

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Международный банковский институт имени Анатолия Собчака»**

**Фонд оценочных средств по дисциплине  
Планирование деятельности туристских предприятий**

Направление подготовки: *43.03.03 Гостиничное дело*

Направленность (профиль): *Гостиничная деятельность*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очно-заочная*

## **Пояснительная записка**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации дисциплины «Планирование деятельности туристских предприятий» разработан фонд оценочных средств по данной дисциплине, являющийся неотъемлемой частью учебно-методической ее документации в рамках реализуемой Основной образовательной программы.

### **Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

Формой промежуточной аттестации по дисциплине является – экзамен.

Вопросы для проведения промежуточной аттестации:

1. Экономическая сущность и содержание планирования
2. Функции и принципы планирования
3. Классификация методов планирования
4. Балансовый, нормативный и программно-целевой методы.
5. Методы оптимального планирования
6. Роль и место планирования на предприятии и в рыночных условиях
7. Классификация планов
8. Сущность и содержание стратегического планирования, этапы стратегического планирования
9. Понятия «стратегия» и «стратегическое планирование» в сфере гостеприимства: сущность, особенности.
10. Сущность и значение бизнес-планирования в управлении предприятием.
11. Функции и принципы бизнес-планирования
12. Бизнес-план и его назначение, отличие бизнес-плана от других плановых документов
13. Структура и последовательность разработки бизнес-плана
14. Основные этапы и порядок разработки бизнес-планирования
15. Презентация бизнес-плана
16. Процесс реализации бизнес-плана
17. Концепция бизнеса (резюме). Характеристика объекта бизнеса
18. Исследование и анализ рынка и конкуренции
19. Оценка конкурентоспособности предприятия и товара (работ, услуг)
20. Отбор целевых сегментов и прогнозирование рынка
21. Производственный план
22. Организационный план: выбор организационно-производственной структуры, планирование численности персонала, фонда заработной платы
25. Маркетинговый план
26. Ценообразование: ценовая политика предприятия, методы ценообразования, модификация цен
27. Продвижение товара (работ, услуг), рекламная политика
28. Финансовый план: прогноз прибылей и убытков, баланс, движение наличных средств
29. Расчет безубыточности и запаса финансовой прочности
30. Программные средства разработки бизнес – плана
31. Страхование и риски бизнес-плана
32. SWOT- анализ как метод стратегического анализа среды. Алгоритм его применения.
33. Анализ внешней среды. Основные факторы макро-и микросреды.
34. Потребители как главный компонент внешней микросреды предприятия. Уровни анализа потребителей.
35. Рынок гостиничных услуг. Основные принципы сегментирования рынка.

## Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обучающихся по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий: тестирования.

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных работ и заданий, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Обучающемуся, пропустившему практические занятия, необходимо выполнить задания самостоятельно и защитить их выполнение перед преподавателем практических занятий.

## Тестовые задания по дисциплине

Название темы учебной дисциплины	Пример теста
Планирование деятельности предприятий	<p>1. Классификация планирования по сфере применения:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>а) рыночное, индикативное, административное</li><li>б) стратегическое, тактическое, оперативное, нормативное</li><li>в) межцеховое, внутрицеховое, бригадное, индивидуальное</li><li>г) краткосрочное, среднесрочное, долгосрочное</li></ul> <p>2. Принцип планирования, предполагающий возможность корректировки установленных плановых показателей, – это:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>а) принцип необходимости</li><li>б) принцип единства</li><li>в) принцип непрерывности</li><li>г) принцип гибкости</li></ul> <p>3. Планирование деятельности гостиничного предприятия – это:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>а) определение целей фирмы на перспективу</li><li>б) ресурсное обеспечение поставленных целей</li><li>в) контроль за выполнением поставленных целей</li><li>г) способы достижения целей</li><li>д) все вышеперечисленное.</li></ul> <p>4. Принцип планирования, предполагающий увязку всех сторон деятельности предприятия:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>а) принцип научности</li><li>б) принцип комплексности</li><li>в) принцип оптимальности</li><li>г) принцип холизма</li></ul> <p>5. Преимуществом бизнес-планирования является то, что оно:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>а) приучает сначала думать, а потом делать</li><li>б) позволяет сделать ошибки сначала на самом деле, а потом – на бумаге</li><li>в) приучает полагаться исключительно на интуицию</li><li>г) избавляет руководителя от необходимости стимулировать творческую активность подчиненных</li></ul>
Анализ исследований внешней и внутренней среды предприятия	<p>1. Разделы бизнес – плана, посвященные анализу общего положений предприятия</p> <ul style="list-style-type: none"><li>а) резюме</li><li>б) план маркетинга</li><li>в) организационный план</li><li>г) производственный план</li><li>д) финансовый план</li></ul> <p>2. Основная цель раздела «План маркетинга»</p>

	<p>а) разработка стратегий и мероприятий маркетингового комплекса</p> <p>б) организация систематизированных маркетинговых исследований</p> <p>в) обеспечение планируемого объема продаж за счет маркетинговых мероприятий</p> <p>3. В рамках PEST-анализа рассматриваются, в частности, следующие аспекты:</p> <p>а) тенденции в области здравоохранения, техники безопасности, охраны окружающей среды и защиты интересов потребителей, которые могут привести к принятию новых законов, влияющих на компанию</p> <p>б) влияние на работу компании новых технологий в банковской сфере</p> <p>в) расовые</p> <p>г) движение «зеленых»</p> <p>4. Резюме проекта составляется</p> <p>а) в начале написания бизнес-плана</p> <p>б) в конце написания бизнес-плана</p> <p>5. Планирование не предполагает выполнение следующих функций:</p> <p>а) анализ внешней среды, формирование и оценка альтернативных вариантов плана</p> <p>б) анализ деятельности компании, формирование плановых заданий</p> <p>в) формирование плановых заданий, их корректировка</p> <p>г) анализ деятельности компании, формирование плановых заданий, мотивация персонала</p>
Бизнес-планирование предприятия туризма и гостеприимства	<p>1. В каком разделе бизнес-плана будут представлены ожидаемые финансовые результаты проекта?</p> <p>а) производственном плане</p> <p>б) финансовом плане</p> <p>в) в резюме</p> <p>г) плане маркетинга</p> <p>2. Маркетинговое планирование предполагает:</p> <p>а) маркетинговые исследования макроокружения и внутренней среды;</p> <p>б) проведение SWOT-анализа</p> <p>в) построение предположений</p> <p>г) определение финансовых прогнозов</p> <p>3. К внешней среде бизнеса относят:</p> <p>а) сферу, в которой предприятие осуществляет свою деятельность;</p> <p>б) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, на которые само предприятие не может влиять непосредственно;</p> <p>в) сферу, в которой предприятие не осуществляет свою деятельность;</p> <p>г) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, на которые само предприятие может влиять непосредственно.</p> <p>4. К внутренней среде бизнеса относят:</p> <p>а) общая среда, которая находится в рамках предприятия;</p> <p>б) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, которые непосредственно подконтрольны предприятию;</p>

	<p>в) часть общей среды, которая находится в рамках предприятия;</p> <p>г) совокупность «факторов влияния» внутри предприятия, которые непосредственно подконтрольны предприятию</p> <p>5. Структура бизнес- плана зависит от его составителя.</p> <p>а) верно</p> <p>б) неверно</p>
Разработка нового турпродукта и гостиничных услуг	<p>1. Обеспечить лояльность бренду – это задача:</p> <p>а) стратегии сбыта</p> <p>б) стратегии дифференциации</p> <p>в) нишевой стратегии</p> <p>г) стратегии лидерства в области затрат</p> <p>2. Процесс разработки практически любого нового товара или услуги предполагает:</p> <p>а) создание опытного образца</p> <p>б) проектирование;</p> <p>в) производство мелкой партии и пробный маркетинг</p> <p>г) исследование рынка</p> <p>д) полномасштабное производство и маркетинг</p> <p>3. предприятие сферы туризма не нуждается в бизнес-плане т.к. нет больших финансовых вложений.</p> <p>а) верно</p> <p>б) неверно</p> <p>4. К макросреде организации не относится:</p> <p>а) политическая среда</p> <p>б) социально-культурная среда</p> <p>в) экономическая среда</p> <p>г) конкуренты</p> <p>5. К микросреде организации не относится:</p> <p>а) конкуренты</p> <p>б) потребители</p> <p>в) посредники</p> <p>г) социально-культурная среда</p>
Организационный, финансовый и инвестиционный планы	<p>1. Какие документы финансового плана используются для оценки финансово-хозяйственной деятельности проекта (бизнес-плана)?</p> <p>а) план продаж</p> <p>б) план производства</p> <p>в) план инвестиционных затрат</p> <p>г) план прибылей и убытков</p> <p>д) план балансов</p> <p>е) план денежных потоков</p> <p>ж) план распределения прибыли</p> <p>2. Какой документ в финансовом плане – самый важный для финансового менеджера?</p> <p>а) план прибылей и убытков</p> <p>б) план балансов</p> <p>в) план денежных потоков</p> <p>г) план распределения прибыли</p> <p>д) все перечисленные выше планы</p> <p>3. Основная цель организационного плана</p> <p>а) организация управления проектом</p> <p>б) организация производства и реализации продукции</p> <p>в) организация разработки конструкции</p>

	<p>г) организация финансирования проекта</p> <p>4. Какой документ детализирует использование и вложение финансовых ресурсов, требуемых для поддержания планируемого производства:</p> <p>а) план прибылей и убытков;</p> <p>б) бухгалтерский баланс;</p> <p>в) прогноз денежных потоков;</p> <p>г) все документы</p> <p>5. При определении денежного потока учитывается ли амортизация?</p> <p>а) да</p> <p>б) нет</p>
Страхование и риски бизнес-планов	<p>1. Что такое срок окупаемости проекта?</p> <p>а) это время, в течение которого будут оплачиваться начальные инвестиции</p> <p>б) это период времени, необходимый для возмещения затрат по проекту</p> <p>в) это период времени, начиная с которого предприятие будет работать только на себя</p> <p>2. Методы оценки и прогнозирования объема продаж:</p> <p>а) методы статистического моделирования</p> <p>б) морфологические методы</p> <p>в) расчет по коэффициентам эластичности экспертные оценки</p> <p>3. Риски проекта – это:</p> <p>а) степень потенциальной опасности для успешного осуществления проекта, измеряемая частотой или вероятностью возникновения того или иного уровня потерь</p> <p>б) финансовые вложения</p> <p>в) фазы проекта</p> <p>г) непроверенная информация</p> <p>4. Факторы неопределенности:</p> <p>а) неполное знание</p> <p>б) факторы случайности</p> <p>в) субъективные факторы противодействия</p> <p>г) все ответы верны</p> <p>5. Точка безубыточности – это:</p> <p>а) экономический показатель, который характеризует объем продаж, при котором выручка от реализации произведенных товаров (работ, услуг) равна затратам на их производство</p> <p>б) это показатель произведенного продукта, который представляет собой стоимость произведенных конечных товаров и услуг</p> <p>в) отклонение в меньшую сторону от официального курса валюты</p> <p>г) все ответы верны</p>

### Темы рефератов

Название темы учебной дисциплины	Пример тем рефератов
----------------------------------	----------------------

Планирование деятельности предприятий	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Смысл и содержание стратегического планирования в индустрии гостеприимства.</li> <li>2. Информационное обеспечение прогнозирования.</li> <li>3. Стратегическое и тактическое планирование в гостеприимстве.</li> <li>4. Основные методы и показатели планирования в гостеприимстве.</li> <li>5. Методы прогнозирования динамики сезонных процессов в гостеприимстве.</li> </ol>
Анализ исследований внешней и внутренней среды предприятия	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Оценка уровня конкурентоспособности услуг гостиничного предприятия.</li> <li>2. Анализ рисков развития индустрии гостеприимства на региональном уровне.</li> <li>3. Использование SWOT- анализа для выявления проблем.</li> <li>4. Оценка потенциала территории.</li> <li>5. Социально-экономические последствия развития на управляемой территории.</li> </ol>
Бизнес-планирование предприятия туризма и гостеприимства	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги).</li> <li>2. Бизнес-идея проекта.</li> <li>3. Порядок проведения предпроектных исследований.</li> <li>4. Особенности бизнес-планирования предприятия гостеприимства.</li> <li>5. История развития бизнес-планирования в России.</li> </ol>
Разработка нового турпродукта и гостиничных услуг	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сегментация рынка гостиничных услуг.</li> <li>2. Бизнес-идея проекта.</li> <li>3. Анализ и оценка рынков сбыта услуг и турпродукта.</li> <li>4. Анализ рыночной конъюнктуры.</li> <li>5. Инновационные продукты предприятий гостеприимства.</li> </ol>
Организационный, финансовый и инвестиционный планы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организационная структура предприятия гостеприимства.</li> <li>2. Ключевой управленческий персонал.</li> <li>3. Профессиональные советники и услуги.</li> <li>4. Оценка прямых материальных затрат.</li> <li>5. Анализ безубыточности.</li> </ol>
Страхование и риски бизнес-планов	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Идентификация рисков.</li> <li>2. Виды рисков.</li> <li>3. Политические риски.</li> <li>4. Производственные риски.</li> <li>5. Мониторинг и контроль.</li> </ol>

### Задания

Название темы учебной дисциплины	Пример задания
Разработка нового турпродукта	<p>Какой вариант цены следует выбрать гостинице, чтобы завоевать рынок сбыта: повысить цену одного номера до 3000 рублей или снизить цену продажи до 2500 руб. Конкурент предлагает аналогичные номера по цене 2600 руб. в сутки</p> <p>Условия: постоянные затраты составляют 2500 тыс. руб., переменные – 85 руб./ед. При улучшении качества номера</p>

	постоянные затраты возрастут до 3100 тыс. руб., удельные переменные издержки – 100 руб.
Организационный, финансовый и инвестиционный планы	Собственные средства турпредприятия составляют 34 886 883 руб., заемные средства 8 889 508 руб., валюта баланса 43 776 391 руб., краткосрочные обязательства 3 095 938 руб., внеоборотные активы 26 971 216 руб. Определите показатели финансовой независимости и устойчивости (автономии, зависимости, текущей задолженности, собственные оборотные средства).

### Ситуации для анализа

Название темы учебной дисциплины	Пример ситуации для анализа
Планирование деятельности предприятий	Вас пригласили составить план развития здравоохранения города, в котором проживает 150 тыс. населения. Какие типы лечебно – профилактических учреждений следует запланировать? Какими методами планирования вы будете пользоваться? Какой дополнительной информацией вы должны владеть?
Анализ исследований внешней и внутренней среды предприятия	Аркадий Александрович решил создать собственное предприятие, так как всегда мечтал об этом. Он поставил перед собой цель: создать небольшую булочную на другом конце улицы. Он тщательно готовился, учился, брал пример с опытных бизнесменов и организовал свое дело. Спланировал он все достаточно грамотно и бизнес начал вскоре приносить прибыль, появились постоянные покупатели, и все было относительно стабильно. Продолжалось это в течение двух лет, но вскоре рядом с булочной Аркадия Александровича появилась большая кондитерская с гораздо большим ассортиментом и гибкими ценами. Спустя месяц булочная Аркадия Александровича закрылась. Почему бизнес Аркадия Александровича прожил так недолго, ведь все шло хорошо?
Бизнес-планирование предприятия туризма и гостеприимства	Анита Вильямс – единоличный владелец небольшой фирмы, которая специализируется на производстве женской косметики. Различные виды и марки недорогих косметических средств ориентированы на молодых latinoамериканок, проживающих в США (возрастные границы сегмента рынка от 18 до 35 лет). Первоначально Анита Вильямс основала в пригороде Лос-Анджелеса небольшую фирму, где она работала со своим мужем и детьми. Со временем ее дело значительно расширилось, однако единственной причиной, сдерживающей дальнейшее развитие фирмы, является невозможность увеличения производства масштабов рекламной деятельности из-за недостатка финансовых средств. В настоящее время ситуация в промышленности, производящей косметические средства, меняется очень быстро, сроки жизненного цикла отдельных видов этой продукции сокращаются. Это вынуждает фирмы уделять большое внимание выпуску новых товаров, а также товаров рыночной новизны. Производство недорогой косметики не является сложным процессом, поэтому фирмы-производители могут выходить на рынок с новыми товарами без значительных финансовых



