
Наличие предварительных соглашений (гарантийных писем) с потенциальными поставщиками	
Наличие необходимой документации для оказания услуг	
Наличие мощностей (или возможностей их создания в короткие сроки), сырья и трудовых ресурсов	
Выведение на рынок новых видов услуг	
Поиск инвесторов	
Необходимость стратегического планирования и прогнозирования деятельности предприятия	

Жизненный цикл бизнес-плана

Этап	Сущность этапа
1. Возникновение собственно идеи, разработка бизнес-идеи и составление бизнес-плана.	

2.Разработка бизнес-плана и представление его на внедрение	
3.Внедрение бизнес-проекта и выход на рынок.	
4.Функционирование и развитие предложенного в бизнес-проекте дела	
5.Уход с рынка бизнеса	

Задача 4.

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 5.

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?

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 43.03.02 Туризм.

Занятия семинарского типа проводятся в форме практических занятий и семинаров различного типа.

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

Тематика занятий семинарского типа

1. Сущность и содержание бизнес-планирования.

Занятие 1.

Вид занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Предмет, методы, сущность бизнес- плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования.

Вопросы для обсуждения:

1. Основы и цель бизнес-планирования
2. Внешние и внутренние цели бизнес-плана
3. История развития бизнес-планирования в России
4. Требования мировой практики к бизнес-планированию
5. Принципы и функции бизнес-планирования.
6. Задачи бизнес-планирования.
7. Специфика организованных покупателей на рынке туристских услуг

Цель занятия: повторение и углубление базовых понятий бизнес-планирования

Продолжительность занятия – 1 час / 0,5 часа

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам.

Структура проекта..

Вопросы для обсуждения:

1. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам
2. Виды бизнес-планов
3. Схемы бизнес-плана
4. Структура бизнес-плана

Цель занятия: изучение общих требований к проектам, видов бизнес-планов и схем.

Продолжительность занятия – 1 час.

Аудиторное тестирование – 2 часа / 0,5 часа

2. Методика разработки бизнес- плана предприятия индустрии гостеприимства

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Бизнес-идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований. Анализ внутренней и внешней среды турпредприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги).
2. Бизнес-идея проекта.
3. Порядок проведения предпроектных исследований.
4. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка).
5. Разработка стратегии.

Цель занятия: изучение порядка проведения предпроектных исследований.

Продолжительность занятия – 4 часа / 0,5 часа

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: Решение практических задач и кейсов

Тема и содержание занятия: План маркетинга.

Вопросы для обсуждения:

1. Сегментация рынка тур услуг.
2. Анализ и оценка рынков сбыта услуг и турпродукта
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.

Продолжительность занятия – 6 часов / 0,5 часа.

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 посещения 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		

Аудиторное тестирование – 2 часа / 0,5 часа.

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: Решение практических задач и кейсов

Тема и содержание занятия: Разработка нового турпродукта и услуг.

Вопросы для обсуждения:

1. Виды услуг, оказываемых гостиницами.
2. Материально-техническое обеспечение гостиничного предприятия.
3. Источники формирования материальной базы гостиничного предприятия.
4. Затраты на приобретение необходимого оборудования.

Цель занятия: изучение вопросов разработки услуг гостиничного предприятия.

Практические навыки: умение составлять план создания новых видов услуг гостиничного предприятия.

Продолжительность занятия – 2 часа.

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: Решение практических задач

Тема и содержание занятия: Организационный план.

Вопросы для обсуждения:

1. Организационная структура турпредприятия;
2. Ключевой управленческий персонал;
3. Профессиональные советники и услуги;
4. Персонал гостиницы;
5. Кадровая политика гостиницы;
6. Календарный план;
7. План социального развития;
8. Правовое обеспечение деятельности турпредприятия.

Цель занятия: изучение вопросов составления организационного плана турпредприятия.

Практические навыки: умение составлять организационный план турпредприятия..

Продолжительность занятия – 6 часов.

Аудиторное тестирование – 2 часа / 0,5 часа

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: Решение практических задач

Тема и содержание занятия: Финансовый план

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
7. План доходов и расходов
8. Денежные потоки гостиницы
9. Отчет о прибылях и убытках
10. Баланс денежных расходов и поступлений
11. Прогнозный баланс активов и пассивов (для предприятия)
12. Анализ безубыточности
13. Стратегия финансирования

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..

