

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ

КАФЕДРА СЕРВИСА, СТРОИТЕЛЬСТВА И ДИЗАЙНА

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Рабочая программа дисциплины

по направлениям подготовки

43.03.02 Туризм

Профиль подготовки **Технология и организация
туроператорских и турагентских услуг**

43.03.03 Гостиничное дело

Квалификация

Бакалавр

Программа прикладного бакалавриата

Форма обучения

Очная, очно-заочная

Артем 2016

Рабочая программа дисциплины Бизнес-планирование в туризме и индустрии гостеприимства составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», 43.03.03 «Гостиничное дело» и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 19 декабря 2013 г. N 1367)

Программа дисциплины разработана на основании рабочей программы, составленной Гомилевской Г.А., канд. экон. наук, заведующий кафедры Туризма и гостинично-ресторанного бизнеса, Никифоровой Г.А., ассистентом кафедры Туризма и гостинично-ресторанного бизнеса Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, утвержденной на заседании кафедры ТГРБ 23.09.2015 г., протокол № 1.

Редакция 2016 г. утверждена на заседании кафедры ТГРБ от 26.04.2016 г., протокол № 8.

Составитель:

Ким Т.М., старший преподаватель кафедры сервиса, строительства и дизайна

Утверждена на заседании кафедры ССД от 23.06.2016 г., протокол № 22

Заведующий кафедрой (разработчик) _____ Самохина Л.С.
подпись фамилия, инициалы

« 23 » июня 2016 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей) _____ Самохина Л.С.
подпись фамилия, инициалы

« 23 » июня 2016 г.

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов компетенций, связанных с перспективным и текущим планированием социально-экономических, организационных и финансовых процессов на предприятии туризма и индустрии гостеприимства.

В процессе достижения цели решаются следующие задачи:

1) приобретение систематизированных знаний об управлении процесса бизнес-планирования;

2) овладение практическими навыками бизнес-планирования, методами и способами разработки бизнес-плана;

3) проведение проектного анализа при создании или развитии предприятия индустрии гостеприимства.

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

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Формируемые компетенции

Название ОПОП ВО (сокращенное название)	Компетенции	Название компетенции	Составляющие компетенции	
43.03.02 «Туризм»	ПК-1	владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме	Знания:	содержание и порядок проектирования организационной структуры и процессов туристского предприятия
			Умения:	использовать методы проектирования в туризме
			Владения:	навыками проектирования продвижения и реализации туристского продукта
	ПК-2	способность обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме	Знания:	организационных, правовых и финансовых принципов управления инновационными проектами
			Умения:	диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии, разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению, планировать и осуществлять контроль за реализацией проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии
			Владения:	математическими знаниями и методами, математическим аппаратом, необходимым для профессиональной деятельности в туристской индустрии
	ПК-4	способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской	Знания:	виды управленческих решений и методы их разработки
			Умения:	в учебной ситуации предложить методы для оптимизации работоспособности
			Владения:	навыками организаторской работы в

		деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства		коллективе
	ПК-5	способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение	Знания:	методами анализа и оценки уровня развития организационной структуры и процессов туристского предприятия
Умения:			анализировать, систематизировать и обобщать результаты исследований в области экономики и социологии туризма	
Владения:			методами анализа и оценки уровня развития организационной структуры и процессов туристского предприятия	
43.03.03 «Гостиничное дело»	ПК-4	готовность анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы	Знания:	методологию прогнозирования и планирования различных направлений гостиничной деятельности, систему планов, их содержание и взаимосвязь, особенности бизнес-планирования в гостиничной деятельности
			Умения:	анализировать динамику развития и потребности рынка в инновациях
			Владения:	методами анализа процессов гостиничного предприятия и методами организационной диагностики; навыками бизнес-планирования деятельности гостиничного предприятия
	ПК-14	готовность к организации и выполнению проектов в гостиничной деятельности	Знания:	нормативно-техническую базу проектирования, технические регламенты, санитарные нормы и правила
			Умения:	анализировать научные гипотезы, проекты и программы, оценивать тенденции развития гостиничной индустрии, определять перспективные направления и формировать хозяйственную стратегию гостиничного предприятия
			Владения:	методами проектирования гостиничной деятельности

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бизнес-планирование в туризме и индустрии гостеприимства» относится к профессиональному циклу, вариативной части учебного плана.