	<p>затрат. Г-жа Вильямс планирует расширить географический сегмент своего рынка, в частности организовать продажу продукции своей фирмы на всей юго-западной территории штата с последующим выходом на рынок Нью-Йорка и Майами. Адвокат и бухгалтер, консультирующие Аниту Вильямс, советуют ей обдумать вопрос об образовании на базе ее фирмы корпорации с целью привлечения необходимых финансовых средств. Вопросы:</p> <p>а) Какие преимущества единоличного владения фирмой могла бы Анита Вильямс потерять при создании корпорации? Какие выгоды она при этом получила бы?</p> <p>б) Необходимо для г-жи Вильямс проведение маркетинговых исследований? Почему?</p> <p>с) На каких аспектах деятельности фирмы следует в первую очередь сконцентрировать внимание ее владелице?</p>
Разработка нового турпродукта и гостиничных услуг	<p>1. Как часто и глубоко нужно отслеживать изменения ситуации на рынке труда для эффективного обеспечения компании человеческими ресурсами и построения эффективной системы управления персоналом?</p> <p>2. В крупных фирмах Запада менеджерами проводится дифференцированная политика трудовых ресурсов: выделяется «ядро» и «периферия». Объясните преимущества.</p>
Организационный , финансовый и инвестиционный планы	<p>Крупный иностранный инвестор Майкл Голдсмит решил построить в одном российском городе гольф-клуб. Однако осуществить этот проект самостоятельно, без участия городских властей, было невозможно. Был заключен договор на создание гольф-клуба. После долгих раздумий администрация выделила место – на помойке, больше свободной земли не было. Понятно, что нужно было проводить огромный комплекс работ, связанных с реинкарнацией почвы, поскольку земля была заражена отходами. Эксперты провели осмотр местности и составили смету, общая сумма составила \$2 млн. Инвестор заплатил эти деньги. Мэрия города обратилась в организацию, которой поручила провести эти работы, при этом выделив на них из уплаченных \$2 млн только 5%. Остальные деньги остались в городской казне. Организация предупреждала, что на эти деньги можно навести только косметику на один год, а потом нужно будет постоянно обновлять поля, завозить газонную траву, так как земля будет быстро лысеть. Тем не менее, мэрия настояла на проведении работ в рамках выделенного бюджета, что и было сделано. Перед инвестором город отчитался, что все необходимые работы были проведены в полном объеме. А через год поля покрылись проплешинами и лысынами, их штопка обходится в крупную сумму. Поскольку поля плохого качества, то у клуба неважная репутация. Состоятельные клиенты обходят его стороной, они предпочитают ездить играть за границу. Клуб обанкротился.</p> <p>1. Что мог предпринять инвестор, чтобы не допустить подобного развития событий?</p> <p>2. Мог ли он контролировать процесс?</p> <p>3. Как можно было избежать банкротства?</p>

	Какой компетенции ему не хватило?
Страхование и риски бизнес-планов	<p>Владимир Михайлович получил наследство богатого дедушки и решил организовать собственный бизнес, открыть фитнес-центр. Взял дополнительный кредит в банке, купил бизнес план у хорошего специалиста и спустя 6 месяцев открыл свой фитнес-центр.</p> <p>Он считал, что на этом его миссия закончена и можно пожинать плоды, постепенно возвращать кредит и получать прибыль. Но, конкуренты, у которых уже был фитнес-центр такого типа в данном районе, решили переманивать клиентов Владимира Михайловича недобросовестным путем. Владимир Михайлович не был к этому готов, а тут еще и налоговая служба с пожарной инспекцией серьезно придралась к его организации.</p> <p>Такого поворота событий Владимир Михайлович не ждал и вскоре на месте его фитнес центра образовался магазин, но уже совершенно с другим хозяином. Бизнес Владимира Михайловича прогорел вместе с наследством дедушки. Почему так произошло?</p>

### Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине:

Знания, умения и навыки обучающихся при промежуточного контроля в форме экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «посредственно».

1. «Отлично» — обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

2. «Хорошо» — обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

3. «Удовлетворительно» — обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

4. «Неудовлетворительно» — обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

5. «Работа не выполнена» — обучающийся обнаруживает полное незнание проходимого учебного материала.