

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 15.10.2025 00:46:50
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 6

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС

Факультет международных отношений и политических исследований

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

Электронная подпись

ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

«Туризм и регионоведение»
(наименование образовательной программы)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.В.06 «Бизнес-планирование в индустрии туризма»

43.03.02 Туризм
(код, наименование направления подготовки)

Очная/Заочная
(формы обучения)

Год набора – 2025

Санкт-Петербург, 2024 г.

Автор-составитель:

Д-р экон. наук, руководитель магистерской программы
«Туризм и регионоведение»

Морозова М.А.

Заведующая кафедрой управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса:
доктор экономических наук, профессор Морозова Марина Александровна

РПД Б1.В.06 «Бизнес-планирование в индустрии туризма» одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса.
Протокол от 24 апреля 2025 г. №16.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
6. Методические материалы для освоения дисциплины
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
 - 7.1. Основная литература
 - 7.2. Дополнительная литература
 - 7.3. Нормативные правовые документы или иная правовая информация
 - 7.4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 7.5. Интернет-ресурсы
 - 7.6. Иные источники
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.06 «Бизнес-планирование в индустрии туризма» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2	Способен определять связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.3	Способен владеть навыками рационального распределения временных ресурсов, построения индивидуальной траектории саморазвития и самообразования в течение всей жизни
ПКР-2	Способен разрабатывать бизнес - планы создания и развития существующих и новых предприятий (направлений деятельности, продуктов) и оценивать их эффективность	ПКР-2.1	Способен использовать методы бизнес-планирования, умеет организовать сбор и анализ данных для составления бизнес-плана создания новой организации

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ	Код компонента компетенции	Результаты обучения
	УК-2.2	на уровне знаний: управление трудовыми ресурсами проекта и менеджмент человеческих ресурсов проекта; типы ограничений проекта; методы распределения ресурсов в проекте; виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. на уровне умений: самостоятельно использовать знания при определении и характеристики типа проекта; использует знания по ролевым позициям в группе по осуществлению проектов при аргументировании выбора собственного места в проекте; уметь проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности.

		на уровне навыков: обоснования собственной позиции участия в проекте; решения отдельных задач исходя из целей проекта; владеет правовыми нормами в области, соответствующей профессиональной деятельности, разработки и реализации проекта, проведения профессионального обсуждения результатов деятельности.
	УК-6.3	на уровне знаний: концепция образования в течение всей жизни (lifelong learning): системный взгляд; целеполагание как процесс осмысления своей деятельности (в т.ч. учебной), постановки целей и их достижения; современные методы самоорганизации и саморазвития; тайм менеджмент: виды и основные принципы; основные приемы планирования. на уровне умений: формировать программу профессионального саморазвития; использовать открытые обучающие программы; эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения; преодолевать сопротивление внешней среды. на уровне навыков: использования инструментов планирования времени; постановки целей и задач; эффективного обучения; самомотивации.
Составление технологической карты экскурсии Разрабатывает экскурсионные программы	ПКР-2.1	на уровне знаний: Основы разработки стратегии маркетинга и текущего плана маркетинга на предприятии; предмет маркетингового исследования рынка продуктов и услуг; сущность маркетинговой среды и анализа конъюнктуры рынка; особенности потребительского поведения и характеристику потребителей; сущность ценообразования и ценовой политики туристского предприятия; систему сбыта и формы реализации товаров и услуг; методы продвижения продуктов и услуг; принципы функционирования организационной системы туристской фирмы; основы управления персоналом предприятия; основы туроперейтинга и инновационной деятельности в туризме, методику разработки товаров и услуг в туристской отрасли; основы налоговой системы и специфику налогообложения туристского предприятия; методику формирования финансового плана предприятия. на уровне умений: определить стратегию развития предприятия; разработать новые туристские продукты и услуги; рассчитать емкость туристского рынка; определить мощность туристского предприятия; формировать ценовую политику и рассчитать цену на конкретные продукты и услуги; производить расчеты инвестиционных издержек, общих затрат, производственных и коммерческих затрат; формировать планы прибылей и убытков, денежных потоков, баланса; рассчитывать срок окупаемости, внутреннюю норму рентабельности, индекс

	прибыльности и другие финансовые коэффициенты эффективности проекта.
	на уровне навыков: понятийным аппаратом в объеме программы курса на высоком профессиональном уровне; профессиональной аргументацией при обсуждении вопросов, касающихся видов и тенденций развития туризма; навыками работы с учебной и методической литературой, периодическими изданиями, статистическими данными; способностью использовать нормативные документы по стимулированию развития, качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов/ 108 астр. часов на очной форме обучения.

Вид работы	Трудоемкость (в академ.часах/в астроном. часах)
Общая трудоемкость	144/108
Контактная работа с преподавателем	54/40,5 2/1,5 – ч. консультация
Лекции	26/19,5
Практические занятия	28/21
Самостоятельная работа	52/39
Контроль	36/27
Формы текущего контроля	Контрольная работа, тестирование, эссе
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов/ 108 астр. часов на заочной форме обучения.