Для успешного освоения курса студенты должны владеть компетенциями, полученными при изучении дисциплин: «Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме», «Туристский и гостинично-ресторанный маркетинг».

На компетенциях, формируемых дисциплиной «Бизнес-планирование в туризме и индустрии гостеприимства», базируются дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование», «Реклама в сервисе и туризме», выполнение курсовой работы.

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП	Форма обучения	Индекс	Семестр курс	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек	прак	лаб	ПА			КСР
Б-ГД	ОФО	Б.1.В.08 (6781)	6	3	60	34	17		9		48	Э
Б-ТУ	ОФО	Б.1.В.11 (6781)	6	3	60	34	17		9		48	Э
	ЗФО	Б.3.В.07 (4869)	4	3	46	6	4		36		57	Э

5 Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля)

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.

Таблица 3 – Структура дисциплины

№	Название темы	Вид занятия	Объем час	Кол-во часов в интерактивной и электронной форме	СРС
1	Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия	Лекция	2		3
		Практическое занятие	1	1	4
2	Анализ внутренней среды предприятия	Лекция	4		2
		Практическое занятие	1	1	3
3	Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг	Лекция	4		2
		Практическое занятие	1	1	4
4	Исследование конкурентной среды	Лекция	4		2
		Практическое занятие	1	1	3
5	Разработка туристских товаров и услуг	Лекция	4	2	2
		Практическое занятие	1	1	3
6	Ценовая политика в системе бизнес-планирования	Лекция	4		2
		Практическое занятие	1	1	3
7	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	Лекция	4	2	2
		Практическое занятие	1	1	3
8	Производственный и организационный планы предприятия	Лекция	4	2	2
		Практическое занятие	1	1	3
9	Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками	Лекция	4	2	2
		Практическое занятие	1	1	3

5.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия

Предмет и содержание бизнес-планирования, социально-экономическая сущность бизнес-плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам. Подготовка к разработке и составлению бизнес-плана. Структура проекта. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги). Бизнес-идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка). Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план). Основные разделы бизнес-плана, инвестиционного проекта туристского предприятия.

Источники информации по теме из раздела 1:

Основные источники: 1

Дополнительные источники: 2,4,8

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия

Общая характеристика предприятия: история развития предприятия, организационно-правовая форма, организационная структура, сфера деятельности, основные продукты и услуги. Кредитная история. Экономический анализ деятельности предприятия. Анализ технико-экономических показателей: выручка, прибыль, рентабельность, показатели использования основных фондов и оборотных средств, численность персонала, фонд оплаты труда, производительность труда. Анализ финансовой деятельности: анализ структуры баланса, анализ ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности, деловой активности. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы.

Источники информации по теме из раздела 2:

Основные источники: 2

Дополнительные источники: 1,3,4

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 3. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг

Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Общая структура спроса. Прогноз основных показателей рынка. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка. Общие и специфические факторы рынка. Процесс принятия решения о покупке. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления. Классификация потребителей в туризме. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка. Основные критерии

сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг.

Источники информации по теме из раздела 31:

Основные источники:3

Дополнительные источники: 4,8

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 4. Исследование конкурентной среды

Понятие конкурентной среды туристского предприятия. Виды конкуренции и характеристика типов туристских рынков. Виды предпринимательского поведения в туризме. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании. Анализ факторов конкурентной среды туристского предприятия. Определение доли рынка предприятия. Характеристика основных конкурентов. Анализ продукции и услуг конкурентов. Анализ ценовой политики, программ продвижения. Оценка конкурентоспособности предприятия при его проектировании или развитии.

Источники информации по теме из раздела 4:

Основные источники:5

Дополнительные источники: 3,4,7

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 5. Разработка туристских товаров и услуг

Классификация туристских товаров и услуг. Общая характеристика турпродукта. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы. Формирование товарной политики на туристском предприятии. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия. Порядок разработки и выбора турпродукта. Инновационная деятельность. Представление характеристики продукции и услуг в бизнес-плане. Сравнительный анализ по основным показателям с товарами-аналогами. Характеристика функциональных и потребительских свойств основных и дополнительных товаров и услуг.

Источники информации по теме из раздела 5:

Основные источники:6

Дополнительные источники: 2,6

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 6. Ценовая политика в системе бизнес-планирования

Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме и индустрии гостеприимства.

Источники информации по теме из раздела 6:

Основные источники: 5

Дополнительные источники: 1,4

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 7. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама

Сущность сбытовой деятельности предприятий туризма и индустрии гостеприимства. Каналы распространения туристских товаров и услуг, уровни каналов. Формы и методы реализации турпродукта. Способы и методы реализации (сбыта) турпродукта: директ-маркетинг, теле-маркетинг, косвенный сбыт, селективный сбыт, исключительный сбыт. Формирование программы сбыта. Годовая программа сбыта, учет сезонности при формировании сбыта. Разработка программы сбыта в натуральном и стоимостном виде. Виды продвижения в туризме: реклама, личная продажа, публик рилейшнз, стимулирование сбыта. Особенности разработки плана продвижения для предприятий туризма и индустрии гостеприимства. Определение цели продвижения, характеристика целевой аудитории, анализ и выбор каналов продвижения, разработка медиаплана, разработка итогового плана продвижения с учетом шага проекта.

Источники информации по теме из раздела 7:

Основные источники: 5

Дополнительные источники: 1,4,6

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 8. Производственный и организационный планы предприятия

Характеристика технологии производства продукции и услуг. Обоснование строительных решений при возведении объектов по плану. Оценка потребности в технологическом и торговом оборудовании. Выбор поставщиков оборудования. Оценка и представление затрат на оборудование. Расчет потребности в сырье, материалах, комплектующих, производственных затратах. Организационная схема управления предприятием. План персонала, система подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала. Расчет потребности в затратах на оплату труда персонала. Организационный план управления проектом. Календарный график мероприятий по проекту. Инвестиционный план: потребность в финансировании, источники финансирования, условия и сроки финансирования, условия возврата инвестиций. Диаграмма GANT.

Источники информации по теме из раздела 8:

Основные источники:4,5

Дополнительные источники: 2,5,6

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 9. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками

План прибылей и убытков. Выручка от реализации туруслуг. 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 прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR). Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д.

Источники информации по теме из раздела 9:

Основные источники:7

Дополнительные источники: 1,4,5

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии.

Лекционное занятие.

Практическое занятие: дискуссия.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

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

6.1 Перечень и тематика самостоятельных работ студентов по дисциплине

Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательное написание студентами очной и заочной форм обучения бизнес-плана проекта развития предприятия туризма и индустрии гостеприимства. В начале выполнения индивидуального задания по разработке бизнес-плана необходимо выбрать предприятие индустрии туризма из приведенного ниже перечня.

1. Средство размещения.
2. Предприятие общественного питания.
3. Туристская фирма: туроператор.
4. Туристская фирма: турагент.
5. Экскурсионное бюро.
6. Предприятие индустрии отдыха.
7. Транспортное предприятие.
8. Оператор выставочной деятельности.
9. Праздничное агентство.
10. Туристско-рекреационный кластер.

Для выполнения индивидуального задания по разработке бизнес-плана проекта развития предприятия туризма и индустрии гостеприимства используется универсальный кейс «Технология разработки бизнес-плана предприятия туризма и индустрии гостеприимства»,

включающий этапы маркетингового, организационного, производственного и финансового проектирования бизнес-процессов предприятия.

Самостоятельная работа студентов осуществляется при подготовке к семинарским занятиям в пределах отведенных программой часов:

- Тема 1. Подготовка бизнес-идеи (4 часа).
- Тема 2. Анализ внешней среды предприятия (5 часов).
- Тема 3. Позиционирование продукции и услуг (6 часов).
- Тема 4. Разработка стратегии ценообразования (6 часов).
- Тема 5. Разработка плана сбыта и продвижения (10 часов).
- Тема 6. Разработка производственного и организационного плана (9 часов).
- Тема 7. Оценка эффективности проекта (10 часов).
- Тема 8. Презентация и подготовка доклада (7 часа).

6.2 Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

1. Дайте определение понятия «бизнес-план».
2. Перечислите цели, задачи и функции бизнес-плана.
3. Опишите процесс подготовки к разработке и составлению бизнес-плана.
4. Каков порядок проведения предпроектных исследований?
5. Каково назначение маркетинговых исследований в системе бизнес-планирования?
6. Укажите структуру маркетинговой среды предприятия.
7. Перечислите факторы формирования макросреды при разработке бизнес-плана.
8. Обоснуйте необходимость нормативно-правового регулирования деятельности туризма на федеральном, региональном и местном уровнях.
9. Чем вызвана необходимость классификации предприятий сферы туризма и гостеприимства. Понятие «инфраструктура туризма».
10. В чем заключается сущность оценки конкурентной среды?
11. Каковы существенные особенности качественных и параметрических показателей конкурентной среды?
12. В чем заключается сущность оценки конкурентоспособности предприятия при разработке бизнес-плана предприятия туризма?
13. Каковы существенные особенности анализа потребителей продукции и услуг в бизнес-планировании?
14. Чем вызвана необходимость проведения анализа внутренней среды предприятия при разработке бизнес-плана?
15. Приведите пример SWOT-анализа гостиничного предприятия.
16. Укажите принципиальные различия организационно-правовых форм предпринимательства.
17. Каковы достоинства и недостатки использования различных организационно-правовых форм?
18. Каковы существенные особенности технологии регистрации и открытия туристской фирмы?
19. Выделите составные элементы оценки текущей деятельности туристской фирмы.
20. Каково назначение анализа финансового состояния предприятия?
21. Обоснуйте значение комплексного экономического анализа на предприятии.
22. Приведите перечень показателей комплексного экономического анализа на предприятии.
23. В чем заключается сущность раздела бизнес-плана «Характеристика продукции и услуг»?
24. Сравните жизненный цикл гостиничного и туристского продукта.

25. Укажите принципиальные различия методики разработки плана маркетинга в бизнес-плане и в маркетинговой стратегии.
26. Приведите пример расчета емкости рынка.
27. Дайте характеристику программе сбыта товаров и услуг предприятий туризма и гостеприимства при разработке бизнес-плана.
28. Опишите методы ценообразования предприятий туризма.
29. Выделите составные элементы классификации, состава и структуры затрат туристского предприятия.
30. От чего зависит использование метода «директ-костинг» в управлении себестоимостью и прибылью?
31. Дайте характеристику видов и форм продвижения с точки зрения проектного анализа.
32. Приведите пример методики формирования производственного и организационного плана при планировании деятельности предприятий туризма и гостеприимства.
33. Опишите метод планирования работы с персоналом предприятий туризма.
34. Приведите пример организационного плана управления проектом.
35. Укажите принципиальные различия видов и форм оплаты труда персонала на предприятиях туризма.
36. В чем заключаются особенности учетной политики туристского предприятия?
37. От чего зависит система налогообложения на предприятиях туризма?
38. Выделите составные элементы структуры и объема затрат при планировании прибылей и убытков.
39. Опишите процесс планирования прибыли и денежных потоков при разработке бизнес-плана предприятий туризма и гостеприимства.
40. Чем вызвана необходимость инвестиционного планирования?
41. Приведите пример потребностей и источников финансирования.
42. Опишите метод планирования движения денежных средств на основе инвестиционного плана и плана прибылей.
43. Дайте определение понятия «эффективность проекта».
44. Перечислите основные показатели эффективности проекта.
45. В чем заключается сущность анализа чувствительности проекта на изменение базовых показателей?
46. Составьте перечень рисков при разработке и представлении бизнес-планов предприятий туризма.
47. Укажите принципиальные различия мер управления и страхования рисков.

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

При подготовке к занятиям и для выполнения индивидуальных заданий следует использовать рекомендуемые источники литературы по данному курсу, в том числе нормативные документы индустрии туризма. При подготовке к занятиям следует воспользоваться не только учебниками и учебными пособиями, приведенными в списке основной и дополнительной рекомендуемой литературы, но также периодическими изданиями.

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине созданы фонды оценочных средств.

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

9.1 Основная литература

1. Афилов Э.А. Планирование на предприятии: учебник для студентов вузов / Э. А. Афилов. - Минск ; М. : Новое знание : ИНФРА-М, 2015. - 344 с.
2. Алиев В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы Project Expert: учебное пособие для студ. вузов / В. С. о. Алиев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2014. - 288 с.
3. Виноградова, М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учеб. пособие для студентов вузов / М.В. Виноградова, З.И. Панина, А.А. Ларионова, Л.А. Васильева. – 3-е изд., испр. – М.: Дашков и К*, 2012. – 280 с.
4. Романова, М.В. Управление проектами: учеб. пособие для студентов вузов / М.В. Романова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. – 256 с.
5. Орлова П. И. Бизнес-планирование: учебник [для студентов вузов] / П. И. Орлова ; [под ред. М. И. Глухой]. - М. : Дашков и К°, 2013. - 284 с.

