

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. НАХОДКЕ

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И ИСКУССТВОВЕДЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ МОДУЛЬ 1

Рабочая программа учебной дисциплины

по направлению подготовки

43.03.03 Гостиничное дело

Находка 2018

Рабочая программа дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование Модуль 1» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 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 05 апреля 2017 г. № 301)

Составитель:

Гомилевская Г.А., канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и экологии, gag17@yandex.ru, Нарута Я.С., ст. преподаватель кафедры Гуманитарных и искусствоведческих дисциплин

Утверждена на заседании кафедры ГИД от 28.04.2018 г., протокол № 9.

Заведующий кафедрой (разработчика)



М.Ю. Дикусарова

подпись

фамилия, инициалы

«28 » апреля 2018 г.

Заведующий кафедрой (выпускающей)



М.Ю. Дикусарова

подпись

фамилия, инициалы

«28 » апреля 2018 г.

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

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

В процессе достижения цели решаются следующие задачи:

- 1) приобретение систематизированных знаний об управлении процесса туристско-рекреационного проектирования;
- 2) овладение практическими навыками туристско-рекреационного проектирования, методами и способами разработки туристско-рекреационного проекта;
- 3) проведение проектного анализа при создании или развитии предприятия туризма и 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 и	Название компетенции	Составляющие компетенции	
43.03.03 «Гостиничное дело»	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 «Туристско-рекреационное проектирование модуль 1» 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», «основы проектирования туристских и гостинично-ресторанных комплексов».

На компетенциях, формируемых дисциплиной «туристско-рекреационное проектирование модуль 1», базируются дисциплины «Туристско-рекреационное проектирование модуль 2», «Инновации в сервисе и туризме», «Взаимодействие с потребителями в туризме и индустрии гостеприимства», 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	пра	ла	ПА			КСР
Б-ГД	ОФО	Б.1.В.04	6	4	60	17	34		9	84	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 туристско-рекреационного проектирования. Методика разработки туристско-рекреационного проекта	Лекция	2		6
		Практическое занятие	4	1	6
2	Анализ внутренней среды туристского предприятия	Лекция	3		6
		Практическое занятие	5	1	6
3	Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг	Лекция	4		6
		Практическое занятие	5	1	6
4	Исследование конкурентной среды	Лекция	2		6
		Практическое занятие	5	1	6
5	Разработка туристских товаров и услуг	Лекция	2		6
		Практическое занятие	5	2	6
6	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама в туризме	Лекция	2		6
		Практическое занятие	5	1	6
7	Производственный и организационный планы в туристско-рекреационном проектировании	Лекция	2		6
		Практическое занятие	5	2	6

5.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сущность и содержание туристско-рекреационного проектирования.

Методика разработки туристско-рекреационного проекта

Предмет и содержание туристско-рекреационного проектирования, социально-экономическая сущность туристско-рекреационного проекта. Основные принципы, функции, цели и задачи туристско-рекреационного проектирования. Общие требования, предъявляемые к туристско-рекреационным проектам. Подготовка к разработке и составлению туристско-рекреационного проекта. 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 туристско-рекреационного проекта.

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 разработке бизнес-идеи туристско-рекреационного проекта, определение порядка проведения предпроектных исследований.

Тема 2. Анализ внутренней среды туристского 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 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: решение практических задач.

Форма текущего контроля: разбор практических задач и обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по решению практических задач.

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:

Основные источники: 3

Дополнительные источники: 4,8

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

Лекционное занятие.

Практическое занятие: проведение практического задания по сегментации рынка, анализа потребителей продуктов и услуг в рамках туристско-рекреационного проектирования.

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: выполнение практического задания.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: сбор информации по конкурентам в рамках туристско-рекреационного проекта.

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 туристско-рекреационном проекте. 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: практическое занятие по анализу жизненного цикла туристского продукта.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение задания по описанию проектируемого продукта (услуги) в рамках туристско-рекреационного проекта..

Тема 6. 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, паблик 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 6:

Основные источники:5

Дополнительные источники: 1,4,6

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

Лекционное занятие: спикер-представитель предприятий туризма/партнеров кафедры

Практическое занятие: практическое занятие по разработке медиа-плана туристско-рекреационного проекта.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение задания по сбору информации и разработке системы сбыта и продвижения туристско-рекреационного проекта.

Тема 7. 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 7:

Основные источники:4,5

Дополнительные источники: 2,5,6

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

Лекционное занятие.

Практическое занятие: практическое занятие по разработке производственного плана туристско-рекреационного проекта.

Форма текущего контроля: участие в дискуссии, обсуждение результатов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение задания по производственному и организационному плану в рамках туристско-рекреационного проекта. Защита комплексного туристско-рекреационного проекта

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 туристско-рекреационного проекта. В начале выполнения индивидуального задания по разработке проекта 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 туристско-рекреационного проекта развития предприятия туризма и индустрии гостеприимства используется универсальный кейс «Технология разработки туристско-рекреационного проекта», включающий этапы маркетингового, организационного, производственного проектирования туристских процессов.

