

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

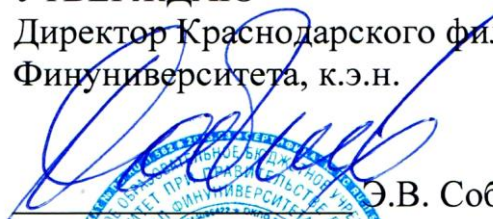
**(Финансовый университет)**

**Краснодарский филиал Финуниверситета**

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Краснодарского филиала  
Финуниверситета, к.э.н.

  
Э.В. Соболев

« 31 » августа 2021 г.



Мазунина Мария Владимировна

**БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства»

*Рекомендовано Ученым советом Краснодарского филиала Финуниверситета  
(протокол № 42 от «31» августа 2021 г.)*

*Одобрено кафедрой «Менеджмент и маркетинг»  
(протокол № 7 от «26» августа 2021 г.)*

Краснодар 2021

УДК 005  
ББК 65.290я73  
М 12

**Рецензент:** Заведующий кафедрой «Экономика предприятий» ФГБОУ ВО Кубанский госагроуниверситет им. И.Т. Трубилина, д-р. эконом. наук, профессор Парамонов П.Ф.

**Мазунина М.В.**

**Бизнес-планирование в туризме.** Программа дисциплины для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства». – Краснодар: Краснодарский филиал Финуниверситета, кафедра «Менеджмент и маркетинг», 2021. – 60 с.

Дисциплина «Бизнес-планирование в туризме» является дисциплиной модуля профиля части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1. Дисциплины (модули) образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма», очно-заочная форма обучения.

Рабочая программа дисциплины содержит перечень результатов освоения дисциплины, место дисциплины в структуре ОП, объем дисциплины в зачетных и академических часах, содержание дисциплины и форм текущего контроля успеваемости, перечень учебно-методического обеспечения, основной и дополнительной учебной литературы, программного обеспечения и информационных справочных систем, фонд оценочных средств, методические указания, описание материально-технической базы.

*Учебное издание*

**Мазунина Мария Владимировна**

## **Бизнес-планирование в туризме**

Рабочая программа дисциплины

*Формат 60×90/16. Гарнитура TimesNewRoman*

*Усл. п.л. Изд. № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_. Тираж 100 экз.*

*Заказ № \_\_\_\_\_*

*Отпечатано в Краснодарском филиале Финуниверситета*

© Мазунина М.В. 2021

© Краснодарский филиал Финуниверситета 2021

## Содержание

1	Наименование дисциплины.....	4
2	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.....	4
3	Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
4	Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся.....	7
5	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	8
5.1	Содержание дисциплины.....	8
5.2	Учебно-тематический план.....	15
5.3	Содержание семинаров, практических занятий.....	17
6	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	20
6.1	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	20
6.2	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю.....	22
7	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	25
8	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	47
9	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	49
10	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	50
11	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.....	58
11.1	Комплект лицензионного программного обеспечения.....	58
11.2	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	58
11.3	Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации.....	58
12	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	60

## 1 Наименование дисциплины

Дисциплина Б1.В.02.04 «Бизнес-планирование в туризме»

## 2 Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Дисциплина Б1.В.02.04 «Бизнес-планирование в туризме» обеспечивает формирования следующих компетенций направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства»

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПКН-7	Способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	1. Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды.	– <i>знать</i> методы определения рыночных возможностей организации; – <i>уметь</i> реализовывать выявленные рыночные возможности организации.
		2. Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей.	– <i>знать</i> задачи, решаемые менеджером проектов; – <i>уметь</i> формировать бизнес-модели организации.
		3. Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.	– <i>знать</i> сущность бизнес-планирования и цели этого вида деятельности; – <i>уметь</i> пользоваться методикой планирования и оценки эффективности проекта.
ПКП-2	способность планировать, разрабатывать и реализовывать	1.Применяет знание технологий продвижения и стимулирования продаж турист-	- <i>знать</i> современные технологии и программные продукты, используемые для реализации проектов в индустрии туризма

	<p>программы и проекты по продвижению туристского продукта, организовывать работу со средствами массовой информации, владеть технологиями нерекламных методов продвижения туристского продукта</p>	<p>ского продукта.</p>	<p>- <i>уметь</i> предлагать использование наиболее релевантных технологий разработки туристских и гостиничных продуктов</p>
		<p>2. Обосновывает выбор рекламных и нерекламных методов при продвижении туристского продукта.</p>	<p>- <i>знать</i> методы разработки управленческих решений при реализации направления ведения бизнеса</p> <p>- <i>уметь</i> проводить оптимизацию способов ведения бизнеса в регулируемой правовой среде ; определять направления развития бизнеса исходя из имеющихся ресурсов</p>

### 3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бизнес-планирование в туризме» является дисциплиной модуля профиля части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1. Дисциплины (модули) образовательной программы для подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии гостеприимства и туризма», очно-заочная форма обучения.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Введение в специальность», «Основы бизнеса», «Теория организации», «Операционный менеджмент», «Методы принятия управленческих решений», «Стратегический менеджмент».

Знания и навыки, полученные в процессе изучения дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» будут использованы студентами при изучении последующих профессиональных дисциплин: «Деловые коммуникации», «Организация и планирование промо-мероприятий», «Стандартизация обслуживания в сфере туризма», «Управление качеством в индустрии гостеприимства и туризма», предусмотренных учебным планом, при выполнении контрольной работы, а также при написании выпускной квалификационной (бакалаврской) работы, в процессе решения круга задач профессиональной деятельности в дальнейшем.