9.2 Дополнительная литература

Адамеску, А.А. Современные подходы к организации агротуризма в странах Центральной и Восточной Европы / А.А. Адамеску, В.Ю. Воскресенский // Региональная экономика: теория и практика. – 2009. – № 33. – С. 67–71.

Бородин, В.В. Экономика туризма: учебное пособие для студентов вузов / В.В. Бородин. – М.: ФОРУМ, 2011. – 240 с.

Горемыкин, В.А. Бизнес-план. Методика разработки. 45 реальных образцов бизнес-планов / В.А. Горемыкин. – 5-е изд., стер. – М.: Ось-89, 2011. – 864 с.

Зайцева, Н.А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе: учебное пособие для студентов вузов / Н.А. Зайцева, А.А. Ларионова. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. – 320 с.

Орджоникидзе, М.М. Методологические основы стратегического планирования и прогнозирования развития туризма в регионе / М.М. Орджоникидзе // Вестник Национальной академии туризма. – 2011. – № 2(18) апрель-июнь. – С. 15–21.

Попов, Ю.И. Управление проектами: учебное пособие для студентов вузов / Ю.И. Попов, О.В. Яковенко; Ин-т экономики и финансов «Синергия». – М.: ИНФРА-М, 2010. – 208 с.

Правовые основы социально-культурного сервиса и туризма: [сборник нормативно-правовых актов] / сост. Г.М. Дехтярь. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2011. – 416 с.

Скобкин, С.С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие для студентов вузов / С.С. Скобкин. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. – 431 с.

Стригунова, Д.П. Правовые основы гостиничного и туристского бизнеса: учеб. пособие [для студентов вузов] / Д.П. Стригунова. – М.: КНОРУС, 2012. – 200 с.

Темный, Ю.В. Экономика туризма: учебник [для студентов вузов] / Ю.В. Темный, Л.Р. Темная. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2010. – 448 с.

9.3 Журналы

1. Туристские фирмы Национальный туристский журнал «Туристские Фирмы». www.travelglossary.ru;

2. Туризм: практика, проблемы, перспективы. журнал о туризме. www.tpnews.ru;

3. Туризм: право и экономика. Туризм: право и экономика : федеральный научно-практический журнал. orac.lib.tpu.ru.

9.4 Российское законодательство

Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутренне-го и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 гг.)» от 8 декабря 2010 г. № 1004 [Электронный ресурс]. / Офиц. сайт Федер. агентства по туризму РФ. – М., 2010. – Режим доступа: <http://www.russiatourizm.ru/files/section-6/section-262/pravo.nnm.ru/zakony>.

Об общих принципах организации местного самоуправления в Рос-сийской Федерации: федер. закон от 6.10.2003 № 131-ФЗ (в ред. от 25.12.2008 № 281-ФЗ, 07.05.2009 №90-ФЗ,

28.1.2009 №283-ФЗ) [Элек-тронный ресурс] / Сайт КонсультантПлюс. – 2009. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=94220>.

Приказ от 25 января 2011 г. № 35 «Об утверждении порядка клас-сификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи».

Правила оказания услуг по реализации туристского продукта, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 18.07.2007 № 452.

Правила оказания услуг общественного питания, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 августа 1997 г. № 1036 (с изменениями и дополнениями).

Правила предоставления гостиничных услуг в РФ, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 25 апреля 1997 г. № 490 (с изменениями и дополнениями).

ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения.

ГОСТ Р 53423-2009 Туристские услуги. Гостиницы и другие сред-ства размещения туристов. Термины и определения.

ГОСТ Р 53997-2010 Туристские услуги. Информация для потреби-телей. Общие требования.

ГОСТ Р 53998-2010 Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования.

ГОСТ Р 50644-2009 Туристские услуги. Требования по обеспе-чению безопасности туристов.

ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Об-щие требования.

10. Перечень ресурсов информационно- телекоммуникационный сети «Интернет»

10.1 Полнотекстовые базы данных

Электронная библиотека Издательского дома Гребенникон.

Университетская информационная система Россия (УИС РОССИЯ).

Полпред. Экономика и право 230 стран. Связи с Россией.

Информационно-аналитическое агентство ИНТЕГРУМ.

Информационно-издательский центр «СТАТИСТИКА РОССИИ».

Электронно-библиотечная система РУКОН.