Продолжительность занятия – 6 часов / 0,5 часа

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Инвестиционный план

Вопросы для обсуждения:

- 1.Виды инвестиций в гостиничный бизнес.
- 2.Формы инвестиций.
- 3.Этапы инвестиционной фазы проекта.

Цель занятия: изучение вопросов составления инвестиционного плана гостиничного предприятия.

Практические навыки: умение составлять инвестиционный план предприятия..

Продолжительность занятия – 2 часа.

Практическое занятие 7.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Страхование и риски бизнес-планов

Вопросы для обсуждения:

- 1.Виды рисков
2. Политические риски
- 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 страхования и возможных рисков бизнес-плана гостиничного предприятия.

Продолжительность занятия – 2 часа.

Защита группового проекта – 2,5 часа для заочной формы обучения.

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. Баринов В.А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / В.А. Баринов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. – 272 с. - ЭБС Znanium.com - <http://znanium.com/catalog/product/652953>

2. Морошкин В.А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 288 с. - ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/catalog/product/562877>

3. 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>

8.2. Дополнительная литература

1. 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>

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>

3. Планирование на предприятии: Учебник / В.В. Янковская. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 425 с. ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/catalog/product/367874>

4. Планирование на предприятии: Учебник / М.И. Бухалков. - 4-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 411 с. ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/catalog/product/426964>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотечная система Знаниум. com: <http://znanium.com/>
2. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>
3. Электронно-библиотечная система: . <https://www.book.ru/>

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

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. Профессиональная база данных «Российский союз промышленников и предпринимателей. Аналитика» <http://www.rspp.ru/library>

4. Профессиональная база данных государственной статистики Федеральной службы государственной статистики
http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
5. Профессиональная база данных «Единый федеральный реестр туроператоров» <https://www.russiatourism.ru/operators/>
6. Профессиональная база данных «Федеральный перечень туристских объектов Министерства культуры РФ». <http://классификация-туризм.рф>
7. Справочно-правовая система «Консультант+» <http://www.consultant.ru>
8. Интернет-версия справочно-правовой системы "Гарант" (информационно-правовой портал "Гарант.ру"): <http://www.garant.ru/>
9. Информационно-справочная система Федерального образовательного портала "Экономика, социология, менеджмент" (ЭСМ) <http://ecsocman.hse.ru/>
10. Информационно-справочная система Административно-управленческого портала <http://www.aup.ru/>

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 «Бизнес-планирование на предприятиях туризма» в предлагаемой методике обучения выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а также самостоятельная работа обучающихся.

Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. 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.

Практические занятия по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятиях туризма» проводятся с целью приобретения практических навыков в области бизнес-планирования, основных разделов бизнес-плана предприятия сферы сервиса.

Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, учебных заданий, направленных на усвоение научно-теоретических основ бизнес-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 докладов, а также сообщений. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет, в электронном и печатном виде. Практические занятия проводятся в форме упражнений на повторение/систематизацию и обобщение теоретического материала, устного опроса, семинара-дискуссии, решения ситуационных задач, решения типовых задач, разбора конкретной ситуации

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.

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической литературой и технической документацией, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Бизнес-планирование на предприятиях туризма», 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 «Бизнес-планирование на предприятиях туризма» 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.

Формы самостоятельной работы студента:

- изучение материалов по темам дисциплины (подготовка к практическим занятиям);
- подготовка сообщений, докладов;
- подготовка к разбору конкретной ситуации;
- подготовка к тестированию по темам дисциплины;
- подготовка к текущему контролю по блокам дисциплины;
- выполнение домашних заданий.

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

Учебные занятия по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятиях туризма» 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 для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная учебная мебель. ТСО: видеопроекторное оборудование; ноутбук с возможностью подключения к сети Интернет Доска.



Занятия семинарского типа	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Специализированная учебная мебель. ТСО: Переносное видеопроекторное оборудование для презентаций, ноутбук. Доска.
Самостоятельная работа обучающихся	Помещение для самостоятельной работы. Специализированная учебная мебель. Автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет». Помещение для самостоятельной работы в читальном зале библиотеки филиала. Специализированная учебная мебель ТСО: Автоматизированные рабочие места студентов с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду