

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Смоленский государственный университет»

Кафедра географии

«Утверждаю»

Проректор по учебно-
методической работе
_____ Ю.А. Устименко
«17» июня 2022 г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.ДВ.05.02 Бизнес-планирование в туризме

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль): Технология и организация туроператорских и турагентских
услуг
Курс – 4
Семестр – 8
Форма обучения – заочная
Всего зачётных единиц – 3, часов – 108

Форма отчетности: зачет – 8 семестр

Программу разработал:
кандидат географических наук, доцент Щербакова С.А.

Одобрена на заседании кафедры географии
«10» июня 2022 года, протокол № 10

Заведующий кафедрой _____ Г.Ф. Ермошкина

Смоленск
2022

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Бизнес-планирование в туризме» относится к Блоку 1, части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплины (модули) по выбору по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

Это научная дисциплина, которая изучает социально-экономические, организационные и финансовые аспекты перспективного и текущего планирования предприятия в сфере туризма.

В процессе изучения дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» формируется комплекс знаний и практических навыков в области бизнес-планирования в туризме, проведении экономических расчетов бизнес-планов в сфере туризма, позволяющих студентам вести профессиональную деятельность и правильно планировать деятельность предприятий туристской индустрии. Освоение дисциплины обеспечивает студентов знаниями, необходимыми для закрепления знаний предыдущих общих курсов Б1.О.11 «Финансово-экономическая деятельность предприятий туризма», Б1.В.06 «Менеджмент в туристской деятельности», Б1.В.07 «Маркетинг в туристской индустрии».

Данный курс является важным компонентом профессиональной подготовки будущих работников сферы туризма. Изучение дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» необходимо для дальнейшего прохождения производственной практики.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индикаторы достижения
ПК-2 -способен разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-техническую документацию	Знать: теоретические основы и общие принципы развития предприятия туристской индустрии, туристского продукта при бизнес-планировании. Уметь: анализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта при бизнес-планировании в соответствии с требованиями потребителя. Владеть: расчёта затрат деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта при бизнес-планировании в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста.

3. Содержание дисциплины

Роль, сущность и структура бизнес-плана в современном туризме

Понятие и назначение бизнес-планирования в туризме. Сущность и значение бизнес-планирования в управлении организацией (предприятием). Классификация бизнес – планов. Основные функции бизнес-планов в туризме. Жизненный цикл бизнес-проекта. Особенности составления бизнес-планов в туризме. Бизнес-планы для предприятий туристской индустрии. Бизнес-планы развития туристских направлений.

Структура и содержание бизнес-плана в туризме. Требования к разработке бизнес-планов в туризме. Информационное обеспечение бизнес-планирования. Внутренняя и внешняя среда при разработке и обосновании бизнес-плана. Последовательность разработки бизнес-плана. Резюме бизнес-плана. Описание отрасли и предприятия. План маркетинга. План производства. Организационный план. Финансовый план. Определение ставки дисконтирования. Подготовка бизнес-плана к реализации. Презентация бизнес-плана.

Оценка эффективности и управление рисками бизнес-проектов в туризме

Общие принципы оценки эффективности бизнес-проектов в туризме. Основные показатели экономической эффективности бизнес-проектов. План прибылей и убытков. Выручка от реализации туристских услуг. Производственные затраты. Валовая маржа. Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая прибыль. Налоговое окружение. План движения денежных средств. Критерии оценки инвестиционного проекта. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы,

методы дисконтирования. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR).

Анализ рисков бизнес-проектов в туризме. Основные факторы, влияющие на реализацию бизнес-проектов в туризме. Анализ чувствительности проекта. Метод сценариев. Методы минимизации проектных рисков в туризме. Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д.

4. Тематический план

№ п/п	Разделы и темы	Всего часов	Формы занятий		
			Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
1.	Роль, сущность и структура бизнес-плана в современном туризме	50	4	6	40
1.1	Понятие и назначение бизнес-планирования в туризме	24	2	2	20
1.2	Структура и содержание бизнес-плана в туризме	26	2	4	20
2.	Оценка эффективности и управление рисками бизнес-проектов в туризме	54	2	8	44
2.1	Общие принципы оценки эффективности бизнес-проектов в туризме	28	2	4	22
2.2	Анализ рисков бизнес-проектов в туризме	26	-	4	22
3.	Зачет	4	-	-	4
	Итого	108	6	14	88

5. Виды образовательной деятельности

Занятия лекционного типа

Раздел 1. Роль, сущность и структура бизнес-плана в современном туризме

Лекция 1. Понятие и назначение бизнес-планирования в туризме

Сущность и значение бизнес-планирования в управлении организацией (предприятием). Классификация бизнес – планов. Основные функции бизнес-планов в туризме. Жизненный цикл бизнес-проекта. Особенности составления бизнес-планов в туризме. Бизнес-планы для предприятий туристической индустрии. Бизнес-планы развития туристских дестинаций.

Лекция 2. Структура и содержание бизнес-плана в туризме

Требования к разработке бизнес-планов в туризме. Информационное обеспечение бизнес-планирования. Внутренняя и внешняя среда при разработке и обосновании бизнес-плана. Последовательность разработки бизнес-плана. Резюме бизнес-плана. Описание отрасли и предприятия. План маркетинга. План производства. Организационный план. Финансовый план. Определение ставки дисконтирования. Подготовка бизнес-плана к реализации. Презентация бизнес-плана.

Раздел 2. Оценка эффективности и управление рисками бизнес-проектов в туризме

Лекция 3. Общие принципы оценки эффективности бизнес-проектов в туризме

Основные показатели экономической эффективности бизнес-проектов. План прибылей и убытков. Выручка от реализации туристских услуг. Производственные затраты. Валовая маржа. Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая прибыль. Налоговое

окружение. План движения денежных средств. Критерии оценки инвестиционного проекта. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR).

Занятия семинарского типа (практические занятия)

Практическое занятие № 1

Понятие и назначение бизнес-планирования в туризме

Цель: изучить понятие и роль бизнес-плана в туризме.

Вопросы для обсуждения:

1. Дайте определение сущности бизнес-планирования
2. Какие разделы включает бизнес-план?
3. Каково место бизнес-планирования в системе менеджмента?
4. Каковы функции бизнес-плана?
5. Повышенный уровень:
6. Какие требования предъявляют к содержанию бизнес-плана?
7. В чем состоят особенности бизнес-планирования в сфере услуг?
8. Какие научные методы используются в процессе бизнес-планирования?
9. Назовите ключевые разделы бизнес-плана.

Задание. Изучите условия осуществления предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы и виды туристского бизнеса в городе Смоленске (порядок учреждения индивидуального предпринимателя, хозяйственного товарищества и общества; признаки, классификация и группы юридических лиц).

Практические занятия № 2-3

Структура и содержание бизнес-плана

Цель: изучить структуру и содержание бизнес-плана

Задание. Изучите структуру бизнес-плана, представленного на рисунке 1. Подготовить бизнес-плана проекта развития предприятия туризма из приведенного ниже перечня.

1. Средство размещения.
2. Предприятие общественного питания.
3. Туристская фирма: туроператор.
4. Туристская фирма: турагент.
5. Экскурсионное бюро.

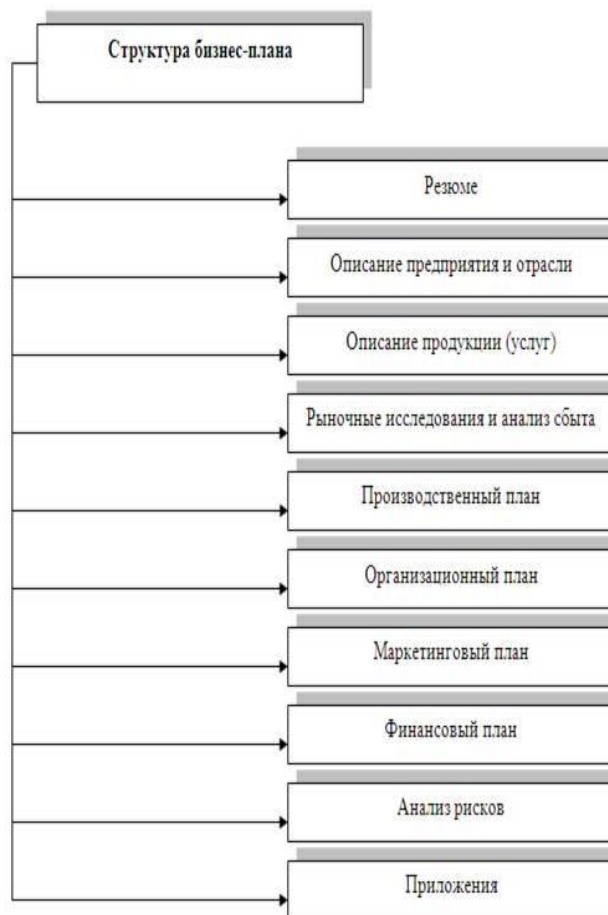


Рисунок 1 - Структура бизнес-плана

Практические занятия № 4-5 Общие принципы оценки эффективности бизнес-проектов в туризме

Цель: выявить особенности эффективности бизнес-проекта в туризме.

Задание. Изучите рисунок 2. Проведите оценку эффективности разработанного Вами на практическом занятии №2 бизнес-проекта туристского предприятия



Рисунок 2 – Показатели эффективности бизнес-проекта в туризме

Практические занятия № 6-7
Анализ рисков бизнес-проектов в туризме

Цель: выявить особенности управления рисками бизнес-проекта в туризме.

Задание. Изучите рисунки 2 и 3. Проанализируйте риски бизнес-проектов в туризме.

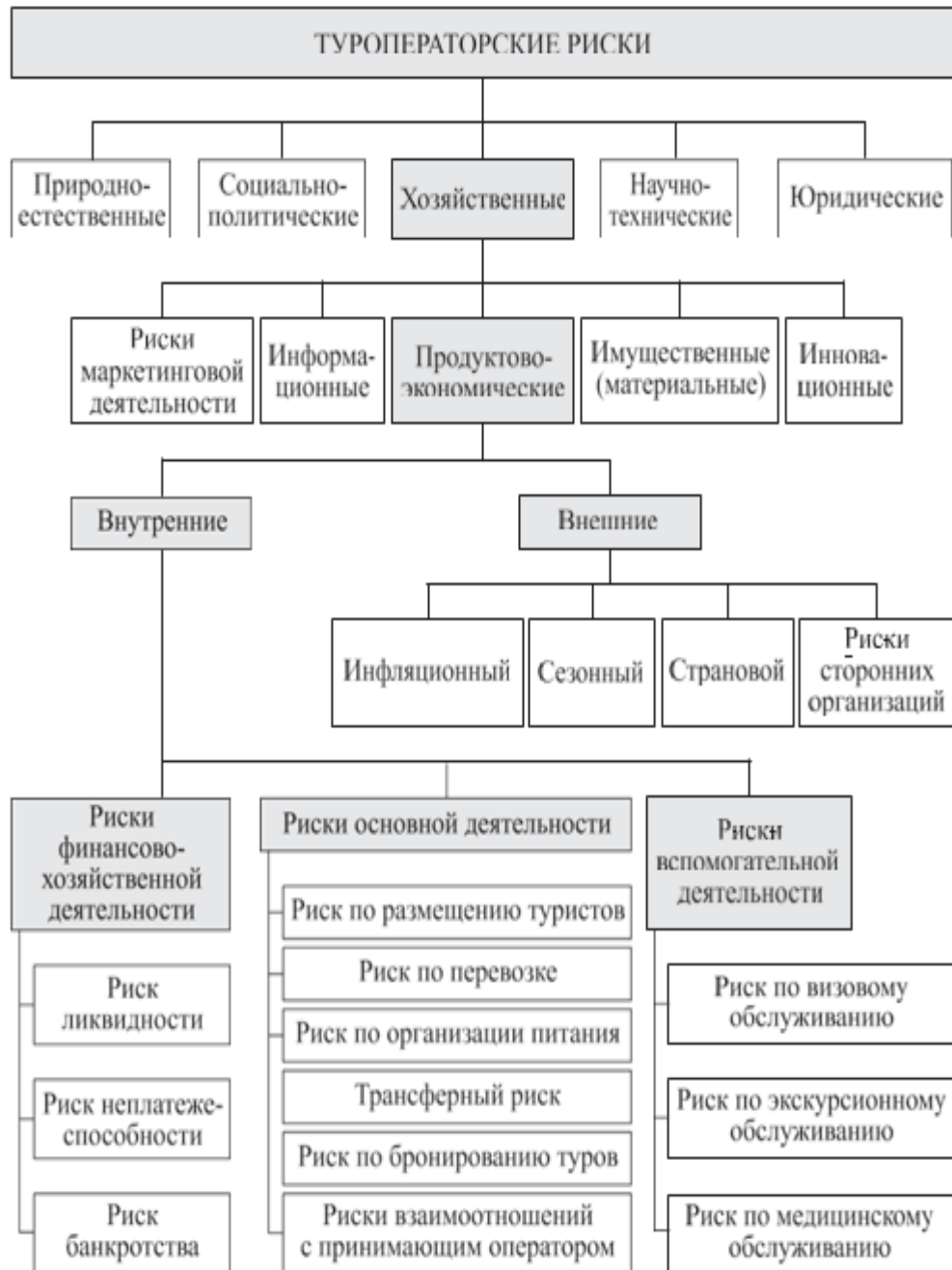


Рисунок 2 – Туроператорские риски

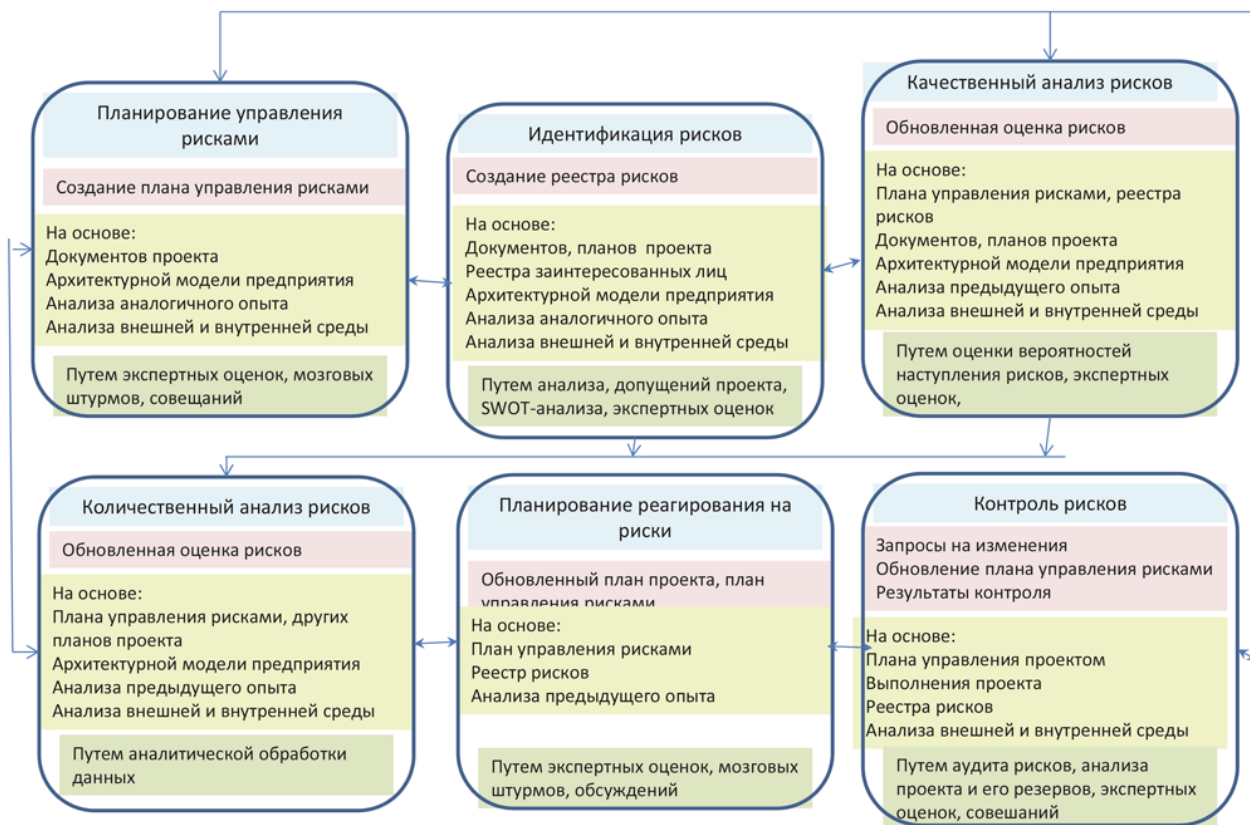


Рисунок 3 – Управление рисками бизнес-проекта в туризме

Самостоятельная работа

Раздел 1. Роль, сущность и структура бизнес-плана в современном туризме

Лекция 1. Понятие и назначение бизнес-планирования в туризме

Задание 1. Определите суть бизнес-плана в туризме (профиль туркомпании, турпродукты и туристские услуги).

Задание 2. Охарактеризуйте основные разделы бизнес-плана туристского предприятия (на выбор студента).

Лекция 2. Структура и содержание бизнес-плана в туризме

Задание 1.1. Определите цели ценообразования и проведите рыночную корректировку (дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме).

Задание 2. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг.

Раздел 2. Оценка эффективности и управление рисками бизнес-проектов в туризме

Лекция 3. Общие принципы оценки эффективности бизнес-проектов в туризме

Задание 1. Проанализируйте критерии оценки инвестиционного проекта.

Задание 2. Проанализируйте экономическую оценку бизнес-проекта: простые статистические методы, методы оценки: простая норма окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR).

Лекция 4. Анализ рисков бизнес-проектов в туризме

Задание 1. Составьте перечень рисков при разработке и представлении бизнес-планов предприятий туризма.

Задание 2. Укажите принципиальные различия мер управления и страхования рисков бизнес-планов в туризме.

6. Критерии оценивания результатов освоения дисциплины

6.1. Оценочные средства и критерии оценивания для текущей аттестации

1. Выполнение практического задания и самостоятельной работы студентов.

Задания приведены в разделе «Виды образовательной деятельности».

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (5 баллов) выставляется, если студент активно работает в течение всего практического занятия, дает полные ответы на вопросы преподавателя и показывает при этом глубокое овладение лекционным материалом, знание соответствующей литературы и законодательства в сфере туризма, способен выразить собственное отношение к данной проблеме, проявляет умение самостоятельно и аргументированно излагать материал, анализировать явления и факты, делать самостоятельные обобщения и выводы, правильно выполняет практическое задание.

Оценка «хорошо» (4 балла) выставляется при условии соблюдения следующих требований: студент активно работает в течение практического занятия, вопросы освещены полно, изложения материала логические, обоснованные фактами, со ссылками на соответствующие нормативные документы и литературные источники, освещение вопросов завершено выводами, студент обнаружил умение анализировать факты и события, а также выполнять учебные задания. Но в ответах допущены неточности, некоторые незначительные ошибки, имеет место недостаточная аргументированность при изложении материала, четко выраженное отношение студента к фактам и событиям.

Оценка «удовлетворительно» (3 балла) выставляется в том случае, когда студент в целом овладел сути вопросов по данной теме, обнаруживает знание лекционного материала, законодательства и учебной литературы, пытается анализировать факты и события, делать выводы. Но на занятии ведет себя пассивно, отвечает только по вызову преподавателя, дает неполные ответы на вопросы, допускает грубые ошибки при освещении теоретического материала.

Оценка «неудовлетворительно» (2 и менее баллов) выставляется в случае, когда студент обнаружил несостоятельность осветить вопросы освещены неправильно, бессистемно, с грубыми ошибками, отсутствуют понимания основной сути вопросов, выводы, обобщения, обнаружено неумение решать практическое задание.

2. Выполнение письменной проверочной работы

Пример письменной проверочной работы

Лекция 1. Понятие и назначение бизнес-планирования в туризме

Вариант 1. Принятие решения об инвестировании проекта в туризме.

Вариант 2. Продвижение бизнес-плана в процессе переговоров.

Вариант 3. Календарный план реализации бизнес-проекта в туризме.

Требования к оформлению аудиторной письменной проверочной работы

Аудиторная проверочная письменная работа выполняется, как правило, на отдельных листах бумаги, является небольшой по объему и не требует каких-либо особых подходов к ее оформлению, кроме аккуратности и четкости изложения.

Критерии оценивания:

Оценка «отлично»

Проверочная работа выполнена в полном объеме с соблюдением изложения в логической последовательности соответствующего материала. Отсутствуют фактические ошибки, или они не носят принципиального характера. Работа написана литературным профессиональным языком, с использованием тематической терминологии. Студент работал полностью самостоятельно, показал необходимые для проведения практических и

самостоятельных работ теоретические знания, сформулировал основные выводы. Работа оформлена аккуратно, с учетом требований.

Оценка «хорошо»

Проверочная работа выполнена в полном объеме с соблюдением изложения в логической последовательности соответствующего материала. В тексте могут присутствовать две-три не грубые фактические ошибки. Работа написана литературным профессиональным языком, с использованием тематической терминологии. Студент работал полностью самостоятельно, показал в целом необходимые для проведения практических и самостоятельных работ теоретические знания. Работа в целом оформлена аккуратно, с учетом требований.

Оценка «удовлетворительно»

Проверочная работа выполнена не в полном объеме с нарушением изложения в логической последовательности соответствующего материала. В тексте присутствует три-пять грубых фактических ошибок. Работа только на 50-60% написана литературным профессиональным языком, с использованием тематической терминологии. Студент не продемонстрировал в работе полной самостоятельности, показал преимущественно недостаточные теоретические знания. Работа в целом оформлена в рамках существующих требований.

Оценка «неудовлетворительно»

Выставляется в том случае, когда студент оказался не подготовленным к выполнению проверочной работы. Проверочная работа имеет небольшой объем с очевидным нарушением изложения в логической последовательности соответствующего материала. В тексте много (более пяти) грубых фактических ошибок. Работа менее чем на 50% написана литературным профессиональным языком, почти без использования тематической терминологии. Студент не продемонстрировал в работе полной самостоятельности, твердых теоретических знаний, умение формулировать выводы. Работа в целом оформлена в рамках существующих требований, но небрежно.

3. Написание реферата

Лекция 1. Понятие и назначение бизнес-планирования в туризме

1. Направления бизнес-плана и преимущества его использования в туризме.
2. Рынок сбыта и потенциальных потребителей в бизнес-плане.
3. Показатели конкурентоспособности товара и фирмы.
4. Методы планирования бизнес-плана в туризме.
5. Составляющие цены потребления в туризме.
6. Жизненный цикл товара
7. Стратегия ценообразования в туризме.
8. Оценка конкурентоспособности турфирмы
9. Основные направления инвестиционной деятельности в сфере туризма.
10. Оформление инвестиционной заявки в сфере туризма.

Требования к содержанию и написанию реферата

Реферат (от латинского «*referre*» – докладывать, сообщать) – небольшая письменная работа, посвященная определенной теме, обзору источников по какому-то направлению. Обычно целью реферата является – сбор и систематизация знаний по конкретной теме или проблеме.

Структурными элементами реферата являются:

- 1) титульный лист;

Титульный лист является первой страницей реферата, служит источником информации, необходимой для обработки и поиска документа.

На титульном листе приводят следующие сведения:

наименование ВУЗа; наименование факультета; наименование кафедры; тема реферата; фамилия и инициалы студента (слушателя); должность, ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя реферата; место и дата составления реферата

2) оглавление;

Оглавление включает введение, наименование всех глав, разделов, подразделов, пунктов (если они имеют наименование) и заключение с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы реферата.

3) введение;

Введение должно содержать оценку современного состояния решаемой проблемы. Во введении должны быть показаны актуальность темы, цели и задачи, которые будут рассматриваться в реферате, а также методы, которыми воспользовался студент для рассмотрения данной темы работы.

4) основная часть;

Основную часть реферата следует делить на главы или разделы (не менее 2-х). Разделы основной части могут делиться на пункты и подразделы. Пункты, при необходимости, могут делиться на подпункты. Каждый пункт должен содержать законченную информацию.

5) заключение;

Должно содержать краткое обобщение и выводы по результатам выполненной работы

6) список использованных источников;

7) приложения.

В приложения рекомендуется включать материалы, связанные с выполненной работой, которые по каким-либо причинам не могут быть включены в основную часть.

В приложения могут быть включены:

1) материалы, дополняющие реферат;

2) таблицы вспомогательных цифровых данных;

3) иллюстрации вспомогательного характера;

4) другие документы.

Правила оформления реферата

Реферат должен быть выполнен машинописным способом на одной стороне листа белой бумаги через полтора интервала и 14 шрифтом.

Текст реферата следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: левое - не менее 30 мм, правое - не менее 10 мм, верхнее - не менее 15 мм, нижнее - не менее 20 мм.

Объем реферата: не более 20 страниц. Заголовки структурных элементов реферата и разделов основной части следует располагать в середине строки без точки в конце и печатать прописными буквами, не подчеркивая.

Страницы реферата следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту отчета. Номер страницы проставляют посередине листа в нижнем поле без точки в конце.

Критерии и показатели, используемые при оценивании реферата

Критерии	Показатели
1. Новизна реферированного текста Макс. - 5 баллов	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы Макс. - 5 баллов	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - владение понятийным аппаратом; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом;

	- умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
3. Обоснованность выбора источников Макс. - 5 баллов	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Выводы по изложенной информации с указанием практической значимости работы Макс. – 5 баллов	- умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
4. Соблюдение требований к оформлению Макс. – 5 баллов	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
5. Грамотность Макс. - 5 баллов	- грамотность и культура изложения; - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.
6. Приложения – фотографии, схемы, чертежи, карты, статистические данные, диаграммы) Макс. – 5 баллов	- наличие материалов содержательно иллюстрирующих и дополняющих текст реферата; - приложения оформлены в соответствии с требованиями

Критерии оценивания:

Реферат оценивается по балльной шкале, баллы переводятся в оценки успеваемости следующим образом:

- 25 и более баллов – «отлично»;
- 19 – 24 баллов – «хорошо»;
- 15 – 18 баллов – «удовлетворительно»;
- менее 15 баллов – «неудовлетворительно».

4.Тестирование

Пример тестового задания:

1. Что является первоочередным мероприятием при разработке бизнес-плана:
 - А) составление резюме;
 - Б) разработка бизнес-идеи;
 - В) проведение маркетинговых исследований;
 - Г) разработка товарной стратегии.
2. Что является главной задачей бизнес-плана:
 - А) разработка товара;
 - Б) совершенствование производства;
 - В) организация сбытовой сети;
 - Г) оптимизация деятельности предприятия.
3. Самым распространенным является следующий вид бизнес-плана:
 - А) для внутренних целей компании;
 - Б) поиск партнеров;
 - В) поиск инвестиций и получение кредита;
 - Г) экспертная оценка

4. Что включает в себя бизнес-план:
- А) производство, исследование, сбыт;
 - Б) покупатель, рынок, поставщик;
 - В) товар, цена, методы распространения, продвижение, производство, оценка;
 - Г) продукт, поддержка, ценообразование, сбыт, промоушн и стимулирование.
5. Что является ключевым в планировании маркетинга бизнес-плана:
- А) НИОКР;
 - Б) маркетинговая информация;
 - В) перспективные планы;
 - Г) среднесрочные планы;
 - Д) математическое обеспечение.
6. Для получения прибыли с позиции принципов разработки плана маркетинга в бизнес-планировании необходимо удовлетворить:
- А) желания и мечты потребителя;
 - Б) запросы и необходимости потребителя;
 - В) нужды и потребности потребителя.
7. Что является объектами маркетинговых исследований в бизнес-планировании:
- А) экономическая ситуация, производство, финансовая сфера;
 - Б) рынок, конкуренты, потребители, цены, внутренний потенциал предприятия;
 - В) общественное мнение, последние достижения научно-технического прогресса.
8. На какие факторы маркетинговой среды фирма способна влиять:
- А) политические, экономические, культурные;
 - Б) демографические, экономические, научно-технические;
 - В) факторы внутренней среды и часть факторов микросреды.
9. Чем характеризуется емкость рынка:
- А) размерами и оборотом;
 - Б) размерами спроса населения и величиной товарного предложения;
 - В) численностью населения, состоянием сбытовой, торговой и сервисной сети.
10. Для чего осуществляют сегментацию рынка:
- А) для осуществления исследования рынка;
 - Б) для осуществления исследования товара;
 - В) для разработки маркетинговой программы.
11. На основании чего принимается решение о позиционировании турпродукта:
- А) на основании спроса;
 - Б) на основании исследования макросреды;
 - В) на основании выбора целевого сегмента и оценки конкурентов.
12. Туристская фирма, работающая на внутренних маршрутах, осуществляет деятельность на
- рынке в период его сокращения. Продвигая турпродукт на рынок, фирма должна основной упор делать на:
- А) низкие цены;
 - Б) ценность для потребителя и удовлетворение специфических туристских потребностей;
 - В) престижность приобретения турпродукта;
 - Г) разнообразие услуг.
13. В результате исследования туристского рынка выявлено: «Спрос удовлетворен и растет равномерно». Какова наиболее верная гипотеза развития рынка:
- А) туристский товар вытеснится с рынка другими товарами;
 - Б) высокие темпы роста спроса сохранятся;
 - В) при обновлении ассортимента изделия тенденция роста спроса сохранится.
14. Какие факторы определяются при исследовании потребителя в бизнес-планировании:

- А) факторы социальной среды;
- Б) факторы экономической среды;
- В) побудительные факторы.

15. Анализ туристского рынка показывает, что ассортимент турпродуктов беден, конкуренция отсутствует. Определите по этим условиям тип рынка:

- А) рынок продавца;
- Б) рынок услуг;
- В) рынок покупателя;
- Г) региональный рынок.

Критерии оценивания

Процент правильно выполненных тестовых заданий	Оценка
86% – 100%	отлично
69% - 84%	хорошо
50% - 68%	удовлетворительно
Менее 50%	неудовлетворительно

6.2.Оценочные средства и критерии оценивания для промежуточной аттестации

Зачёт (8 семестр)

Вопросы к зачёту:

1. Структура бизнес-плана, направления и преимущества его использования.
2. Оценка рынка сбыта и потенциальных потребителей в бизнес-плане.
3. Оценка конкурентоспособности товара и фирмы.
4. Оценка риска и лимитирующих факторов в бизнес-плане.
5. Методы планирования, используемые в организационном разделе бизнес-плана.
6. Стратегия достижения безубыточности фирмы.
7. Ценовая стратегия фирмы, выбор эффективной методики ценообразования.
8. Виды цен и методики ценообразования.
9. Анализ конкуренции в бизнес-плане.
10. Стратегия маркетинга в бизнес-плане.
11. Основные разделы бизнес-плана, их содержание.
Содержание баланса в бизнес-плане.
12. Содержание организационного раздела бизнес-плана.
13. Стратегия финансирования деятельности фирмы.
14. Содержание юридического раздела бизнес-плана.
15. Содержание производственного плана фирмы.
16. Понятие цены потребления, ее составляющие.
17. Основные этапы формирования цены.
18. Основные методы ценообразования.
19. Процесс формирования цены продукции производителем (продавцом).
20. Основные факторы, влияющие на рост и снижение цен на товары (продукцию, услуги).
21. Понятие жизненного цикла товара и учет его в процессе установления цены.
22. Стратегия ценообразования: возможные варианты.
23. Понятие и виды инфляции, методика учета ее в ценообразовании.
24. Механизм установления цен на продукцию (услуги) в условиях рынка.
25. Выбор организационно-правовой формы предпринимательской деятельности в юридическом разделе бизнес-плана.
26. Схема оценки конкурентоспособности фирмы (товара, услуги, идеи).
27. Основные направления инвестиционной деятельности.
28. Основные признаки и формы бизнеса.
29. Рекомендации по оформлению бизнес-плана.

30. Правила оформления инвестиционной заявки.
31. Характеристика внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность фирмы.
32. Источники финансирования инвестиционной деятельности.
33. Виды рынков, их характеристика.
34. Сущность, содержание и виды рисков.
35. Расчет потребности в трудовых ресурсах, необходимых для реализации бизнес-плана.
36. Варианты сбытовой политики фирмы, роль рекламы.
37. Титульный лист бизнес-плана и его содержание.
38. Краткая сущность бизнес-проекта и выбор стратегических ориентиров для развития предприятия в туристской отрасли.
39. Содержание резюме бизнес-плана.
40. Внутренние и внешние функции бизнес-плана.

Критерии оценивания ответа на вопрос

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных ошибок. В ответе могут быть допущены незначительные неточности, исправленные студентом в ходе ответа на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на дополнительные вопросы преподавателя.

Критерии выставления зачета

Оценка «зачтено» ставится студенту, обнаружившему полное знание учебного материала, предусмотренного программой, успешно выполнившего практические работы, усвоившему основную литературу, рекомендованную по программе, понимающему особенности профессиональной деятельности в туризме.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, в значительной степени не усвоившему материал, предусмотренный программой, не понимающему особенности профессиональной деятельности в туризме.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Морозов М. А. Экономика организации туризма: учебник /М. А. Морозов, Н. С. Морозова. - 5-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 291 с. // ЭБС Юрайт. URL: <https://ez.el.fa.ru:2183/bcode/441186>.

Дополнительная литература

1. Ветитнев А. М. Информационно-коммуникационные технологии в туризме: учебник /А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 340 с. //ЭБС Юрайт. URL: <https://ez.el.fa.ru:2183/bcode/424430>.
2. Золотовский В. А. Правовое регулирование в сфере туризма: учебник /В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 247 с. //ЭБС Юрайт. URL: <https://ez.el.fa.ru:2183/bcode/438177>.
3. Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник /Н. С. Морозова, М. А. Морозов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 192 с. //ЭБС Юрайт. URL: <https://ez.el.fa.ru:2183/bcode/432460>.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Официальный сайт ассоциации туроператоров России (<http://www.atorus.ru>).
2. Официальный сайт Российского Союза туристической индустрии (<http://www.rostourunion.ru>).

3. Общероссийский генеральный реестр туристических агентств (<http://www.reestr-NF.ru>).
4. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации (<http://www.nissiatourism.ru>).
5. Федеральный Образовательный Портал (Экономика, социология, менеджмент) (www.ecsocman.edu.ru).
6. Финансовые калькуляторы (<http://www.businessuchet.ru>).
7. Маркетинговые исследования (<http://research.rbc.ru>).

8. Материально-техническое обеспечение и программное обеспечение

Учебная аудитория для проведения учебных занятий - уч. корпус № 1, ауд. 65: ноутбук ASUS, проектор BenQ, экран настенный Screen.

Помещение для самостоятельной работы - уч. корпус № 1, ауд. 26: учебная мебель (30 посадочных мест), компьютерный класс с выходом в сеть Интернет (17 компьютеров), принтер HP Deskjet 1280, сканер EPSONGT1500 A3.

9. Программное обеспечение

Microsoft Open License (Windows XP, 7, 8, 10, Server, Office 2003-2016), лицензия 66975477 от 03.06.2016 (бессрочно).

Обучающимся обеспечен доступ к ЭБС «Юрайт», ЭБС «IPRbooks», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, а также доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 6314D932A1EC8352F4BBFDEFD0AA3F30
Владелец: Артеменков Михаил Николаевич
Действителен: с 21.09.2022 до 15.12.2023