Вид работы	Трудоемкость (в академ.часах/в астроном. часах)
Общая трудоемкость	144/108
Контактная работа с преподавателем	16/12 2/1,5 – ч. консультация
Лекции	8/6
Практические занятия	8/6
Самостоятельная работа	117/87,75
Контроль	9/6,75
Формы текущего контроля	Контрольная работа, тестирование, эссе
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.06 «Бизнес-планирование в индустрии туризма» входит в вариативную часть (часть, формируемая участниками образовательных отношений) Блок 1 «Дисциплины (модули)» основной образовательной программы.

Целью данного курса является изучение социально-экономических, организационных и финансовых аспектов перспективного и текущего планирования предприятия, основой которого является продвижение товаров и услуг от производителя к потребителю посредством обмена.

Дисциплина Б1.В.06 «Бизнес-планирование в индустрии туризма» связана с такими дисциплинами учебного плана, как Б1.О.19 «Экономика индустрии туризма», Б1.О.21 «Маркетинг в туризме».

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziiu-de.raopera.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Дисциплина читается на 2 курсе 4 семестре по очной форме обучения.

Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – экзамен.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Всего часов	Объем дисциплины, час.				Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ		
Тема 1	Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия	8	2		2	4	Э
Тема 2	Анализ внутренней среды предприятия, структуры рынка и расчет емкости рынка	12	4		4	4	Т
Тема 3	Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения	10	4		2	4	Э
Тема 4	Исследование конкурентной среды	10	2		4	4	КР
Тема 5	Маркетинговые исследования при разработке бизнес-плана	10	2		4	4	Т
Тема 6	Разработка туристских товаров и услуг	11	4		2	5	Т, Э

Тема 7	Ценовая политика на туристском предприятии	9	2		2	5	Э
Тема 8	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	12	2		4	6	Т
Тема 9	Производственный план туристского предприятия. Организационный план. Оценка рисков	12	2		2	8	Т
Тема 10	Финансовый план	12	2		2	8	КР
Промежуточная аттестация		36/27	Консультация – 2 / 1,5				экзамен
Всего (академ. /астроном.часов):		144/108	26/19,5		28/21	52/39	

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Всего часов	Объем дисциплины, час.			СР	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ		
Тема 1	Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия	13	-		1	12	Э
Тема 2	Анализ внутренней среды предприятия, структуры рынка и расчет емкости рынка	14	1		1	12	Т
Тема 3	Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения	14	1		1	12	Э
Тема 4	Исследование конкурентной среды	12	1		-	11	КР
Тема 5	Маркетинговые исследования при разработке бизнес-плана	14	-		1	13	Т
Тема 6	Разработка туристских товаров и услуг	13	1		1	11	Т, Э
Тема 7	Ценовая политика на туристском предприятии	14	1		-	13	Э
Тема 8	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	13	1		1	11	Т
Тема 9	Производственный план туристского предприятия. Организационный план. Оценка рисков	13	1		1	11	Т
Тема 10	Финансовый план	13	1		1	11	КР
Промежуточная аттестация		9/6,75	Консультация – 2 / 1,5				экзамен

Всего (академ. /астроном.часов):	144/108	8/6		8/6	117/87,7 5	
---	----------------	------------	--	------------	-----------------------	--

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) ;

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа) ;

ПЗ – практические занятия (виды занятий семинарского типа за исключением лабораторных работ) ;

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) ;

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности.

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

***КР–контрольная работа, Т – тестирование, Э - эссе.*

3.2. Содержание дисциплины

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

Предмет и содержание бизнес-планирования, его роль в рыночной экономике. Социально-экономическая сущность бизнес-плана. Основные принципы маркетинга. Цели и задачи бизнес-планирования. Особенности бизнес-плана в российской экономике. Основные функции бизнес-планирования: разработка общей концепции, генеральной стратегии развития предприятия; планирование, привлечение денежных средств и потенциальных партнеров. 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, клиентов, рынка). Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план). Основные разделы бизнес-плана, инвестиционного проекта туристского предприятия.

Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия, структуры рынка и расчет емкости рынка

История развития предприятия. Организационно-правовая форма. Организационная структура. Сфера деятельности, основные продукты и услуги. Кредитная история. Техничко-экономические показатели, анализ финансовой деятельности. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы. 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. Сегментирование рынка. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг.

Тема 3. Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения

Процесс принятия решения о покупке. Факторы, влияющие на поведение конечного потребителя. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления. Классификация потребителей в туризме. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка.

Тема 4. Сущность Исследование конкурентной среды

Конкурентная среда 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.

Тема 5. Маркетинговые исследования при разработке бизнес-плана

Процесс маркетинговых исследований. Постановка целей. Виды целей: поисковые, описательные, экспериментальные. Выбор источников информации. Сущность первичной информации, проблематика сбора. План формирования первичной информации. Сбор данных по проблеме. Анализ и представление данных.

Тема 6. 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.

Тема 7. Ценовая политика на туристском предприятии

Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме. Калькулирование себестоимости турпродукта с позиции туроператора и турагента.

Тема 8. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама

Каналы распространения туристских товаров и услуг, уровни каналов. Формы и методы реализации турпродукта. Сущность туроператорской и турагентской деятельности. Способы и методы реализации (сбыта) турпродукта: директ-маркетинг, теле-маркетинг, косвенный сбыт, селективный сбыт, исключительный сбыт. Виды продвижения в туризме: реклама, личная продажа, паблик-релейшнз, стимулирование сбыта. Особенности проведения рекламной кампании в туристской фирме. Выбор рекламной темы, образа, девиза. Виды рекламы и способы распространения рекламы. Формирование бюджета рекламной кампании. Система, временных мероприятий, стимулирующих сбыт продукции и услуг. Схема формирования имиджа предприятия

Тема 9. Производственный план туристского предприятия. Организационный план. Оценка рисков

Формирование плана сбыта и плана производства. Объем реализации туристских услуг. План персонала: производственный и АУП (штатное расписание, условия оплаты, квалификационный уровень). Расчет основных фондов и амортизации оборудования. Необходимые сырье и материалы, МБП. Расчет постоянных и переменных издержек. Организационный план. Общие издержки, инвестиционные затраты. Источники финансирования. Этапы, сроки исполнения. Диаграмма GANT. Риски: финансовые, организационные, социальные, экологические. Возможности снижения рисков.

Тема 10. Финансовый план

План прибылей и убытков. Выручка от реализации туруслуг. Производственные затраты. Валовая маржа. Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая

прибыль. Налоговое окружение, налоговые платежи и платежи во внебюджетные фонды. Формирование чистой прибыли предприятия, денежных потоков, баланс. План движения денежных средств. Остаток средств на начало планового периода. Поступления от реализации, прочие поступления. Отчисления. Формирование остатка денежных средств на конец планового периода. Баланс. 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.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.06 «Бизнес-планирование в индустрии туризма» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

	Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости*
Тема 1	Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия	Э
Тема 2	Анализ внутренней среды предприятия, структуры рынка и расчет емкости рынка	Т
Тема 3	Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения	Э
Тема 4	Исследование конкурентной среды	КР
Тема 5	Маркетинговые исследования при разработке бизнес-плана	Т
Тема 6	Разработка туристских товаров и услуг	Т, Э
Тема 7	Ценовая политика на туристском предприятии	Э
Тема 8	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	Т
Тема 9	Производственный план туристского предприятия. Организационный план. Оценка рисков	Т
Тема 10	Финансовый план	КР

* КР – контрольная работа, Т – тестирование, Э – эссе.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Типовые оценочные материалы по теме № 1, 3, 6, 7

Типовые темы для эссе

Соберите информацию по предложенной теме, систематизируйте ее, сделайте выводы и предложите использование.

1. Направления бизнес-плана и преимущества его использования.
2. Рынок сбыта и потенциальных потребителей в бизнес-плане.
3. Показатели конкурентоспособности товара и фирмы.
4. Факторы риска в бизнес-плане.
5. Методы планирования бизнес-плана.
6. Безубыточность фирмы.
7. Выбор эффективной методики ценообразования.
8. Конкуренция в бизнес-плане.
9. Стратегия маркетинга в бизнес-плане.
10. Разделы бизнес-плана
11. Составляющие цены потребления
12. Жизненный цикл товара
13. Стратегия ценообразования
14. Оценка конкурентоспособности фирмы
15. Основные направления инвестиционной деятельности.
16. Оформление инвестиционной заявки.
17. Потребности в трудовых ресурсах, необходимых для реализации бизнес-плана.
18. Варианты сбытовой политики фирмы, роль рекламы.

Типовые оценочные материалы по теме № 2, 5, 6, 8, 9

Типовые задания для тестирования

Выберите один правильный ответ. Составьте список ответов на вопросы теста, выполняя задания, сформулированные в каждом вопросе теста.

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.
16. Доля рынка – это:
- А) часть рынка;
 - Б) часть объектов рынка;
 - В) удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме реализации товара.
17. Какой показатель наиболее важен в конкурентной борьбе:
- А) продукт;

- Б) цена;
 - В) система сбыта;
 - Г) реклама.
18. Конкурентоспособность товара – это:
- А) самый высокий уровень качества;
 - Б) способность товара конкурировать на мировом рынке;
 - В) способность товара конкурировать с аналогичными видами продукции на мировом рынке;
 - Г) способность товара конкурировать с аналогами на конкретном рынке в определенный период времени;
 - Д) самая низкая себестоимость.
19. Составляющими конкурентоспособности товара являются:
- А) технический уровень;
 - Б) сертифицированная система обеспечения качества;
 - В) эффективность рекламы;
 - Г) совокупность эстетических показателей качества товара;
 - Д) базисные условия контракта.
20. Может ли товар, превосходящий по качеству конкурирующие аналоги, быть неконкурентоспособным на данном рынке:
- А) да;
 - Б) нет.
21. На какие рынки предпочтительней выходить фирмам, турпродукт которых уступает аналогичной продукции конкурентов по качеству, степени технологичности, условиям обслуживания:
- А) на рынки с высокой эластичностью спроса;
 - Б) на рынки с низкой эластичностью спроса;
 - В) на рынки со средней эластичностью спроса;
 - Г) на региональные рынки.
22. На какой стадии ЖЦТ фирма несет наибольшие затраты:
- А) внедрения;
 - Б) спада;
 - В) зрелости;
 - Г) роста;
 - Д) стабильности.
23. На какой стадии жизненного цикла товара фирма получает максимальную прибыль:
- А) внедрения;
 - Б) спада;
 - В) зрелости;
 - Г) роста.
24. На какой стадии ЖЦТ возрастает значимость стимулирования сбыта:
- А) внедрения;
 - Б) спада;
 - В) зрелости;
 - Г) роста.
25. Какой период наиболее важен в рыночной судьбе нового товара:
- А) период производства товара;
 - Б) этап разработки концепции нового товара;
 - В) стадия внедрения;
 - Г) стадия роста;
 - Д) период рекламной кампании.
26. Как необходимо поступить с турпродуктом, исчерпавшим рыночные возможности:
- А) усилить его рекламу;

- Б) улучшить упаковку;
 - В) искать для него подходящий сегмент на рынке;
 - Г) принять решение об изъятии его из программы;
 - Д) продолжить его выпуск малой серией.
27. На какой основе формируется динамика цен:
- А) желания продавца;
 - Б) желания посредника;
 - В) стоимости сырья и транспорта;
 - Г) стоимости энергоносителей;
 - Д) стоимости товара и влияния конъюнктуры рынка.
28. Как зависит объем продаж от уровня цен при высокой эластичности спроса:
- А) цены понижаются незначительно – объем продаж увеличивается;
 - Б) цены понижаются незначительно – объем продаж существенно не растет;
 - В) цены понижаются – объем продаж не меняется;
 - Г) цены повышаются – объем продаж не меняется;
 - Д) цены повышаются – объем продаж меняется незначительно.
29. Система “Директ-костинг” направлена на:
- А) определение точки безубыточности;
 - Б) выбор оптимальной системы сбыта;
 - В) расчет бюджета рекламы;
 - Г) определение цены методом потребительской оценки.
30. При каких значениях ценовой эластичности имеет место неэластичный спрос:
- А) 0,9;
 - Б) 1;
 - В) 1,2.
31. Что является главными объектами изучения товародвижения и продаж в системе бизнес-планирования:
- А) товар, поставщик, конкурент;
 - Б) торговые каналы, посредники, продавцы, формы и методы продажи, издержки обращения;
 - В) затраты на производство и сбыт товаров, поведение и реакция потребителей и изменение цены на товар.
32. Канал распределения “производитель-посредник-потребитель” или другими словами “туроператор-турагент-турист” скорее выберет турфирма, выпускающая:
- А) престижные турпродукты;
 - Б) турпродукты для других регионов;
 - В) гостиничные услуги;
 - Г) чартерный турпродукт.
33. Если турфирма производит турпродукт, реализуемый по высоким ценам, а ее потребители проживают конкретно в одном районе, какие основные и дополнительные методы продвижения товара ей целесообразно использовать:
- А) рекламу;
 - Б) личные продажи;
 - В) паблик рилейшнз;
 - Г) стимулирование сбыта.
34. Расставьте по порядку процесс маркетинговой коммуникации при разработке бизнес-плана:
- А) рассчитать бюджет;
 - Б) определить комплекс продвижения;
 - В) выбрать выразительные средства коммуникаций;
 - Г) определить этапы процесса коммуникаций;
 - Д) определить целевые аудитории для воздействия.

35. Система управления рисками должна:

- А) устранять несоответствия качества товаров и услуг после их обнаружения;
- Б) предупреждать возникновение рисков;
- В) обеспечивать безопасность;
- Г) своевременно реагировать на возникновение рисков и устранять их.

36. Избежать риска юридической ответственности за безопасность турпродукта можно (можно выбрать несколько вариантов ответа):

- А) заменой турпродукта;
- Б) оценкой проекта и опытного образца на безопасность;
- В) поисками рынка, где эти требования не являются обязательными;
- Г) гармонизацией технологических условий с международным стандартом;
- Д) разработкой четкой инструкции для пользователя;
- Е) страхованием турпродукта.

37. В плане прибылей и убытков учитываются:

- А) кредит;
- Б) амортизация;
- В) выплаты по кредиту;
- Г) остаток средств на начало и конец периода;
- Д) А, Б, В;
- Е) Б, В;
- Ж) А, В, Г.

38. В плане движения денежных средств учитываются:

- А) кредит;
- Б) амортизация;
- В) выплаты по кредиту;
- Г) остаток средств на начало и конец периода;
- Д) А, Б, В;
- Е) Б, В;
- Ж) А, В, Г.

39. Исключите неправильное высказывание.

К преимуществам расчетного уровня дохода на инвестиции следует отнести следующее:

- А) отражение прибыльности проекта;
- Б) количественную связь с финансовым положением;
- В) учет будущих поступлений по отношению к текущему периоду.
- Г) показатель отражает весь срок жизни проекта.

40. При определении привлекательности проекта значение внутреннего коэффициента рентабельности должно превышать:

- А) условную стоимость капитала инвестора;
- Б) ставку по долгосрочным банковским кредитам;
- Г) ставку дисконтирования;
- Д) срок окупаемости.

Типовые оценочные материалы по теме № 4, 10

Типовые варианты контрольных работ

Соберите информацию по предложенной теме, сделайте обзор.

Контрольная работа № 1. Оценка конъюнктуры рынка.

Собрать и проанализировать материал. Результаты оформить в таблицу.

№ п/п	Показатели	Близлежащий	Населенные	Рынки,

		город или населенный пункт местонахождения предприятия	пункты в радиусе 100 км	удаленные за 100 км
1.	Уровень спроса			
2.	Степень удовлетворения спроса			
3.	Уровень конкуренции			
4.	Доля потребителей, готовых купить продукцию			

Контрольная работа № 2 Исследование конкурентной среды

Собрать и проанализировать материал. Результаты оформить в две таблицы.

