СОГЛАСОВАН

решением Ученого совета
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
(протокол от «25» декабря 2025 г. № 7)

УТВЕРЖДЕН

приказом ректора
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
от «30» декабря 2025 г. № 59

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства

направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль)
Управление в гостиничном бизнесе

уровень образования
высшее образование – бакалавриат

форма обучения
очная

год набора
2026

Санкт-Петербург
2025

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат
029D2AE30011B46997424A3587152A1CB0
Действителен с 18.03.2026 по 18.06.2027
Владелец АНО ВО "МБИ ИМЕНИ АНАТОЛИЯ СОБЧАКА"

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ..... 6
3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ 6
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА..... 7
5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 8
5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:..... 8
5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ..... 9
5.3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ..... 21
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ... 27
7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ..... 28
7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ..... 31
7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ..... 31

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по учебной дисциплине.

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции выпускника	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.2. Принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знать: отраслевую специфику туристских и гостиничных проектов (сезонность доходов и загрузки, цикличность спроса, высокую долю переменных затрат, зависимость от внешних факторов — погоды, транспортной доступности, визовых режимов), структуру и стандарты оформления бизнес-плана (в т. ч. требования инвесторов, банков, органов поддержки), методы предпроектного анализа для туристских территорий (оценка туристского потенциала, конкурентный анализ, сегментация аудитории, SWOT/PEST-анализ), инструменты маркетингового планирования в туризме (каналы дистрибуции, позиционирование, управление доходностью, прогнозирование спроса), финансово-экономические методы оценки проектов (расчёт NPV, IRR, DPP, PI, точки безубыточности, юнит-экономики, чувствительного и сценарного анализа), подходы к управлению рисками в туристской сфере (матрицы рисков, план реагирования, страхование, резервирование), источники и механизмы финансирования туристских проектов (кредиты, гранты, субсидии, ГЧП, краудфандинг), нормативно-правовые и институциональные рамки реализации туристских инициатив (разрешительная документация, требования к объектам размещения, санитарные и противопожарные нормы), взаимосвязь операционных и инвестиционных решений (влияние модернизации на загрузку, себестоимость и рентабельность); Уметь: формулировать концепцию туристского проекта и обосновывать его экономическую целесообразность под заданные условия (локация, аудитория, бюджет), проводить комплексный анализ рынка и конкурентной среды с выделением уникальных преимуществ проекта, рассчитывать ключевые финансовые показатели с учётом сезонности, кассовых разрывов и неопределённости исходных данных, строить финансовую модель проекта (прогноз выручки, структура затрат, денежные потоки, сценарии развития), выявлять и классифицировать риски проекта, предлагать меры по их снижению и формировать альтернативные сценарии реализации, обосновывать выбор источников финансирования и условий привлечения средств, сопоставлять варианты решений по критериям «эффект — затраты — риски — сроки», структурировать выводы и рекомендации для разных стейкхолдеров (собственники, инвесторы, органы власти), адаптировать типовые методики бизнес-планирования под специфику конкретного формата (мини-отель, глэмпинг, экскурсионное бюро, этнокомплекс и др.); Владеть: навыками разработки полного комплекта документов бизнес-плана (резюме проекта, концепция продукта, производственная

		и организационная модель, маркетинговая стратегия, финансовый план, оценка рисков, приложения с расчётами), приёмами построения многосценарных финансовых моделей с учётом отраслевой специфики (сезонные коэффициенты, глубина бронирования, no-show, конверсия каналов), методами расчёта и интерпретации комплекса экономических показателей (NPV, IRR, DPP, точка безубыточности по сезонам, юнит-экономика по продуктам и каналам), инструментами анализа чувствительности и стресс-тестирования (изменение загрузки, цен, курса валют, стоимости ресурсов), техниками визуализации результатов (графики окупаемости, водопадные диаграммы вклада факторов, таблицы сценариев, дашборды KPI), алгоритмами обоснования экономических решений (структура «проблема — альтернативы — критерии — расчёты — выводы — ограничения»), практиками работы с отраслевыми данными и бенчмарками (загрузка, ADR, RevPAR, конверсия онлайн-бронирования, доля повторных гостей), способами проверки достоверности расчётов (кросс-проверка источников, верификация логики формул, сопоставление с рыночными аналогами), методами презентации проекта и защиты экономических решений перед инвесторами и кредиторами (акцент на окупаемость, риски, точки контроля, план-фактный мониторинг).
ПК-3 Способен управлять текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса и/или предприятия питания	ПК-3.2. Способен контролировать выполнение плановых показателей и стандартов работы подразделений, анализировать результаты деятельности, выявлять отклонения и принимать корректирующие управленческие решения для обеспечения бесперебойной работы департамента (службы, отдела).	**Знать:** структуру и типовые разделы бизнес-плана для предприятий туризма и гостеприимства (резюме, анализ рынка, концепция продукта, план маркетинга, производственный план, организационный план, финансовый план, оценка рисков), систему плановых показателей подразделений (KPI, операционные и финансовые метрики, целевые значения по загрузке, ADR, RevPAR, NPS и др.), методы контроля выполнения планов и стандартов работы (аудиты, чек-листы, мониторинг в реальном времени), типовые отклонения в работе подразделений и их влияние на достижение целей бизнес-плана, методики анализа результатов деятельности (план-факт-анализ, факторный анализ, анализ отклонений по статьям бюджета), инструменты выявления корневых причин отклонений (диаграмма Исикавы, метод «5 почему», анализ Парето), порядок принятия и оформления корректирующих управленческих решений, отраслевые бенчмарки и нормативы эффективности для предприятий разных форматов, влияние внешних факторов (сезонность, макроэкономика, регуляторные изменения) на выполнение плановых показателей, принципы интеграции корректирующих мер в систему бизнес-планирования и бюджетирования. **Уметь:** контролировать выполнение плановых показателей и соблюдение стандартов работы подразделений в рамках утверждённого бизнес-плана, сопоставлять фактические результаты с плановыми значениями и выявлять отклонения по ключевым метрикам, анализировать причины отклонений с учётом внутренних (организационные, кадровые, технологические) и внешних (рыночные, конкурентные, сезонные) факторов, оценивать влияние отклонений на достижение стратегических и финансовых целей предприятия, применять аналитические инструменты для определения приоритетных направлений корректировки, оперативно принимать управленческие решения для устранения сбоев и минимизации потерь, адаптировать планы и стандарты под меняющиеся рыночные условия и корректировать отдельные разделы бизнес-плана, оценивать эффект от корректирующих мер по динамике KPI и финансовых показателей,

		согласовывать решения с профильными подразделениями и контролировать их исполнение, формировать управленческие выводы и рекомендации по корректировке бизнес-плана и операционных планов, учитывать отраслевую специфику и потребительские тренды при разработке корректирующих действий. Владеть навыками: проведения план-факт-анализа и факторного анализа отклонений по основным показателям деятельности подразделений, работы с данными для расчёта и интерпретации KPI и финансовых метрик (сводные таблицы, дашборды, BI-системы), применения методов анализа проблем (диаграмма Парето, диаграмма Исикавы, «5 почему») для выявления корневых причин снижения эффективности, построения прогнозных моделей и сценариев в Excel/Google Sheets (в т. ч. модели чувствительности, сценарное планирование, расчёт точки безубыточности), корректировки отдельных разделов бизнес-плана (финансовый план, план маркетинга, производственный план) на основании фактических результатов, разработки и оформления управленческих решений и корректирующих мероприятий (служебные записки, приказы, планы действий с указанием сроков и ответственных), координации взаимодействия подразделений при реализации корректирующих мер, оценки влияния управленческих решений на выполнение бизнес-плана и достижение целевых показателей, работы с отраслевыми бенчмарками и данными конкурентного анализа (отчёты, рейтинги, обзоры, открытые источники), подготовки аналитических отчётов и презентаций с выводами и рекомендациями для руководства, использования цифровых инструментов (CRM, PMS, системы бюджетирования, веб-аналитики) для сбора и обработки данных о результатах деятельности, мониторинга динамики ключевых показателей в реальном времени и своевременного реагирования на отклонения, интеграции корректирующих мер в систему текущего и стратегического планирования предприятия.

1.2. Входной уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемых для формирования компетенции

Знать основы бизнес-планирования: цели, задачи, принципы, функции; специфику бизнес-планирования в сфере туризма и гостеприимства; структуру и содержание разделов бизнес-плана (резюме, анализ рынка, производственный, организационный и финансовый планы, оценка рисков); ключевые финансовые показатели для оценки эффективности проектов: NPV, IRR, PI, точка безубыточности, срок окупаемости; основные виды рисков в туристском бизнесе и способы их минимизации.

Уметь разрабатывать бизнес-план туристского предприятия с учётом всех ключевых разделов; рассчитывать финансовые показатели и строить финансовые модели; составлять маркетинговую стратегию (целевая аудитория, каналы продвижения, бюджет рекламы); планировать ресурсы предприятия (трудовые, материально-технические, финансовые); обосновывать инвестиционные решения и презентовать бизнес-план инвесторам или кредиторам.

Владеть навыками составления бизнес-планов для различных типов туристских предприятий (туроператоры, турагенты, гостиницы, экскурсионные бюро и т.д.); методами маркетингового анализа (PEST, SWOT, 5 сил Портера, сегментация рынка); инструментами оценки инвестиционных проектов; методиками анализа и минимизации рисков в туристском бизнесе; техниками презентации и защиты бизнес-плана перед заинтересованными сторонами; алгоритмами принятия управленческих решений на основе данных бизнес-планирования

2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка проводится методом сопоставления параметров продемонстрированной обучающимся продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

Таблица – 1.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

Номер и наименование разделов/тем	Формы текущего контроля успеваемости / промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки Устная/ письменная
Тема 1. Основы бизнес-планирования	Текущий контроль	Предмет, методы, сущность бизнес- плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования.	ДП – доклад с презентацией, Т – тест реферат	устная/ письменная
Тема 2. Структура бизнес-плана	Текущий контроль	Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам. Структура проекта.	ДП – доклад с презентацией Т – тест задания Диспут реферат	Устная письменная
Тема 3. Порядок проведения предпроектных исследований	Текущий контроль	Анализ внутренней и внешней среды гостиничного предприятия	Т – тест, К – коллоквиум задания Деловая игра реферат	Письменная Устная
Тема 4. Разработка нового турпродукта и гостиничных услуг	Текущий контроль	Содержание понятия гостиничный продукт Требования будущих гостей отеля к новому продукту.	Т – тест, задания Деловая игра Реферат коллоквиум	Устная письменная
Тема 5. Организационный, финансовый и инвестиционный планы	Текущий контроль	Система документов и организационных мероприятий, необходимых для осуществления проекта.	Т – тест, задания Деловая игра Реферат коллоквиум	Устная письменная
Тема 6. Страхование и риски бизнес-планов	Текущий контроль	Оценка рисков и страхование. Классификация рисков. Статистические методы оценки риска	Т – тест, задания Деловая игра Реферат коллоквиум	Устная письменная
Все темы и разделы:	**Промежуточная аттестация**		Т – тест (1-30)	Письменная

3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, владений выражается в пятибалльной системе.

Таблица 3.1 – Текущий контроль

№ п/п	Виды работ	Критерии оценивания			
		Неудовлетворительно (2 балла)	Удовлетворительно (3 балла)	Хорошо (4 балла)	Отлично (5 баллов)
1	Работа на лекциях	Отсутствие участия студента в работе на занятии	Единичное высказывание	Высказывание суждений, активное участие в работе на занятии	Высказывание неординарных суждений, активное участие в работе на занятии
2	Работа на практических занятиях, решение общих практических задач	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок
3	Работа на практических занятиях, решение индивидуальных практических задач	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок

Критерии оценивания формулируются для каждой компетенции и отражают деятельность обучающегося, поддающуюся измерению.

Таблица 3.2 – Обобщенные критерии оценивания освоения компетенции

Неудовлетворительно (2 балла)	Удовлетворительно (3 балла)	Хорошо (4 балла)	Отлично (5 баллов)
Компетенция не освоена. Обучающийся не показывает знания, входящие в состав компетенции, не понимает их необходимость и/или не может их применять	Компетенция освоена. Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет представление об их применении, умение извлекать и использовать основную (важную) информацию из полученных знаний	Компетенция освоена. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых задач	Компетенция освоена. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения сложных задач, умение принимать решения, создавать и применять документы, связанные с профессиональной деятельностью; способен самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных методов, приемов и технологий.

4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

Таблица 4.1 –. Шкала критериев оценивания компетенций

Оценка	**Содержание**
Неудовлетворительно (2 балла)	Демонстрирует непонимание проблемы, не восприятие материала. Работа незакончена и/или это плагиат
Удовлетворитель	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований,

но (3 балла)	предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер
Хорошо (4 балла)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения
Отлично (5 баллов)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:

Таблица - 5.1 Перечень заданий текущего контроля и их наименование

Наименование оценочных средств	Содержание задания
Доклад с презентацией	История развития предприятия. Организационно-правовая форма. Организационная структура. Сфера деятельности, основные продукты и услуги. Кредитная история. Технико-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
коллоквиум	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
реферат	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.
задания	Рассчитайте: потребность вашего проекта в оборудовании, сырье и материалах; программу производства и реализации продукции по вашему бизнес-плану; затраты

	на производство и реализацию продукции; потребность вашего проекта в работниках и затраты на них
диспут	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
Деловая игра	Туристический бизнес. Создай свой креативный маршрут» с интерактивным квизом «Необычные факты о туризме
Тест	Установите соответствие между этапами бизнес-планирования и их описаниями: - 1) Исследование рынка - 2) Определение целевой аудитории - 3) Разработка стратегии - 4) Финансовое планирование

5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Первая контрольная точка - в форме доклада (письменная).

Темы докладов: Темы докладов с презентацией

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

Темы для подготовки докладов

1. Основы бизнес-планирования в туризме

Цель: Обосновать необходимость бизнес-планирования.

План:

1. Цели бизнес-плана: привлечение инвестиций, внутреннее управление, стратегическое планирование.
2. Логика документа: от идеи и анализа рынка к финансовым результатам.
3. Структура: титульный лист, резюме, описание компании и продукта, маркетинговый анализ, организационный план, финансовый план, оценка рисков, приложения.
4. Особенности туризма: сезонность, зависимость от внешних факторов, важность имиджа.

2. Финансовая модель туристского предприятия

Цель: Показать, как перевести идею в цифры.

План:

1. Прогноз выручки: расчет от количества туристов, среднего чека, загрузки.
2. Структура затрат: постоянные (аренда, зарплата) и переменные (трансфер, питание, комиссии).
3. Ключевые отчеты: отчет о прибылях и убытках, план движения денежных средств, прогнозный баланс.
4. Расчет рентабельности и точки безубыточности.
5. Проверка адекватности: анализ чувствительности, сравнение с отраслевыми нормативами.

3. Маркетинговая часть бизнес-плана

Цель: Объяснить, как продукт найдет своего клиента.

План:

1. Анализ ЦА и сегментация.
2. Позиционирование: уникальное торговое предложение (УТП) на рынке.
3. Каналы сбыта: прямые продажи, агрегаторы, агентства, корпоративные клиенты.
4. План продвижения: инструменты (контент-маркетинг, таргетированная реклама, работа с блогерами, участие в выставках) и бюджет.

4. Оценка риска и сценарное планирование

Цель: Продемонстрировать устойчивость проекта.

План:

1. Идентификация рисков: внешние (политика, пандемии, курс валют) и внутренние (операционные, кадровые).
2. Качественная и количественная оценка (вероятность и влияние).
3. Сценарное планирование: базовый, пессимистический и оптимистический сценарии.
4. Меры снижения: страхование, диверсификация поставщиков, создание финансовой подушки.

5. Социальная и экологическая составляющая

Цель: Показать современные тренды и конкурентные преимущества.

План:

1. Концепция устойчивого туризма (sustainable tourism): минимизация вреда, поддержка местных сообществ.
2. Корпоративная социальная ответственность (CSR) в туризме: экологические инициативы, благотворительность.
3. Как интегрировать в бизнес-план: конкретные мероприятия и их стоимость.
4. Выгоды: повышение лояльности, привлечение ответственных туристов, улучшение имиджа.

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

Темы для подготовки докладов

1. Методы анализа внутренней среды

Цель: Научить диагностировать сильные и слабые стороны компании.

План:

1. SWOT-анализ: систематизация внутренних (силы/слабости) и внешних (возможности/угрозы) факторов.
2. VRIO-анализ: оценка ресурсов на ценность, редкость, незаменимость и организационную вовлеченность.
3. Ресурсный подход: анализ материальных, нематериальных и человеческих ресурсов.
4. Примеры применения в туризме: оценка компетенций гидов, уникальности маршрутов, ИТ-систем.

2. Организационная структура туристского предприятия

Цель: Показать связь между структурой и эффективностью.

План:

1. Типы структур в туризме: линейно-функциональная, проектная, дивизиональная.
2. Влияние на клиентский сервис: скорость принятия решений, кросс-функциональное взаимодействие (отдел продаж и операторов).
3. Ключевые подразделения и их функции: продажи, операторская служба, бухгалтерия, маркетинг.
4. Тренды: аутсорсинг, плоские структуры.

3. Типы структуры рынка туристских услуг

Цель: Объяснить, как тип конкуренции влияет на стратегию.

План:

1. Характеристики рынка туруслуг: неосязаемость, непостоянство качества.
2. Монополистическая конкуренция (большинство сегментов): много игроков, дифференциация продукт а (основная стратегия).
3. Олигополия (крупные онлайн-агрегаторы, авиаперевозчики): несколько крупных игроков, ценовая и неценовая конкуренция.
4. Последствия для стратегии: акцент на УТП, сервис, лояльность, бренд.

4. Методы расчёта ёмкости рынка

Цель: Дать практические инструменты оценки рыночного потенциала.

План:

1. Определение емкости рынка.
2. Top-down подход: от общей статистики (число туристов в регионе) к сегменту.

3. Bottom-up подход: от конкретных данных (пропускная способность отелей, спрос на экскурсии) к общему объему.
4. Источники данных: Росстат, отраслевые ассоциации, данные агрегаторов, опросы.
5. Пример расчета для конкретного туристического направления.

5. Прогнозирование спроса и сезонности
Цель: Научить работать с неравномерностью спроса.
План:
1. Факторы, влияющие на спрос в туризме.
2. Инструменты прогнозирования: анализ временных рядов, экспертные оценки, каузальные модели.
3. Количественная оценка сезонности: расчет сезонных коэффициентов.
4. Практический пример: прогноз спроса на пляжный отдых по месяцам на основе исторических данных и макроэкономических показателей.

Методические рекомендации:

Обучающийся может подготовить не более пяти докладов с презентацией. Критерии оценки одного доклада с презентацией: 5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно; 4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса; 3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты; 2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Методические указания по написанию доклада с презентацией. Требования, предъявляемые к докладу с презентацией:

1. Объем доклад не должен превышать 5-8 страниц. Печать производится через 1,5 интервала, размер шрифта 14, с выравниванием по ширине. Левое поле листа 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее 20 мм. Текст должен оформляться абзацами с отступом 1,25 см.
2. Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.
3. Необходимо писать коротко и ясно. Эссе не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия вашей позиции, идеи.
4. Доклад должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.
5. Каждый абзац доклад должен содержать только одну основную мысль.
6. Доклад должен показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.
7. Доклад должен содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

контрольная точка - в форме теста (письменная).

Тесты

ТИП ЗАДАНИЯ	**СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ**	**ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ**
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.	1. Какой из следующих факторов не влияет на туристический поток? - A) Уровень цен - B) Качество инфраструктуры - C) Климатические условия - D) Рейтинг местных ресторанов

нескольких вариантов предложенных	3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-a; 2-b; 3-a)	2. Какой документ является основным для разработки бизнес-плана в туристической сфере? - A) Финансовый отчет - B) Анкетирование клиентов - C) Маркетинговый план - D) Стратегический план 3. Какой из следующих типов туризма наиболее популярен в настоящее время? - A) Экологический туризм - B) Культурный туризм - C) Приключенческий туризм - D) Медицинский туризм 4. Какой показатель помогает оценить эффективность рекламной кампании в туризме? - A) ROI (возврат на инвестиции) - B) GDP (валовой внутренний продукт) - C) CPI (индекс потребительских цен) - D) PEST-анализ
Задание закрытого типа на установление соответствия	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1c;2a;3g;4d;5f;6b;7e)	1. Установите соответствие между типами туризма и их описаниями: - 1) Культурный туризм - 2) Экологический туризм - 3) Приключенческий туризм - 4) Медицинский туризм a) Поездки с целью оздоровления b) Изучение культурных традиций и наследия c) Активные виды отдыха на природе d) Путешествия с акцентом на охрану окружающей среды 2. Установите соответствие между этапами бизнес-планирования и их описаниями: - 1) Исследование рынка - 2) Определение целевой аудитории - 3) Разработка стратегии - 4) Финансовое планирование a) Создание финансовых прогнозов b) Понимание потребностей клиентов c) Анализ текущих рыночных тенденций d) Формулирование подходов к достижению целей
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.	1. Какие из следующих факторов могут влиять на выбор туристического направления? (Выберите все подходящие варианты) - A) Доступность транспорта - B) Культурные особенности - C) Уровень безопасности - D) Сезонные скидки

из нескольких вариантов предложенных	3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, **1**; **3**; **4**; **5** и **A; C**; **D**)	2. Какие из перечисленных элементов являются важными для успешного бизнес-плана в туристической индустрии? (Выберите все подходящие варианты) - A) Анализ конкурентов - B) Разработка уникального предложения - C) Оценка рисков - D) Способы привлечения инвестиций
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, **F**; **N**; **K**; **I**; **E**; **B**	1. Установите правильную последовательность этапов создания туристического продукта: - A) Исследование рынка - B) Разработка концепции - C) Реализация продукта - D) Оценка результатов 2. Установите правильную последовательность действий при подготовке к запуску нового туристического агентства: - A) Оценка финансовых ресурсов - B) Разработка бизнес-плана - C) Регистрация бизнеса - D) Запуск рекламной кампании
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – B	1. Какой из следующих факторов наиболее критичен для успеха туристической компании? - A) Высококачественный сервис - B) Низкие цены - C) Широкий ассортимент - D) Эффективная реклама Обоснуйте свой выбор. 2. Какой из методов маркетинга наиболее эффективен в туристической индустрии? - A) Традиционная реклама - B) Социальные сети - C) Email-маркетинг - D) Публикации в журналах Обоснуйте свой выбор.
Задание открытого типа с развернутым ответом	1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2.Продумать логику и полноту ответа. 3.Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4.В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	1. Опишите, как изменения в законодательстве могут повлиять на бизнес-план туристической компании. 2. Обсудите, как использование современных технологий (например, искусственного интеллекта) может изменить подход к бизнес-планированию в туристической индустрии. 3. Проанализируйте влияние сезонности на спрос в туристическом бизнесе и предложите стратегии для его оптимизации.

		4. Исследуйте, каким образом социальные и культурные факторы могут повлиять на развитие туристического продукта.

Инструкция по выполнению. Выбрать один правильный ответ

Критерии оценивания: • 5 баллов выставляется, если обучающийся ответил правильно на 100-85% заданий теста; • 4 балла выставляется, если обучающийся ответил на 84-69 % заданий; • 3 балла выставляется, если обучающийся ответил на 68-50% заданий; 2 балла выставляется, если обучающийся ответил менее, чем на 50 % заданий.

Контрольная точка в форме диспута (устная).

Диспут: обсуждение актуальных вопросов по тенденциям развития маркетинга и использования основных понятий маркетинга в повседневной и профессиональной деятельности студентов.

Вопросы для диспута:

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

1. Основы бизнес-планирования в туризме: цели, структура и ключевые разделы — обзор формы и логики бизнес-плана.
2. Финансовая модель туристского предприятия: прогноз выручки, затрат и рентабельности — методы составления и проверка адекватности.
3. Маркетинговая часть бизнес-плана: позиционирование, каналы сбыта и продвижение туристического продукта.
4. Оценка риска и сценарное планирование в бизнес-плане туристского проекта — стресс-тесты и меры снижения рисков.
5. Социальная и экологическая составляющая в бизнес-плане: устойчивый туризм и CSR как фактор конкурентоспособности.

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

1. Методы анализа внутренней среды: SWOT, VRIO, ресурсный подход и их применение в туризме.
2. Организационная структура туристского предприятия: влияние на эффективность и клиентский сервис.
3. Типы структуры рынка туристских услуг и последствия для стратегии предприятия (конкуренция, олигополия, монополистическая конкуренция).
4. Методы расчёта ёмкости рынка туристских услуг: top-down, bottom-up, использование статистических данных.
5. Прогнозирование спроса и сезонности: инструменты и практические примеры расчёта потенциального объёма рынка.

Критерии оценивания:

Представление точки зрения. Оценивается чёткость речи, использование заметок, убедительность предложений, а также владение собой: непринуждённость, установление зрительного контакта с аудиторией, уважительное отношение к оппонентам.

Стратегия выступления. Оценивается организация речи и риторика: тщательность и целенаправленность аргументации, использование времени, убедительные формулировки.

Содержание. Оценивается качество доказательств и эффективность опровержений. Например, логическая и фактическая обоснованность аргументов, защита от контраргументов.

Командная работа. Оценивается сплочённость команды, их поведение: хорошая ли работа вместе, проявление уважения к оппонентам.

Обмен мнениями. Оценивается, предлагали ли участники конструктивные советы оппонентам, с какой вежливостью они делились отзывами.

Глубина поставленных и рассмотренных вопросов. Также важно оценить, насколько верными были ответы и качество этих ответов.

Активность и глубина подготовки отдельных подгрупп, участников и занятия в целом.

Контрольная точка - в форме деловой игры (устная).

1. Бизнес-план создания горнолыжного комплекса
2. Бизнес-план создания сельского гостевого дома
3. Бизнес-план создания малой гостиницы
4. Бизнес-план создания (развития) туристского предприятия
5. Бизнес-план создания нового туристского продукта для существующего туристского предприятия
6. Бизнес-план создания нового гостиничного продукта для существующего гостиничного предприятия
7. Бизнес-план создания туристического агентства
8. Бизнес-план создания туристской базы (кемпинга, туристского комплекса)

Критерии оценивания:

5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, деловая игра решена верно;

4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в проведенных расчётах;

3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог ответить на ключевые вопросы, задаваемые в рамках игры;

2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, не проведены расчеты в деловой игре.

Контрольная точка в форме коллоквиума (устная).

Тема 1. Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия Предмет и содержание бизнес-планирования, социально-экономи ческая сущность бизнес-плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования. Общие требования, предъявляемые к биз нес-планам. Подготовка к разработке и составлению бизнес-плана. Структура проекта. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги). Бизнес-идея проекта. Порядок проведения пред проектных исследований. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка). Разработка стратегии (марке тинг, производственный план, финансовый план). Основные разделы бизнес-плана, инвестиционного проекта туристского предприятия. Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия Общая характеристика предприятия: история развития предприя-тия, организационно-правовая форма, организационная структура, сфе-ра деятельности, основные продукты и услуги. Кредитная история. Эко номический анализ деятельности предприятия. Анализ технико экономических показателей: выручка, прибыль, рентабельность, показатели использования основных фондов и оборотных средств, численность персонала, фонд оплаты труда, производительность труда. Анализ финансовой деятельности: анализ структуры баланса, анализ ликвидности, платежеспособности, активности. Анализ внутренних кредитоспособности, возможностей деловой предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы. 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. Факто ры, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка. Общие и специфические факторы рынка. Процесс при нятия решения о покупке. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления. Классифи кация потребителей в туризме. Выбор типа потребителей с учетом сег ментирования рынка. Основные критерии сегментирования: географи ческий, демографический, социально-экономический, психографиче-ский. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг. Тема 4. Исследование конкурентной среды Понятие конкурентной среды туристского предприятия. Виды кон куренции и характеристика типов туристских рынков. Виды предпри нимательского поведения в туризме. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании. Анализ факторов конкурентной среды 6 туристского предприятия. Определение доли рынка предприятия. Ха рактеристика основных конкурентов. Анализ продукции

и услуг конку рентов. Анализ ценовой политики, программ продвижения. Оценка кон курентоспособности предприятия при его проектировании или разви-тии. Тема 5. Разработка туристских товаров и услуг Классификация туристских товаров и услуг. Общая характеристика турпродукта. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы. Формирование товарной политики на туристском предприятии. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия. Порядок разработки и выбора турпродукта. Инновационная деятельность. Представление характеристики продукции и услуг в бизнес-плане. Сравнительный анализ по основным показателям с товарами-аналогами. Характеристика функциональных и потребительских свойств основных и дополнительных товаров и услуг. Тема 6. Ценовая политика в системе бизнес-планирования Этапы формирования ценовой политики. Определение цели цено образования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме и индустрии гостеприимства. Тема 7. Система распределения и сбыта. Маркетинговые комму никации, продвижение и реклама Сущность сбытовой деятельности предприятий туризма и инду-стрии гостеприимства. Каналы распространения туристских товаров и услуг, уровни каналов. Формы и методы реализации турпродукта. Спо-собы 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: рекла-ма, личная продажа, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта. Особен-ности разработки плана продвижения для предприятий туризма и инду-стрии гостеприимства. Определение цели продвижения, характеристика целевой аудитории, анализ и выбор каналов продвижения, разработка медиаплана, разработка итогового плана продвижения с учетом шага проекта. Тема 8. Производственный и организационный планы предприятия Характеристика технологии производства продукции и услуг. Обоснование строительных решений при возведении объектов по пла-ну. Оценка потребности в технологическом и торговом оборудовании. Выбор поставщиков оборудования. Оценка и представление затрат на оборудование. Расчет потребности в сырье, материалах, комплектую-щих, производственных затратах. Организационная схема управления предприятием. План персонала, система подготовки, переподготовки и 7 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. Тема 9. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками План прибылей и убытков. Выручка от реализации туруслуг. Про изводственные затраты. Валовая маржа. Коммерческие издержки и по стоянные затраты. Валовая прибыль. Налоговое окружение. План дви жения денежных средств. Критерии оценки инвестиционного проекта. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статисти ческие 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

Методические рекомендации:

Обучающийся может подготовить не более двух ответов на вопросы к коллоквиуму. Критерии оценивания одного ответа: 5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно; 4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса; 3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты; 2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете

Контрольная точка - в форме заданий (письменная).

Тема. Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения

потребительского поведения

Групповые задания

1. Разработать и провести мини-опрос (онлайн/оффлайн) среди целевой группы о предпочтениях путешествий; проанализировать результаты и предложить 3 продуктовые идеи.

Тема опроса: "Предпочтения молодежи (18-25 лет) в путешествиях по России".

Метод: Онлайн-анкета в соцсетях (100 респондентов).

Ключевые результаты:

Приоритеты: бюджет (70%), новые впечатления (65%), возможность соц. активностей (50%).

Нелюбимое: пассивный отдых (80%), дорогие отели (60%).

Три продуктовые идеи:

1. "Workation-тур по Кавказу": коворкинги, трекинг, нетворкинг для digital-специалистов.
2. "Фестивальный паспорт": карта на несколько локальных фестивалей в одном регионе с кемпингом и трансферами.
3. "Гастрономический квест по Уралу": самостоятельный тур с заданиями в мобильном приложении по локальным кафе и фермам.

2. Создать 3 клиентских персонажа (personas) для выбранного туристического продукта и подготовить для каждой персонализированное коммерческое предложение и коммуникационный план.

Продукт: Авторский тур "Золотая осень в Карелии" (фототур, активный отдых).

Персона 1 – "Активный Максим" (28 лет): Ищет адреналин, ценит эффективность.

Предложение: Усиленная программа с рафтингом и квадроциклами. Акцент на динамике.

Коммуникация: Таргет в Instagram/Facebook на спортивные сообщества, контент с экшн-видео.

Персона 2 – "Творческая Анна" (35 лет): Ищет вдохновение, эстетику, любит фотографировать.

Предложение: Программа с мастер-классами по пейзажной фотосъемке от профи, проживание в атмосферных гостевых домах.

Коммуникация: Продвижение в Pinterest и Telegram-каналах о фотографии, блог-тур с фотографами.

Персона 3 – "Семейная пара Ольга и Игорь" (40-45 лет): Хотят спокойного отдыха с комфортом, но без пассивности.

Предложение: Тур с комфортными переездами, размещением в коттедже с сауной, выбором активностей (сплав или прогулка на катере).

Коммуникация: Контекстная реклама (Яндекс.Директ) по запросам "отдых в Карелии с детьми", отзывы в родительских блогах.

Тема. Исследование конкурентной среды

Групповые задания

1. Составить конкурентную карту для выбранного сегмента (например, экскурсионные операторы региона) — определить 5 ключевых конкурентов, их сильные/слабые стороны и предложить позиционирование для нового игрока.

Пример выполнения задания 1:

Сегмент: Экскурсионные операторы г. Екатеринбург (авторские исторические экскурсии).

Ключевые конкуренты: (названия условные) "Урал-Легенда", "Городские истории", "Тайны Екатеринбурга", "Экскурсии от краеведов", "Прогулки с диггерами".

Конкурентная карта (фрагмент):

Конкурент	Сильные стороны	Слабые стороны
Урал-Легенда	Широкий ассортимент, сильный бренд	Штампованные программы, низкая вовлеченность гида
Тайны Екатеринбурга	Узкая специализация (мистика), харизматичный гид	Одна тема, нет онлайн-продаж

Позиционирование для нового игрока: "Екатеринбург Индустриальный" – экскурсии с фокусом на архитектуру конструктивизма и историю заводов, с посещением сохранившихся цехов и

лекцией от инженера. УТП: "Технологии, изменившие город".
2. Провести «тайный покупатель» (mystery shopping) для 2–3 конкурентов: проанализировать процесс продажи, качество сервиса, ценообразование; подготовить сводный отчёт и рекомендации по улучшению собственного предложения.
Пример выполнения задания 2:
Объекты: 2 онлайн-турагентства, продающие туры в Грузию.
Процедура: Запрос на подбор тура на конкретные даты через онлайн-чат и телефон.
Сводный отчет:
Агентство А: Быстрый ответ в чате, прислал шаблонный PDF-каталог. Не уточнил потребности. Цены средние.
Агентство Б: Перезвонил через 10 минут, задал уточняющие вопросы об интересах, оперативно подготовил 3 персонализированных варианта с видео-презентацией отелей. Цены на 5% выше.
Рекомендации для собственного предложения:
1. Внедрить скрипт уточняющих вопросов в онлайн-чате.
2. Разработать шаблоны не шаблонных, а модульных персонализированных предложений.
3. Снять короткие видео-визитки менеджеров и обзоры топ-отелей для повышения доверия.
4. Обосновывать цену через акцент на экспертизу и сервис (как Агентство Б).

Задания к практическим занятиям: (для выполнения заданий, используя различные источники (периодическую печать, статистические материалы, ресурсы Интернет) соберите необходимую вторичную информацию для разработки Вашего бизнес-плана. Проведите систематизацию собранной информации, оцените ее достаточность, выявите необходимость проведения первичных исследований). Задание 1. Определите особенности туристских услуг как объекта бизнес-планирования, опишите экскурсионные услуги, которые являются объектом в вашем в бизнес-планировании. Задание 2. Составьте общую характеристику продукции по вашему проекту. Определите потребности, которые будет удовлетворять ваша продукция. Перечислите показатели качества продукции и проранжируйте их с точки зрения значимости для потребителя. Задание 3. Составьте рабочий план оценки основных конкурентов по вашему бизнесу-проекту: список основных конкурентов; перечень критериев (факторов) оценки; методы сбора необходимой информации и ее оценки; список экспертов, привлекаемых для оценки конкурентов; рабочие таблицы (листы) для обобщения результатов оценки. Задание 4. Составьте анкету (опросный лист) для проведения маркетингового исследования потенциального рынка сбыта по вашему бизнес-проекту. Разработайте рабочий план проведения анкетирования (опроса): время проведения, место проведения, целевая аудитория и др. Задание 5. Разработайте план осуществления коммерческой рекламы по бизнес-плану вашего проекта. Задание 6. Разработайте (использую технологию процессного подхода) схему технологического и производственного процесса по вашему бизнес-плану. Определите входные и выходные параметры процессов, сформулируйте предъявляемые к ним требования, укажите взаимосвязь процессов (субпроцессов) и др. Задание 7. Определите организационно-правовую форму для вашего проекта. Обоснуйте ваш выбор. Укажите преимущества и недостатки выбранной организационно-правовой формы. Задание 8. Определите основные квалификационные требования к персоналу, который необходим для реализации вашего проекта. Укажите основные источники набора необходимого персонала. Задание 9. Используя диаграмму Ганта составьте календарный план по реализации вашего бизнес-проекта. Укажите ключевые события. Задание 10. Определите виды рисков, которые могут возникнуть в процессе реализации вашего бизнес-проекта: Задание 11. Систематизируйте информацию, которая вам понадобиться при разработке финансового плана: налоговое окружение (виды налогов, система налогообложения, ставки налогов, налоговые льготы), стоимость ресурсов на кредитном рынке (процент по кредитам в различных банках, условия кредитования), уровень реальной и прогнозируемой инфляции, ставка дисконтирования. Задание 12. Составьте документы по вашему проекту, который необходимо приложить к бизнес-плану. Задание 13. Рассчитайте: потребность вашего проекта в оборудовании, сырье и материалах; программу производства и реализации продукции по вашему бизнес-плану; затраты на производство и реализацию продукции; потребность вашего проекта в работниках и затраты на них. Задание 14. Рассчитайте финансовые результаты реализации вашего бизнес-плана (необходимый объем финансовых ресурсов, объем

инвестиции, стоимость необходимого оборудования, прибыль и др.). Рассчитайте показатели эффективности вашего бизнес-плана (NPV, IRR, PP, PI)

Критерии оценивания. «отлично» – студент правильно выполнил задание. Показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы; «хорошо» – студент выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов; «удовлетворительно» – студент выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено много неточностей; «неудовлетворительно» – при выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неточностей

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Примерный список тем рефератов:

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.

Методические рекомендации по написанию реферата**, требования к оформлению**

Реферат должен быть выполнен печатным способом на одной стороне бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным, шрифт TimesNewRoman, 14 пт- Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: верхнее и нижнее — 20 мм, левое — 30 мм, правое — 10 мм. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и составлять 1,25 см. - Выравнивание текста по ширине. - Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, применяя выделение жирным шрифтом, курсив, подчеркивание. - Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. - Подчеркивать заголовки не допускается. - Расстояние между заголовками раздела, подраздела и последующим текстом так же, как и расстояние между заголовками и предыдущим текстом, должно составлять 1 пробел. - Название каждой части в тексте работы можно писать более крупным шрифтом, жирным шрифтом, чем весь остальной текст. Параграфы (подразделы) располагаются друг за другом. - В тексте реферат рекомендуется чаще применять красную строку, выделяя законченную мысль в самостоятельный абзац. - Перечисления, встречающиеся в тексте реферата, должны быть оформлены в виде маркированного или нумерованного списка. - Все страницы обязательно должны быть пронумерованы. Нумерация листов должна быть сквозной. Номер листа проставляется арабскими цифрами. - Нумерация листов начинается с третьего листа (после содержания) и заканчивается последним. На третьем листе ставится номер «3». - Номер страницы на титульном листе и на содержании не проставляется! - Номера страниц проставляются в центре верхней части листа без точки.

Список использованной литературы и приложения включаются в общую нумерацию листов. - Рисунки и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию листов и помещают по возможности следом за листами, на которых приведены ссылки на эти таблицы или иллюстрации. Таблицы и иллюстрации нумеруются последовательно арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать рисунки и таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы (рисунка) состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой. После цитаты необходимо делать ссылку на автора, например [№ источника в списке литературы; стр.]. Изложение должно быть последовательным. Недопустимы нечеткие формулировки, речевые и орфографические ошибки. При написании реферата используется научный стиль изложения

В подготовке реферата необходимо использовать материалы современных изданий не старше 5 лет.

Структура реферата включает: 1) титульный лист, 2) содержание, 3) введение, 4) основная часть 5) заключение, 6) список литературы, 7) приложение (необязательная часть) Структура работы должна быть четкой, обоснованной таким образом, чтобы была видна логика решения проблемы. Каждую новую часть следует начинать с новой страницы. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: содержанию, введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Титульный лист содержит: 1) полное название учебного заведения; 2) название кафедры, на которой выполнялась работа; 3) наименование вида работы, дисциплины и темы; 4) данные об исполнителе с указанием фамилии, имени, отчества, номера студенческой группы; 5) указание должности лица, принявшего работу, его фамилии и инициалов; 6) год выполнения работы.

Содержание В содержании приводится перечень всех частей работы с указанием номера страницы. Названия частей работы в тексте и содержании должны совпадать. Для нумерации разделов используется простая иерархическая система на основе арабских цифр. Первой страницей реферата является титульный лист, на котором номер страницы не принято ставить. Второй страницей реферата является содержание (на нем также номер не проставляется). Таким образом, нумерация страниц начинается с титульного листа, НО номера страниц начинают проставлять только с Введения. Номер страницы проставляется в ее верхней части по центру.

Введение к работе требует обязательное отражение в нем следующих пунктов: 1) введение в тему (проблему) работы; 2) обоснование выбора темы, определение ее актуальности и значимости для науки и практики; 3) определение основной цели работы и подчиненных ей более частных задач; обзор литературы по данной теме; 4) определение границ исследования (предмет, объект); 5)

краткое описание использованных при написании работы источников Объем введения – 1-2 страницы

Основная часть За введением следует основная часть, в которой следует выделять смысловые подразделения, т.е. структурировать его. Требуется, чтобы все разделы и подразделы были примерно соразмерны друг другу как по структурному делению, так и по объему. В конце каждого раздела основной части необходимо дать краткие выводы. Объем основной части – 12-17 страниц Заключение В заключении необходимо суммировать все те выводы и научные достижения, которые были сделаны в работе, а также определить направления для дальнейших исследований в данной сфере. Объем заключения – 1-2 страницы.

Список литературы Каждый источник должен содержать следующие обязательные реквизиты: - фамилия и инициалы автора; - наименование; - издательство; - место издания; - год издания. Все источники, включенные в библиографию, должны быть последовательно пронумерованы и расположены в следующем порядке: - законодательные акты; - постановления Правительства; - нормативные документы; - статистические материалы; - учебная литература – в алфавитном порядке по первой букве фамилии автора; - периодические издания (газеты, журналы); - интернет-сайты.

Критерии оценки реферата. При оценке реферата преподаватель руководствуется следующими критериями: – соответствие содержания текста выбранной теме; – наличие четкой и логичной структуры; – качество аналитической работы, проделанной при написании реферата; 12 – использование адекватных выбранной теме литературных источников; – самостоятельность, невторичность текста; – обоснованность сделанных автором реферата выводов, соответствие их поставленной цели; – отсутствие орфографических, пунктуационных, стилистических, а также фактических ошибок; – соответствие оформления работы предъявляемым требованиям; – сдачи реферата в установленный срок.

5.3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы **8 семестр**

Итоговый тест (с ответами) для проверки сформированности компетенций

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

1. Прочитайте текст и выберите правильный ответ 1. Какова основная цель бизнес-планирования для действующего туристского предприятия?

а) Получение кредита в банке.

б) Формальное выполнение требования инвестора.

в) Систематизация целей, определение путей их достижения и выявление потенциальных рисков.

г) Создание рекламного буклета для клиентов.

Правильный ответ в

2. Прочитайте текст и выберите правильный ответ 2. Какой раздел бизнес-плана турагента должен содержать анализ целевой аудитории, ее потребностей и географии продаж?

а) Финансовый план.

б) Маркетинговый план.

в) Организационный план.

г) Резюме.

Правильный ответ б

3. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. 3. Ключевым отличием бизнес-плана от стратегического плана является:

а) Бизнес-план всегда составляется на более длительный срок.

б) Бизнес-план в большей степени ориентирован на конкретный проект, продукт или инвестиционное решение и имеет четкую структуру для внешних стейкхолдеров.

в) Стратегический план содержит детальную финансовую модель.

г) Стратегический план является обязательным документом для всех компаний.

Правильный ответ б

4. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. 4. Какой из перечисленных элементов НЕ является стандартным разделом бизнес-плана туристского предприятия?

а) Анализ рисков.

б) План по персоналу и организационная структура.

в) Детальное описание экскурсионных маршрутов для всех предлагаемых туров.

г) Описание компании и отрасли.

Правильный ответ в

5. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Для обоснования экономической целесообразности проекта создания глэмпинга ключевым показателем в бизнес-плане будет:

а) Количество упоминаний в социальных сетях.

б) Срок окупаемости инвестиций (PBP).

в) Широта ассортимента дополнительных услуг.

г) Количество построенных палаток.

Правильный ответ: Б)

6.Прочитайте текст и выберите правильный ответ. При составлении бизнес-плана для открытия нового экскурсионного бюро, в каком разделе необходимо детально прописать требования к квалификации гидов, график их работы и систему оплаты труда?

а) Маркетинговый план.

б) Производственный (операционный) план.

в) Организационный план.

г) Финансовый план.

Правильный ответ: в)

7. Установите соответствие между типом рыночной структуры и ее описанием в туризме:

1. Монополия
2. Олигополия
3. Монополистическая конкуренция

А. Рынок, на котором множество агентств предлагают дифференцированные услуги (разные направления, уровень сервиса, бренды). Характерно для розничного туризма.

Б. Ситуация, когда один поставщик контролирует ключевой ресурс (например, единственный аэропорт в удаленном регионе).

В. Рынок, на котором доминирует небольшое число крупных туроператоров (например, на рынке массового пляжного туризма).

Правильный ответ 1-Б, 2-В, 3-А

8. Установите соответствие между методом анализа внутренней среды и его характеристикой:

1. SWOT-анализ
2. Анализ цепочки ценности
3. Анализ ресурсов и компетенций

А. Выявление ключевых видов деятельности, которые создают ценность для клиента и где можно получить преимущество.

Б. Структурированное описание сильных и слабых сторон (внутреннее), возможностей и угроз (внешнее).

В. Оценка материальных, нематериальных и организационных активов компании, которые являются источником устойчивого конкурентного преимущества.

Правильный ответ: 1-Б, 2-А, 3-В

9. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Анализ внутренней среды предприятия направлен в первую очередь на выявление:

а) Угроз со стороны новых игроков на рынке.

б) Сильных и слабых сторон самой компании.

в) Изменений в законодательстве.

г) Потребительских предпочтений.

Правильный ответ: Б)

1

0 а) Количество туристских предприятий, работающих в регионе.

.

П

р

о

б) Общее количество туристов, посетивших регион за год.

в) Максимально возможный объем продаж туруслуг в регионе за определенный период при данном уровне цен и потребительском спросе.

г) Доля рынка, которую планирует занять компания.

Правильный ответ: в)

11. **Установите** правильную последовательность основных этапов разработки бизнес-плана:

А. Сбор и анализ информации о рынке и конкурентах.

Б. Формулировка миссии и стратегических целей проекта.

В. Написание резюме.

Г. Разработка финансовых прогнозов.

Д. Составление детальных планов: маркетингового, операционного, организационного.

Правильная последовательность: Б → А → Д → Г → В

12. **Установите соответствие** между разделом бизнес-плана и его основным содержанием:

1. Резюме
2. Производственный план
3. Финансовый план

А. Расчет себестоимости туруслуги, план закупок, описание технологического процесса оказания услуг.

Б. Прогноз прибылей и убытков, движение денежных средств, точка безубыточности.

В. Сжатое изложение всей сути проекта, ключевые показатели и выводы.