6.2 Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины

1. Дайте определение понятия «туристско-рекреационный проект».
2. Перечислите цели, задачи и функции туристско-рекреационного проекта.
3. Опишите процесс подготовки к разработке и составлению туристско-рекреационного проекта.
4. Каков порядок проведения предпроектных исследований?
5. Каково назначение маркетинговых исследований в системе туристско-рекреационного проектирования?
6. Укажите структуру маркетинговой среды предприятия.
7. Перечислите факторы формирования макросреды при разработке туристско-рекреационного проекта.
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 туристско-рекреационного проекта?
13. Каковы существенные особенности анализа потребителей продукции и услуг в туристско-рекреационном проектировании?
14. Чем вызвана необходимость проведения анализа внутренней среды предприятия при разработке туристско-рекреационного проекта?
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 туристско-рекреационного проекта «Характеристика продукции и услуг»?
24. Сравните жизненный цикл гостиничного и туристского продукта.
25. Укажите принципиальные различия методики разработки плана маркетинга в туристско-рекреационном проекте и в маркетинговой стратегии.
26. Приведите пример расчета емкости рынка.
27. Дайте характеристику программе сбыта товаров и услуг предприятий туризма и гостеприимства при разработке туристско-рекреационного проекта.
28. Дайте характеристику видов и форм продвижения с точки зрения проектного анализа.
29. Приведите пример методики формирования производственного и организационного плана при планировании деятельности предприятий туризма и гостеприимства.
30. Опишите метод планирования работы с персоналом предприятий туризма.
31. Приведите пример организационного плана управления проектом.
32. Укажите принципиальные различия видов и форм оплаты труда персонала на предприятиях туризма.

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 персональным достижениям 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. Канатьева Н. С. Основы туризма: учебно-метод. пособие [для студентов, обуч. по специальности "Туризм"] / Н. С. Канатьева, Я. М. Абдуразакова. - М.: Астрахань: КНОРУС: ИД Астрахан. ун-т, 2016. - 102 с. - Библиогр.: с. 98-102.
2. Баумгартен Л. В. Метрология, стандартизация и сертификация в сервисе и туризме: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по направл. подготовки "Менеджмент" (бакалавриат) / Л. В. Баумгартен. - М. : КНОРУС, 2016. - 170 с.
3. Экономика и организация туризма: международный туризм: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по специальности "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / [авт.: Е. Л. Драчева и др.] ; под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой ; Моск. акад. турист. и гостин.-ресторан. бизнеса. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : КНОРУС,

2016. - 566 с.

4. Веткин В. А. Технология создания массового турпродукта: учебно-метод. пособие, [для студентов вузов, обуч. по туристским специальностям] / В. А. Веткин, Е. В. Винтайкина. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Русайнс, 2015. - 248 с.

9.2 Дополнительная литература

5. Афитов Э.А. Планирование на предприятии: учебник для студентов вузов / Э. А. Афитов. - Минск ; М. : Новое знание : ИНФРА-М, 2015. - 344 с.

6. 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.

7. Гущина, Н.А. Особенности управления развитием туристского потенциала как составляющей регионального экономического потенциала / Н. А. Гущина // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – №23(230) июнь. – С. 34–44

8. Жертовская, Е.В. Сопоставительный анализ современных подходов, методов исследования и принятия управленческих решений в сфере туризма / Е.В. Жертовская, А.Э. Саак // Туризм: право и экономика. – 2009. – № 1. – С. 21–30

9. 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

10. Орлова П. И. Бизнес-планирование: учебник [для студентов вузов] / П. И. Орлова ; [под ред. М. И. Глуховой]. - М. : Дашков и К°, 2013. - 284 с.

11. Полухина, А. Сфера туризма: современная концепция управления / А. Полухина, Ф. Удалов, Г. Сапрыкина // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – №6. – С. 79–85

12. 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.

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

14. Якимович, Г.Б. Развитие инновационных процессов в управлении туризмом / Г.Б. Якимович // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2011. – №4(10)-1. – С. 72–80

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

15. Об основах туристской деятельности: федер. закон № 132-ФЗ от 4 октября 1996 года (в ред. Федерального закона от 28.12.2016) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант плюс». URL: <http://consultant.ru>

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

17. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: федер. закон от 6.10.2003 № 131-ФЗ (в ред. Федеральных законов от 03.04.2017

N 62-ФЗ, от 03.04.2017 N 64-ФЗ) [Электронный ресурс] // СПС «Консультант плюс». URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=94220>;

18. О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации: Федеральный закон от 29 декабря 2014 №473-ФЗ [Электронный ресурс] / СПС «Консультант плюс»

19. Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 11 июля 2014 года № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями»

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

21. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 9 октября 2015 г. № 1085.

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

23. ГОСТ Р 53423-2009 Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения.

24. ГОСТ 32612-2014. Межгосударственный стандарт. Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования.

25. ГОСТ 32613-2014. Межгосударственный стандарт. Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования.

26. ГОСТ 32611-2014. Межгосударственный стандарт. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.

27. ГОСТ Р 51185-2014 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования.

28. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг.

29. ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования.

30. ГОСТ 31984-2012. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Общие требования.

31. ГОСТ 32692-2014. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания.

32. ГОСТ 31985-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Термины и определения.

33. ГОСТ 30524-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Требования к персоналу..

10. Перечень ресурсов информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»

10.1 Полнотекстовые базы данных

Электронно-библиотечная система Юрайт: [http:// www.biblio-online.ru/](http://www.biblio-online.ru/);

Электронно-библиотечная система РУКОНТ: [http:// www.rucont.ru/](http://www.rucont.ru/);

Электронно-библиотечная система издательства: «Лань»: [http:// www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com);

Научная электронная библиотека (НЭБ) eLIBRARY.ru: [http:// www.eLIBRARY.ru/](http://www.eLIBRARY.ru/).

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.

nat-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 леввередж, 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.