Таблица 1. – Анализ сильных и слабых сторон конкурентов и собственного предприятия

Факторы, характеризующие предприятие	Преимущества	Недостатки	Оценка
Производство. • Оборудование. • Гибкость производственных линий. • Качество производственного планирования и управления.			
Научные исследования и разработки. • Интенсивность и результаты. • Ноу-хау. • Использование новых			

информационных технологий.			
Менеджмент предприятия. • Предпринимательская культура и философия. • Цели и формулируемые стратегии. • Системы мотивации сотрудников.			
Маркетинг. • Организация сбыта. • Расположение сбытовых филиалов. • Фазы “жизненного цикла” важнейших продуктов.			
Кадры. • Возрастная структура. • Уровень образования. • Квалификация и мотивация труда персонала.			
Финансы. • Доля собственного капитала (капитал и резервы). • Уровень финансового состояния. • Возможности получения кредита.			

Таблица 2. Анализ и оценка конкурентов

№ п/п	Характеристика конкурентов	Основные конкуренты	
		Первый	Второй
1.	Объем продаж, натуральные показатели		
2.	Занимаемая доля рынка, %		
3.	Уровень цены		
4.	Финансовые показатели		
5.	Уровень технологии		
6.	Качество продукции		
7.	Расходы на рекламу		
8.	Привлекательность внешнего вида, дизайн		
9.	Время деятельности предприятия, лет		

Контрольная работа № 3 Разработать примерный бизнес-план для любого вида деятельности.

Результаты оформить в виде презентации.

Оценочные средства (формы текущего контроля)	Показатели Оценки	Критерии Оценки
Тестирование	процент правильных ответов на вопросы теста.	Менее 60% – 0 баллов; 61 - 75% – 16 баллов; 76 - 90% – 18 баллов; 91 - 100% – 20 баллов.
Контрольная работа	- корректное определение терминов; - знание основных положений концепций.	Точное соотнесение термина с определением, приведенным в задании – 1 балл. Точное и полное определение термина, приведенного в задании – 2 балла. Полный перечень положений социологической концепции - 3 балла. Отсутствие в перечне 1-2 положения – 2 балла. Общая характеристика (без приведения конкретных положений концепции) – 1 балл
Эссе	Содержание работы полностью соответствует теме; - глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения, умение делать выводы и обобщения;	3 балла

	изложении мыслей; - заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части. Тема в основном раскрывается; - дан верный, но односторонний или недостаточно полный ответ на тему; - допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала; - обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения; - материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей; - выводы не полностью соответствуют содержанию основной части. Тема не раскрыта, что свидетельствует о поверхностном знании; - состоит из путаного пересказа отдельных событий, без вывода и обобщений; - характеризуется случайным расположением материала, отсутствием связи между частями; - выводы не вытекают из основной части; - многочисленные(60-100%) заимствования текста из других источников; - отличается наличием грубых речевых ошибок.	
--	--	--

5. Оценочные средства промежуточной аттестации по дисциплине.

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

Экзамен проводится с применением метода (средства) устные ответы на вопросы билета и ситуационная задача.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-2.2: Способен определять связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения	Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	Чётко определено оптимальное количество необходимых для разработки проекта ресурсов.
УК-6.3: Способен владеть навыками рационального распределения временных ресурсов, построения индивидуальной траектории саморазвития и самообразования в течение всей жизни	Владеет навыками рационального распределения временных ресурсов, построения индивидуальной траектории саморазвития и самообразования в течение всей жизни Определяет эффективные пути личностного и профессионального саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Разработан индивидуальный образовательный маршрут: Достиг конкретных результатов в соответствии с принятой программой, осуществлена критическая оценка эффективности использованных методов самоорганизации и саморазвития (времени и других ресурсов) при решении поставленных задач и относительно полученного результата. Использует предоставляемые возможности для формирования и развития «новых» компетенций / приобретения нового учебно-профессионального опыта.
ПКР-2.1: Способен использовать методы бизнес-планирования, умеет организовать сбор и анализ данных для составления бизнес-плана создания новой организации	Знания теоретических основ, задач, принципов и этапов бизнес - планирования на предприятии, а также содержание, структуру и последовательность разработки бизнес-плана.	Знает и использует методы бизнес-планирования, умеет организовать сбор и анализ данных для составления бизнес-плана создания новой организации Выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также анализирует поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли

Типовые материалы промежуточной аттестации

Типовые вопросы к экзамену

Изложите теоретические основы по данной теме и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):

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.
12. Содержание баланса в бизнес-плане.
13. Содержание организационного раздела бизнес-плана.
14. Стратегия финансирования деятельности фирмы.
15. Содержание юридического раздела бизнес-плана.
- 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.

Варианты ситуативных задач

Ситуация 1. Понятийный аппарат сферы туризма. С помощью информационных источников и сети интернет найти документацию известных туристических агентств (лицензия, договоры аренды и купли-продажи, должностные инструкции, реквизиты счетов и прочее). Из найденных документов выписать основные официальные термины, слова и фразы. В документе Microsoft Word в алфавитном порядке выстроите слова и фразы, найдите на них определения. Составьте словарь терминов из получившихся слов.