Правильный ответ 1-В, 2-А, 3-Б

13. **Установите соответствие**: между этапом методики разработки бизнес-плана и его содержанием:

1. Подготовительный этап
2. Этап разработки
3. Этап презентации

А. Непосредственное написание всех разделов плана, проведение расчетов.

Б. Определение целей планирования, сбор исходных данных, формирование рабочей группы.

В. Подготовка презентационных материалов для инвесторов или руководства.

Правильный ответ 1-Б, 2-А, 3-В

14. **Установите** правильную последовательность. Расположите в правильном порядке разделы бизнес-плана с точки зрения их расположения в документе (после резюме):

А. Маркетинговый план.

Б. Финансовый план.

В. Описание компании и услуг.

Г. Анализ рисков.

Правильная последовательность: В → А → Б → Г

15. **Прочитайте текст и выберите правильный ответ**: К какому элементу анализа структуры рынка (по Портеру) относится усиление переговорной силы поставщиков авиабилетов?

а) Угроза появления продуктов-заменителей.

б) Конкуренция среди существующих игроков.

в) Рыночная власть поставщиков.

г) Рыночная власть потребителей.

Правильный ответ -В,

ПК-3 Способен управлять текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса и/или предприятия питания

16. Установите соответствие между методом исследования потребителей и его сущностью.

1. Опрос
2. Наблюдение
3. Эксперимент
4. Фокус-группа

А. Фиксация поведения туристов на сайте или в точке продаж без прямого вмешательства.

Б. Групповое обсуждение темы с целью получения качественных данных.

В. Сбор первичной информации путем прямого задавания вопросов респондентам.
Г. Тестирование реакции на новое предложение (например, скидку) на отдельной группе клиентов.
Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-Г, 4-Б
17. Установите соответствие между фактором потребительского поведения и его примером.**
1. Личностный фактор
2. Психологический фактор
3. Социальный фактор
4. Культурный фактор
А. Семейные традиции отдыхать на море.
Б. Выбор экскурсионного тура из-за высокого уровня любознательности.
В. Выбор отеля категории 5* из-за желания подчеркнуть свой статус.
Г. Отказ от поездки в определенную страну из-за предубеждений, сформированных СМИ.
Правильный ответ 1-В, 2-Г, 3-А, 4-Б
18. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Учет традиций, религиозных норм и особенностей поведения принимающего населения при проектировании курортной зоны направлен на:
а) Увеличение налоговой базы
б) Предотвращение культурного конфликта (социокультурного шока) и сохранение дестинации
в) Снижение затрат на электроэнергию
г) Автоматизацию процессов бронирования
Правильный ответ б
19. Прочитайте текст и выберите правильный ответ Какой социальный фактор оказывает наибольшее влияние на рост популярности туров выходного дня и коротких поездок (staycation)?
а) Снижение общего уровня доходов населения
б) Ускорение темпа жизни и фрагментация свободного времени
в) Рост рождаемости
г) Ужесточение визового режима
П
20. Прочитайте текст и выберите правильный ответ
Правильный ответ б
21. Установите правильную последовательность Расположите этапы проведения маркетингового исследования потребителей в логической последовательности.
А. Сбор информации.
Б. Определение проблемы и целей исследования.
В. Интерпретация данных и подготовка отчета.
Г. Анализ собранной информации.
Д. Разработка плана исследования (выбор методов, определение выборки).
Правильная последовательность: Б, Д, А, Г, В
22. Установите правильную последовательность Расположите этапы процесса принятия решения о покупке сложного туристского продукта (например, индивидуального тура) в правильной последовательности.
А. Послепокупочная оценка (формирование лояльности или негатива).
Б. Поиск и анализ информации о турах, отелях, отзывах.
В. Осознание потребности в отдыхе или путешествии.
Г. Оценка альтернатив и выбор окончательного варианта.
Д. Непосредственное приобретение тура.
Правильная последовательность: В, Б, Г, Д, А
23. **Установите правильную последовательность** этапов проведения SWOT-анализа:
А. Ранжирование факторов по степени важности и вероятности.
Б. Сбор информации о внешней и внутренней среде.
В. Формулирование стратегических действий (как использовать сильные стороны для захвата возможностей и нейтрализации угроз).
Г. Выявление и списковое оформление сильных/слабых сторон, возможностей/угроз.
Правильный ответ Б → Г → А → В

24. Установите правильную последовательность Расположите в правильном порядке шаги расчета емкости рынка методом «сверху-вниз»:

А. Определение доли целевого сегмента (например, жители города N) в общенациональном рынке.

Б. Получение данных об общей емкости рынка страны из отраслевых исследований.

В. Расчет емкости рынка для целевого сегмента.

Правильный ответ Б → А → В

25. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Какой метод расчета емкости рынка основан на использовании данных о производстве, импорте, экспорте и остатках товара?

а) Метод цепочки показателей.

б) Метод на основе норм расходования.

в) Метод индекса исследовательской панели.

г) Метод суммирования рынков.

Правильный ответ а

***26*. Прочитайте текст и выберите правильный ответ.** Какой метод изучения потребителей является наиболее релевантным для выявления скрытых, глубинных мотивов выбора тура?

а) Статистический анализ продаж.

б) Фокус-группа

в) Наблюдение за поведением в офисе продаж.

г) Анализ данных поисковых запросов.

Правильный ответ: Б)

27. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. К какому типу факторов потребительского поведения относится «мода на определенные направления»?

а) Личностные.

б) Психологические.

в) Социально-культурные.

г) Экономические.

Правильный ответ: в)

28. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Что является конечной целью изучения потребительского поведения в туризме?

а) Увеличение штата маркетологов.

б) Снижение стоимости туруслуг любой ценой.

в) Принятие эффективных маркетинговых решений для удовлетворения потребностей клиентов и увеличения прибыли**.**

г) Сокращение ассортимента предлагаемых туров.

Правильный ответ: в)

29. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. При анализе внутренней среды небольшого турагентства выявлено, что у него самая низкая арендная плата за офис в городе благодаря старым отношениям с арендодателем. К какому типу ресурсов это относится?

а) Материальные ресурсы.

б) Финансовые ресурсы.

в) Нематериальные ресурсы (отношения).

г) Человеческие ресурсы.

Обоснование: Это нематериальный ресурс, так как это не физический актив, а выгода, полученная из долгосрочных неформальных отношений (репутация, договоренности), которые дают экономическое преимущество.

Правильный ответ: в)

30. Прочитайте текст и выберите правильный ответ. Для оценки потенциала роста рынка автобусных экскурсий в историческом городе наиболее релевантным будет расчет:

а) Доли рынка главного конкурента.

б) Емкости рынка.

в) Рентабельности продаж.

г) Коэффициента текучести кадров.

Обоснование: Емкость рынка показывает максимально возможный объем продаж в данном городе, что прямо указывает на потенциал роста для всех игроков, включая нового или существующего.

Правильный ответ: Б)

Инструкция по выполнению. При ответе на вопросы:

Выбрать один правильный ответ. Дополнить фразу, сопоставить, установить последовательность