10.2 Интернет-ресурсы

www.unwto.org – Всемирная туристская организация (UNWTO).

www.wttc.org – Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC).

www.russiatourism.ru – Федеральное агентство по туризму Российской Федерации. Официальный сайт, содержит нормативно-правовые акты и статистические материалы по туризму в РФ.

www.ratanews.ru – ежедневная электронная газета «RATA news», выпускаемая Российским союзом туриндустрии.

grebennikon.ru – Управление проектами и программами, журнал. Включен в перечень ВАК, в базу РИНЦ, в базу Agris.

pat-moo.ru – Вестник национальной академии туризма, журнал. Включен в перечень ВАК, в базу РИНЦ, в базу Agris.

11. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Техническое и лабораторное обеспечение – аудитория с мультимедийным

оборудованием. Для проведения практических и лекционных занятий требуется компьютерный класс или аудитория с мультимедийным оборудованием, компьютерной программы «Project Expert».

12. Словарь основных терминов

Активы предприятия (Assets) – собственность предприятия, имеющая денежную стоимость и отражаемая в активе баланса. Активы предприятия – деньги, счета дебиторов, оборотные фонды, основной капитал и нематериальные активы.

Анализ затрат (Cost analysis; Expenses analysis) – анализ величины, структуры и динамики затрат с целью выявления их возможного снижения и более эффективного использования имеющихся ресурсов.

Анализ маркетинговой среды (Marketing Analysis) – метод, который анализирует внешнюю макро- и микросреду предприятия. Использует методы PEST и SWOT-анализа.

Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats Analysis или SWOT Analysis) – метод сбора информации, изучающий проект с точки зрения каждой из сильных и слабых сторон проекта, его благоприятных возможностей и угроз, чтобы увеличить охват рисков, рассматриваемых в рамках управления рисками.

Анализ резервов (Reserve Analysis) – методы анализа, служащие для определения существенных характеристик и взаимосвязей элементов в плане управления проектом с целью установления резерва для длительности расписания, бюджета, оценочной стоимости или средств проекта.

Анализ тенденций (Trend Analysis) – аналитический метод, использующий математические модели для прогнозирования результатов в будущем на основании исторических данных. С помощью этого метода определяется отклонение от базового плана по затратам, срокам или содержанию с использованием данных из предыдущих периодов отчетности и прогнозирования величины отклонения данного параметра в определенный момент в будущем, если в исполнение проекта не будут вноситься изменения.

Анализ чувствительности (Sensitivity Analysis) – метод количественного анализа рисков и моделирования, используемый для определения рисков с наибольшим возможным воздействием на проект. В процессе анализа устанавливается, в какой степени неопределенность каждого элемента проекта отражается на исследуемой цели проекта, если остальные неопределенные элементы принимают базовые значения. Обычно отображение результатов представлено в виде диаграммы «торнадо».

Балансовый метод (Balance method) – способ обработки и анализа статистических данных на основе равенства целого сумме частей. Балансовый метод в статистике – метод обработки и анализа данных, позволяющий установить взаимосвязь между ресурсами и их использованием, выявить пропорции, складывающиеся в процессе воспроизводства.

Бизнес-план (bissnes-plan) – документ, определяющий перспективные направления создания или развития (реконструкции, модернизации) действующей компании, включающий основные направления предпринимательской деятельности: маркетинговой, производственной, организационной, финансовой.

Валовая прибыль (Gross margin; Gross margin from sales; Gross profit; Gross income; Contribution margin; Earnings before interest and taxes (EBIT); Profit before interest and taxes (PBIT) – сумма превышения чистой выручки от продаж над прямыми переменными затратами на производство продукции или оказание услуг: затратами на материалы, затратами труда и производственными накладными затратами.

Дебиторская задолженность, счета к получению (Accounts receivable) – сумма долгов, причитающихся предприятию, от юридических или физических лиц в итоге хозяйственных взаимоотношений с ними. Обычно долги образуются от продаж в кредит.

Жизненный цикл проекта (Project Life Cycle) – набор обычно последовательных фаз проекта, количество и состав которых определяется потребностями управления проектом

организацией или организациями, участвующими в проекте. Жизненный цикл можно документировать с помощью методологии.

Инвестиция, капиталовложения (Investment) – долгосрочное вложение капитала в предприятия разных отраслей, предпринимательские проекты, социально-экономические программы или инновационные проекты. Инвестиции приносят прибыль через значительный срок после вложения.

Инвестиционная собственность (Investment property) – собственность, приобретенная для получения доходов или извлечения прибыли.