Ситуация 2. Модели туризма в ведущих туристских странах и регионах мира. Используя сеть Интернет, найти известные фирмы в ведущих туристских странах и регионах мира. Выбрать из них 5 основных. Изучить виды туристской деятельности в представленных фирмах. Определить модель туризма туристической организации относительно региона мира, в котором она находится.

Ситуация 3. Графический анализ данных по статистике туризма. По полученным от преподавателя статистических графиках о состоянии экономических сторон туризма в различных регионах переписать в тетрадь отдельно для каждого региона цифровые показатели. Данные показатели необходимо также разделить на несколько колонок для более качественного рассмотрения различных показателей. Сравните между собой соответствующие показатели и коэффициенты прироста прибыли организаций туризма в отдельной колонке внизу. Сделайте вывод по работе.

Ситуация 4. Инфраструктура туризма. По данным практической работы номер 11 и используя карту Алтайского края, выявить самые развитые районы края по транспортной инфраструктуре. Измерьте ниткой, линейкой, циркулем или курвиметром протяжённость автодорог, железнодорожных путей и судоходных частей рек на территории Алтайского края. Занести данные в таблицу, в которой соответственно каждому району края необходимо привести числовые данные по протяженности сети автодорог, железнодорожных путей, речных путей и прочих. Сделайте вывод о работе: выстроить районы края от большего к меньшему по общей длине всех путей сообщения, внести данные в таблицу, выявить самые плохо развитые районы края в инфраструктурном отношении.

5.3. Показатели и критерии оценивания текущих и промежуточных форм контроля

5.3.1 Оценка по БРС

Расчет ТКУ (ТКУ – текущий контроль успеваемости)

Сумма всех коэффициентов по текущему контролю успеваемости - 0,6.

максимальное кол-во баллов за семестр по тестированию (Т) = $100 \times 0,20 = 20$

максимальное кол-во баллов за семестр за контрольную работу (КР) = $100 \times 0,2 = 20$

максимальное кол-во баллов за семестр за эссе (Э) = $100 \times 0,2 = 20$

максимальная сумма баллов за семестр по ТКУ = $100 \times 0,6 = 60$

Расчет ПА (ПА – промежуточная аттестация) Экзамен

Коэффициент по промежуточной аттестации - 0,4

Максимальное кол-во баллов за семестр по ПА = $100 \times 0,4 = 40$

Оценочные средства (формы текущего контроля)	Коэффициент веса контрольной точки	Максимальное кол-во баллов за семестр	Показатели Оценки	Критерии Оценки
---	------------------------------------	---------------------------------------	-------------------	-----------------

Тестирование	0,2	20	Процент правильных ответов на вопросы теста.	Менее 60% – 0 баллов; 61 - 75% – 16 баллов; 76 - 90% – 18 баллов; 91 - 100% – 20 баллов.
Эссе	0,2	20	Полнота эссе оформление презентации и соответствие регламенту	Эссе раскрывающее тему и оформленное в соответствии с требованиями СЗИУ РАНХИГС
Контрольная работа	0,2	20	- Полное соответствие теме и требованиям задания; - Наличие всех необходимых разделов и пунктов, которые раскрывают тему; - Использование надежных источников и корректных данных; - Наличие собственных выводов и обоснований; - Обсуждение альтернативных мнений и аргументов.	Корректное и полное выполнение задания
Всего	0,6	60		
Экзамен	0,4	40	В соответствии с балльно-рейтинговой системой на промежуточную аттестацию отводится 40 баллов. В билете содержится 2	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала.

			вопроса и ситуационная задача (кейс). Вопросы - по 10 баллов каждый Ситуационная задача (кейс)- 20 баллов	
Дополнительное (компенсирующее) задание				Максимальное кол-во баллов за семестр за дополнительное задание – 30 баллов

5.4. Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с Приказом РАНХиГС №02-2531 от 12.12.2024 г "Об утверждении Положения о единой балльно-рейтинговой системе оценивания успеваемости студентов Академии и ее использовании при поведении текущей и промежуточной аттестации"

Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине, является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой максимально-расчетное количество баллов за семестр составляет 100, из них в рамках дисциплины отводится:

- 60 баллов – на текущий контроль успеваемости;
- 40 баллов – на промежуточную аттестацию.

Формула расчета итоговой балльной оценки по дисциплине

Итоговая балльная оценка по дисциплине = Результат ТКУ + Результат ПА

В случае если студент в течение семестра не набирает минимальное число баллов, необходимое для сдачи промежуточной аттестации, то он может заработать дополнительные баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины, получив от преподавателя компенсирующие задания.

В случае получения на промежуточной аттестации неудовлетворительной оценки студенту предоставляется право повторной аттестации в срок, установленный для ликвидации академической задолженности по итогам соответствующей сессии. Студент, набравший в течение семестра сумму баллов, достаточную для получения оценки "зачтено" и "удовлетворительно" (55 баллов) может получить оценку без прохождения промежуточной аттестации. В таком случае студент обязан выразить свое согласие на получение оценки без прохождения промежуточной аттестации. Студент вправе отозвать свое согласие на получение оценки без прохождения промежуточной аттестации не более одного раза и не позднее, чем за один день до начала промежуточной аттестации. Если студент хочет получить более высокую оценку, он должен пройти промежуточную аттестацию. Студент имеет право выразить свое согласие на получение

оценки без прохождения промежуточной аттестации и отозвать соответствующее согласие только в период после получения баллов за все контрольные точки в рамках текущего контроля успеваемости и не позднее 1 (одного) рабочего дня до даты начала промежуточной аттестации по дисциплине.