Вопросы для самостоятельной подготовки к экзамену и зачету

1. Дайте определение понятия «бизнес-план».
2. Перечислите цели, задачи и функции бизнес-плана.
3. Опишите процесс подготовки к разработке и составлению бизнес-плана.
4. Каков порядок проведения предпроектных исследований?
5. Каково назначение маркетинговых исследований в системе бизнес-планирования?
6. Укажите структуру маркетинговой среды предприятия.
7. Перечислите факторы формирования макросреды при разработке бизнес-плана.
8. Обоснуйте необходимость нормативно-правового регулирования деятельности туризма на федеральном, региональном и местном уровнях.
9. Чем вызвана необходимость классификации предприятий сферы туризма и гостеприимства. Понятие «инфраструктура туризма».
10. В чем заключается сущность оценки конкурентной среды?
11. Каковы существенные особенности параметрических показателей конкурентной среды?
12. В чем заключается сущность оценки конкурентоспособности предприятия при разработке бизнес-плана предприятия туризма?
13. Каковы существенные особенности анализа потребителей продукции и услуг в бизнес-планировании?
14. Чем вызвана необходимость проведения анализа внутренней среды предприятия при разработке бизнес-плана?
15. Приведите пример SWOT-анализа гостиничного предприятия.
16. Укажите принципиальные различия организационно-правовых форм предпринимательства.
17. Каковы достоинства и недостатки использования различных организационно-правовых форм?
18. Каковы существенные особенности технологии регистрации и открытия туристской фирмы?
19. Выделите составные элементы оценки текущей деятельности туристской фирмы.
20. Каково назначение анализа финансового состояния предприятия?
21. Обоснуйте значение комплексного экономического анализа на предприятии.
22. Приведите перечень показателей комплексного экономического анализа на предприятии.
23. В чем заключается сущность раздела бизнес-плана «Характеристика продукции и услуг»?
24. Сравните жизненный цикл гостиничного и туристского продукта.
25. Укажите принципиальные различия методики разработки плана маркетинга в бизнес-плане и в маркетинговой стратегии.
26. Приведите пример расчета емкости рынка.
27. Дайте характеристику программе сбыта товаров и услуг предприятий туризма и гостеприимства при разработке бизнес-плана.
28. Опишите методы ценообразования предприятий туризма.
29. Выделите составные элементы классификации, состава и структуры затрат туристского предприятия.
30. От чего зависит использование метода «директ-костинг» в управлении себестоимостью и прибылью?
31. Дайте характеристику видов и форм продвижения с точки зрения проектного анализа.
32. Приведите пример методики формирования производственного и организационного плана при планировании деятельности предприятий туризма и гостеприимства.
33. Опишите метод планирования работы с персоналом предприятий туризма.
34. Приведите пример организационного плана управления проектом.

35. Укажите принципиальные различия видов и форм оплаты труда персонала на предприятиях туризма.
36. В чем заключаются особенности учетной политики туристского предприятия?
37. От чего зависит система налогообложения на предприятиях туризма?
38. Выделите составные элементы структуры и объема затрат при планировании прибылей и убытков.
39. Опишите процесс планирования прибыли и денежных потоков при разработке бизнес-плана предприятий туризма и гостеприимства.
40. Чем вызвана необходимость инвестиционного планирования?
41. Приведите пример потребностей и источников финансирования.
42. Опишите метод планирования движения денежных средств на основе инвестиционного плана и плана прибылей.
43. Дайте определение понятия «эффективность проекта».
44. Перечислите основные показатели эффективности проекта.
45. В чем заключается сущность анализа чувствительности проекта на изменение базовых показателей?
46. Составьте перечень рисков при разработке и представлении бизнес-планов предприятий туризма.
47. Укажите принципиальные различия мер управления и страхования рисков.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Комплект оценочных средств хранится на кафедре, подлежит обновлению по мере необходимости. Для промежуточной аттестации в виде экзамена каждое ОС по дисциплине обновляется и утверждается за 14 дней до начала сессионного периода и хранится в недоступном месте от несанкционированного доступа. Ответственность несет кафедра.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Текущий контроль успеваемости является формой контроля качества знаний обучающихся, осуществляемого в межсессионный период обучения с целью определения качества освоения ОПОП.

Текущий контроль успеваемости осуществляется: на лекциях, практических (семинарских) занятиях, в рамках контроля самостоятельной работы.

Обучающиеся заранее информируются о критериях и процедуре текущего контроля успеваемости преподавателями по соответствующей учебной дисциплине (модуля).

Успеваемость при текущем контроле характеризует объем и качество выполненной обучающимся работы по дисциплине (модулю).

Педагогические виды и формы, используемые в процессе текущего контроля успеваемости обучающихся, определяются методической комиссией кафедры. Выбираемый вид текущего контроля обеспечивает наиболее полный и объективный контроль (измерение и фиксирование) уровня освоения результатов обучения по дисциплине.

Преподаватели предоставляют сведения о текущей успеваемости обучающихся в рамках проведения текущей аттестации в семестре в деканаты/ учебный отдел института в сроки, определенные внутренними распорядительными документами института.

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

Преподаватель, ведущий занятия семинарского типа, проводит аттестацию обучающихся за прошедший период. Аттестация проводится, если проведено не менее 3 практических (семинарских) или лабораторных занятий, в установленные деканатом сроки, не реже 1 раза за учебный семестр. Обучающиеся аттестуются путем выставления в соответствующую групповую ведомость записей по системе: «аттестован» или «не аттестован».

Преподаватель, проставляя итоги текущей аттестации, доводит результаты аттестации до сведения студенческой группы и объясняет причины отрицательной аттестации по запросу обучающегося.

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

– результаты работы на занятиях, показанные при этом знания по дисциплине (модулю), усвоение навыков практического применения теоретических знаний, степень активности на практических (семинарских) занятиях;

– результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;

– результаты выполнения контрольных работ;

– результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;

– результаты личных бесед со студентами по материалу учебной дисциплины (модуля);

– посещение студентами, семинарских и практических занятий, лабораторных работ;

– своевременная ликвидация задолженностей по пройденному материалу, возникших вследствие пропуска занятий либо неудовлетворительных оценок по результатам работы на занятиях.

– результаты прохождения контрольных точек по дисциплине.

Промежуточная аттестация обучающихся института является формой контроля результатов обучения по дисциплине с целью комплексного определения соответствия уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся требованиям, установленным образовательной программой.

Формирование оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины осуществляется с использованием пятибалльной системы оценки знаний обучающихся.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 5 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена и зачета с оценкой. Экзамен проводится по расписанию экзаменационной сессии в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 30. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Адаптированные оценочные материалы содержатся в адаптированной ОПОП. Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

Самостоятельная работа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов позволяет своевременно выявить затруднения и отставание и внести коррективы в учебную деятельность. Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования, электронных тренажеров и т.п.).

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа. Для обучающихся с нарушениями зрения предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в устной форме. Для

обучающихся с нарушениями слуха предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в письменной форме.

Таблица 7.1. Категории обучающихся с ОВЗ, способы восприятия ими информации и методы их обучения.

Категории обучающихся по нозологиям		Методы обучения
с нарушениям и зрения	Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой	Аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения: визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания; аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениям и слуха	Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный	визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания. Могут использоваться при условии, что аудиальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями слуха: аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениям и опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	– визуально-кинестетические; – аудио-визуальные; – аудиально-кинестетические; – аудио-визуально-кинестетические.

Таблица 7.2. – Способы адаптации образовательных ресурсов.

Условные обозначения:

«+» —образовательный ресурс, не требующий адаптации;

«АФ» — адаптированный формат к особенностям приема-передачи информации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ формат образовательного ресурса, в том числе с использованием специальных технических средств;

«АЭ»— альтернативный эквивалент используемого ресурса

Категории обучающихся по нозологиям	**Образовательные ресурсы**				
	Электронные				**Печатные**
	мультимедиа	**графические**	**аудио**	**текстовые, электронные аналоги печатных**	

					изданий	
С нарушениями зрения	Слепые	АФ	АЭ (например, создание материальной модели графического объекта (3Dмодели)	+	АЭ (например, аудио описание)	АЭ (например, печатный материал, выполненный рельефно-точечным шрифтом Л. Брайля)
	Слабовидящие	АФ	АФ	+	АФ	АФ
С нарушениями слуха	Глухие	АФ	+	АЭ (например, текстовое описание, гиперссылки)	+	+
	Слабослышащие	АФ	+	АФ	+	+
С нарушениями опорно-двигательного аппарата		+	+	+	+	+

Таблица 7.3. - Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ

Категории обучающихся по нозологиям	**Форма контроля и оценки результатов обучения**
С нарушениями зрения	– устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; – с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.
С нарушениями слуха	– письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; – с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	– письменная проверка, с использованием специальных технических средств (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; – устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; – с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты,

	Графические работы, дистанционные формы - предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с использованием оценочных средств, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации, в том числе с использованием специальных технических средств.

Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ направлен на своевременное выявление затруднений и отставания в обучении и внесения коррективов в учебную деятельность. Возможно осуществление входного контроля для определения его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа. Промежуточная аттестация, при необходимости, может проводиться в несколько этапов. Для этого рекомендуется использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала. Формы и срок проведения рубежного контроля определяются