Капитальные вложения, капитальные затраты (Capital expenditures) – совокупность экономических ресурсов, направляемых на капитальное строительство и на воспроизводство основных средств.

Лизинг (Leasing) – аренда на срок от 6 месяцев до 15 лет технических средств и сооружений производственного назначения. Лизинг осуществляется на основе договора между лизинговой компанией (лизингодателем), приобретающей имущество за свой счет и сдающей его в аренду, и фирмой-арендатором (лизингополучателем), которая постепенно вносит арендную плату за использование лизингового имущества. В период действия договора право собственности на лизинговое имущество принадлежит лизингодателю, а право на пользование – лизингополучателю.

Ликвидность (Liquidity) – легкость реализации, продажи, превращения материальных или иных ценностей в денежные средства для покрытия текущих финансовых обязательств. Ликвидность – способность активов превращаться в деньги быстро и легко, сохраняя фиксированную свою номинальную стоимость.

Операционный анализ, анализ безубыточности (Break-even analysis; Cost-volume-profit analysis (C-V-P analysis)) – анализ результатов деятельности предприятия на основе соотношения объемов производства, прибыли и затрат, позволяющий определить взаимосвязи между издержками и доходами при разных объемах производства.

Операционный рычаг, операционный левевердж, производственный рычаг (Operating leverage) – количественная оценка изменения прибыли в зависимости от изменения объемов реализации. Операционный рычаг – отношение вклада на покрытие постоянных затрат к величине прибыли.

Основные фонды (Capital assets; Fixed assets; Fixed capital) – произведенные активы, используемые неоднократно или постоянно в течение длительного периода, но не менее одного года, для производства товаров, оказания рыночных и нерыночных услуг.

Норма прибыли, ставка дохода (Rate of return; Rate of profit) – отношение прибыли, полученной предприятием, к стоимости имущества за вычетом его обязательств.

План движения денежных средств (CASH-FLO) – статистический метод, определяющий денежные потоки: денежные поступления, отчисления, отсаток денежных средств на начало и конец периода.

Рентабельность продаж (Sales margin; Sales profitability) – отношение прибыли от реализации продукции (операционной прибыли) к объему продаж за определенный период.

Собственный капитал (Equity; Ownership capital; Net worth) – капитал, вложенный владельцами предприятия. Собственный капитал АО – акционерный капитал. Собственный капитал рассчитывается как разница между совокупными активами предприятия и его обязательствами (пассивами) и представляет собой сумму превышения обоснованной рыночной стоимости собственности над непогашенной задолженностью.

Товарно-материальные запасы, материальные оборотные средства (Inventory) – товары, которые компания держит для производства и продажи: наличные запасы сырья, готовая продукция и товары на складе, незавершенное производство, товары, закупленные для перепродажи, животные на откорме.

Факторы производства, экономические ресурсы (Factors of production; Economic resources) – используемые в производстве ресурсы, от которых в определяющей степени зависят количество, объем выпускаемой продукции. Четыре основных фактора производства – земля,

труд, капитал, а также предпринимательская способность.

Финансовый лизинг, финансовая аренда (Financial leasing; Financial lease) – операция по специальному приобретению имущества в собственность и последующей сдачей его во временное владение и пользование на срок, приближающийся по продолжительности к сроку эксплуатации и амортизации всей стоимости имущества. В течение срока договора лизингодатель за счет лизинговых платежей возвращает себе всю стоимость имущества и получает прибыль от финансовой сделки. Фактически финансовый лизинг представляет собой форму долгосрочного кредитования. Финансовый лизинг характеризуется трехсторонним характером взаимоотношений.

Фондовооруженность труда (Fixed capital per worker) – показатель, характеризующий оснащенность работников предприятий сферы материального производства основными производственными средствами. Фондовооруженность определяется как отношение стоимости основных средств предприятия к средней годовой списочной численности работников.

Чистая прибыль, чистые поступления, чистый доход, (Net income; Net earnings; Net profit; Pure profit) – часть балансовой прибыли предприятия, остающаяся в его распоряжении после уплаты налогов, сборов, отчислений, обязательных платежей в бюджет. Из чистой прибыли выплачиваются дивиденды акционерам, производятся реинвестиции в производство и формирование фондов и резервов.

ADR (Average daily room rate) – средняя цена за номеро/день с учетом заполняемости.

GopPAR (Gross operating profit per available room) – валовая прибыль на один доступный номеро/день.

RevPAR (Revenue per available room per day) – доход с одного доступного места.