Расчет итоговой рейтинговой оценки:

Итоговая балльная оценка по БРС РАНХиГС	Традиционная система	Бинарная система
95-100	Отлично	зачтено
85-94		
75-84	Хорошо	
65-74		
55-64	Удовлетворительно	
0-54	Неудовлетворительно	не зачтено

6. Методические материалы по освоению дисциплины

В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

В ходе подготовки к лекциям и семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и дипломных работ.

Инструкция по выполнению тестового задания

При подготовке к тестированию следует учитывать, что тест проверяет не только знание понятий, категорий, событий, явлений, умения выделять, анализировать и обобщать наиболее существенные связи, признаки и принципы разных явлений и процессов. Поэтому при подготовке к тесту не следует просто заучивать материал, необходимо понять его логику. Подготовке способствует составление развернутого плана, таблиц, схем. Большую помощь оказывают интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля.

Тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест. Можно дать следующие методические рекомендации: следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся; отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений; очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам».

Методические рекомендации по защите кейсов:

Кейсы – это проблемные ситуации, специально разработанные на основе фактического материала для оценки умений и навыков обучающихся.

Цель метода применения кейсов - научить обучающихся, анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать наиболее рациональное решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать и анализировать их.

На знакомство и решение кейса обучающемуся отводится 30 мин. Обучающийся знакомится с материалом кейса. Осмысливает ситуацию. Если необходимо, собирает необходимую информацию по ситуации. Рассматривает альтернативы решения проблемы и находит ее верное или оптимальное решение. Обучающийся презентует (защищает) своё решение. Преподаватель оценивает качество выполнения задания по критериям: диагностики проблемы, качества предложений и рекомендаций по решению кейса, качества изложения материала.

Методические рекомендации по написанию эссе:

Эссе студента - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Писать эссе чрезвычайно полезно, поскольку это позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и использованием изучаемых моделей, подробный разбор предложенной задачи с развернутыми мнениями, подбор и детальный анализ примеров, иллюстрирующих проблему и т.д.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы бакалавра

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему и итоговому контролю.

Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с первоисточниками и историко-правовым материалом, методологии изучения предметной специфики курса

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и семинарских занятиях, должны быть изучены бакалаврами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы бакалавров над учебной программой курса осуществляется в ходе семинарских занятий методом устного опроса или ответов на контрольные вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый бакалавр обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в методическом пособии вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на семинарских занятиях или индивидуальных консультациях с ведущим преподавателем.

Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение

1. Содержание резюме в бизнес-плане, основные требования к его оформлению.
2. Содержание юридического раздела бизнес-плана.
3. Понятие и виды инфляции, методика учета ее в ценообразовании.
4. Основные направления инвестиционной деятельности.
5. Правила оформления инвестиционной заявки.
6. Источники финансирования инвестиционной деятельности.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7.1. Основная литература.

1. Бизнес-планирование в туризме : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 310 с. - ISBN 978-5-394-04314-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1231980>
2. Бронникова, Т. С. Разработка бизнес-плана проекта : учебное пособие / Т.С. Бронникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 215 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/22181. - ISBN 978-5-16-013492-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843577>
3. Гомилевская, Г. А. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме : учебник / Г. А. Гомилевская, Т. В. Терентьева, А. С. Квасов. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. — 190 с. — (Высшее образование). — DOI: <https://doi.org/10.12737/1712-8>. - ISBN 978-5-369-01712-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/995619>
4. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2019. — 188 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07278-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/437462>

5. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 442 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/438659>
6. Управление инновационными проектами : учебное пособие / В.Л. Попов, Н.Д. Кремлев, В.С. Ковшов [и др.] ; под ред. В.Л. Попова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 336 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010105-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1859992>

7.2. Дополнительная литература.

1. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Абрамс Р., Комаров С. - Москва : Альпина Пабли., 2016. - 486 с. ISBN 978-5-9614-5738-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/773651>
2. Виноградова, М. В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] : Учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина, А. А. Ларионова и др. - 4-е изд., испр. - Москва : Дашков и К, 2013. - 280 с. - ISBN 978-5-394-02073-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/430340>
3. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс] : Учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина. — 8-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 448 с. - ISBN 978-5-394-02351-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/511993>
4. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: Учебное пособие / Костюченко Т.Н., Ермакова Н.Ю., Орел Ю.В. - Ставрополь: СтГАУ - "СЕКВОЙЯ", 2017. - 138 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/976597>
5. Савкина, Р. В. Планирование на предприятии / Савкина Р.В., - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 320 с.: ISBN 978-5-394-02343-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/415257>
6. Сизова, Д. А. Бизнес-планирование в туризме : учебное пособие / Д. А. Сизова. — Москва : Российский новый университет, 2010. — 144 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/21264.html>
7. Стребкова, Л. Н. Бизнес-планирование в социально-культурном сервисе и туризме : учебно-методическое пособие / Л. Н. Стребкова, Б. И. Штейнгольд. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 56 с. — ISBN 978-5-7782-1724-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44902.html>
8. Туризм: нормативно-правовые акты: Сб. актов / Сост. Н.И. Волошин. — М.: Финансы и статистика, 1998. — 432 с.
9. Азар В.И. Экономика и организация туризма. — М.: Профиздат, 1993. — 214 с.
10. Акуленок Д.Н., Буров В.П., Морошкин В.А., Новиков О.К. Бизнес-план фирмы. — М.: Гном-Пресс, 1998. — 88 с.
11. Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма: Учеб. пособие. — М., 1996. — 220 с.
12. Берестовой А.А., Косолапов А.Б. Развитие туризма в Приморском крае. Информационно-аналитические материалы. — Владивосток, 1998. — 69 с.

13. Бизнес-план инвестиционного проекта / Под ред. В.М. Попова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 418 с.
14. Волошин Н.И. Правовое регулирование туристской деятельности. – М., 1998. – 198 с.
15. Герчикова И.Н. Менеджмент. – М.: Банки и биржи. ЮНИТИ, 1997. – 501 с.
16. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология. – М.: Финпресс, 1998. – 321 с.
17. Горохов М.Ю., Малев В.В. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ. Как привлечь деньги. – М.: Филинь, 1998. – 202 с.
18. Гулькин П. Как подготовить бизнес-план? Точка зрения инвестора // Рынок ценных бумаг. 1999. № 7. С. 52–55.
19. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. – М.: Нолидж, 1996. – 312 с.
20. Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Грамотенко Т.А., Олейникова Ю.А. Бизнес-план: Учебно-практическое пособие. – М.: Издательство ПРИОР, 1998. – 172 с.
21. Павлюченко В.М. Управление инвестициями. Т. 1. – М., 1998. – 413 с.
22. Павлюченко В.М. Управление инвестициями. Т. 2. – М., 1998. – 509 с.
23. 34. Парамонова Т., Калугина С. Стратегия целевого маркетинга // Маркетинг. 1998. № 4. С. 66–73.
24. Раицкий К.А. Экономика предприятия. – М., 1999. – 420 с.
25. Руденко Л.Л., Гиневская М.В. Туристский рынок Приморья: тенденция и особенности развития // Вестн. ДВГАЭУ. 1996. № 1.

7.3. Нормативные правовые документы.

1. Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в РФ” от 14 ноября 1996 г. // Собрание законодательства РФ. 1996. № 49. Ст. 5491.
2. Федеральная целевая программа “Развитие туризма в Российской Федерации”. Утверждена Постановлением Правительства РФ от 28 февраля 1996 г. // Собрание законодательства РФ. 1996. № 11.
3. Постановление губернатора Приморского края от 13 декабря 1995 г. № 518 “Об утверждении основных направлений развития туризма в Приморском крае”.
4. Закон Приморского края о туристской деятельности на территории Приморского края от 26 апреля 1999 г. // Ведомости Думы Приморского края. 1999. № 34.
5. Целевая программа “Развитие туризма в Приморском крае до 2005 года”. Утверждена Постановлением губернатора края 13.09.96 № 500 // Информационный бюллетень ПОРАТА. 1996. № 1. С. 17–30.
6. Приказ Госкомитета РФ по физической культуре и туризму “Об утверждении методических рекомендаций по планированию, учету и калькулированию себестоимости туристского продукта и формированию финансовых результатов у организаций, занимающихся туристской деятельностью” от 4 декабря 1998 г. № 402.

7.4. Интернет-ресурсы.

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Электронная библиотечная система «IPRbooks» <https://www.iprbookshop.ru/>
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» <https://znanium.com/catalog/books/theme>
- Электронная библиотечная система «Юрайт» <https://urait.ru/>

- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

Англоязычные ресурсы

- EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

7.5. Иные источники.

1. <http://www.kwintessential.co.uk/cultural-services/articles-intercultural.html>
2. <http://www.cross-culturalcommunications.com/>
3. <http://www.mindtools.com/CommSkll/Cross-Cultural-communication.htm>
4. <http://www.crossculture.com/>
5. <http://www.crossculture.com/rlcintro.html>
6. Межкультурная коммуникация: Интернет-портал для всех, кто учится эффективному общению с иностранцами. На портале размещены учебники и учебные пособия, глоссарий, учебные фильмы и вопросы к ним, учебное видео и другие материалы // <http://www.intercultural.ru/>
7. Межкультурная коммуникация: Учебное пособие // http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/m_komm/01.php
8. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация/ Библиотека учебной и научной литературы // http://sbiblio.com/biblio/archive/ter_jasik/00.aspx
9. Журнал «Антропологический форум»
10. Журнал «Теория языка и межкультурная коммуникация»
11. Журнал «Вестник Российской коммуникативной ассоциации»

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Характеристики аудиторий (помещений, мест) для проведения занятий

Для проведения занятий необходимы стандартно оборудованные учебные кабинеты и компьютерные классы, соответствующие санитарным и строительным нормам и правилам.

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций:
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

На семинарских занятиях используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Googlechrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «WindowsMediaPlayer»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «MicrosoftPowerPoint»);
- пакеты прикладных программ SPSS/PC+, STATISTIKA,
- программные комплексы Word, ТЕСТУНИВЕРСАЛ,
- правовые базы данных «Консультант+», «Гарант», «Кодекс», «Эталон».

В учебном процессе допускается применение онлайн-платформ Teams, Zoom, Skype for Business, а также системы дистанционного обучения LMS Moodle.