Таблица 2 - Междисциплинарные связи тем дисциплины с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами 38.03.02 «Менеджмент»

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	Номера разделов (тем) данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин					
		1	2	3	4	5	6
1.	Организация и планирование промо-мероприятий	*	*	*	*		
2.	Стандартизация обслуживания в сфере туризма		*	*		*	
3.	Управление качеством в индустрии гостеприимства и туризме			*	*	*	*

**4 Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся**

Для направления подготовки 38.03.02«Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства» общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зач.ед., 216 часов (таблица 3).

Таблица 3 – Трудоемкость дисциплины «Бизнес-планирование в туризме», очно-заочная форма

Вид учебной работы по дисциплине	Всего, часов	Семестр 5, часов
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	216 (6 з/е.)	216
<b><i>Контактная работа - Аудиторные занятия</i></b>	20	20
<i>Лекции</i>	8	8
<i>Практические и семинарские занятия, т.ч. занятия в интерактивных формах</i>	12 10	12 10
<b><i>Самостоятельная работа</i></b>	196	196
<i>В семестре</i>	160	160
<i>В сессию</i>	36	36
Вид текущего контроля	контр. раб.	контр. раб.
Вид промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

## **5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий**

### **5.1 Содержание дисциплины**

*Тема 1. Особенности формирования бизнес-идеи в гостеприимстве. Понятие и значение бизнес-планирования в управлении гостиничным бизнесом*

Бизнес-идея в гостеприимстве: понятие и значение. Факторы, влияющие на разработку бизнес-идею: жизненный цикл организации; конкуренция; внешние факторы.

Строительство, реконструкция, реновация зданий под гостиничное предприятие. Практические примеры бизнес-идей и особенности их реализации. Альтернативные бизнес-идеи, их особенности и обоснование выбора. Алгоритм успешной реализации бизнес-идеи. Прогнозирование в рыночной экономике: понятие, содержание, роль и значение; взаимосвязь прогнозирования и планирования.

Временные границы планирования. Экономический механизм управления предприятия. Система планов: перспективное, среднесрочное, текущее планирование. Понятие бизнес-планирования. Цели и задачи бизнес-планирования. Определение основных направлений и пропорций развития гостиничного предприятия. Условия, обеспечивающие высокий уровень качества планирования. Характеристика планирования по времени: перспективное (стратегическое, тактическое) и текущее (оперативное). Бизнес-планирование как особая форма планирования.

Система показателей для экономического обоснования планов. Количественные показатели (объем продаж, численность персонала, фонд оплаты труда, сумма прибыли, затраты, количество проданных номеров, загрузка номерного фонда и др.). Качественные показатели, выражающие эффектив-



ность деятельности, его отдельных факторов (производительность труда, фондоотдача, качество гостиничного продукта, услуг и др.).

Основные плановые документы в гостеприимстве: целевая программа; бизнес-план инвестиционного проекта; бизнес-план развития предприятия. Оформление результатов планирования: структура бизнес-плана.

## *Тема 2. Разработка и анализ инвестиционных проектов гостиничного предприятия*

Экономическая сущность и особенности инвестиционной деятельности в индустрии гостеприимства. Инвестиционный процесс. Участники инвестиционного процесса. Экономическая сущность и значение инвестирования. Инвестиции: экономическая сущность и виды. Инвестиции, осуществляемые в форме капитальных вложений: понятие, состав, классификация. Виды структуры капитальных вложений. Объекты и субъекты инвестиционной деятельности в индустрии гостеприимства. Обязанности субъектов инвестиционной деятельности в РФ и отношения между ними. Формы и методы государственного регулирования инвестиционной деятельности в индустрии гостеприимства. Государственное регулирование инвестиционной деятельности путем создания благоприятных условий для развития инвестиционной деятельности в индустрии гостеприимства. Инвестиционные аукционы.

Инвестиционный проект гостиничного предприятия. Фазы (стадии) развития инвестиционного проекта, их характеристика. Бизнес-план инвестиционного проекта гостиничного предприятия. Назначение бизнес-плана. Основные направления анализа инвестиционного проекта. Анализ общеэкономической и отраслевой, микроэкономической инвестиционной среды. Критерии оценки инвестиционного проекта гостиничного предприятия. Система показателей, используемых в гостиничной практике РФ. Коммерческая эффективность проекта. Бюджетная и экономическая эффективность проекта. Учет инфляции. Чистый дисконтированный доход проекта. Внутренняя норма доходности проекта. Неопределенность результатов инвестиционного

проекта и риск принятия инвестиционного решения. Качественные методы оценки состоятельности проекта с точки зрения неопределенности. Количественные методы оценки состоятельности проекта с точки зрения неопределенности. Оценка бюджетной эффективности инвестиционных проектов в гостиничной деятельности.

### *Тема 3. Сущность и содержание бизнес-планирования на предприятии гостеприимства*

Финансовое моделирование будущих финансовых результатов деятельности гостиничного предприятия при заданных прогнозных значениях основных параметров и соответствующих ограничениях. Построение финансовой модели. Сферы применения финансовой модели. Привлечение кредитов и анализ их эффективности. Источники финансирования ресурсов предприятия и их соотношение. Анализ эффективности инвестиций. Срок полного возврата вложенных средств и получение дохода от них. Составление графика безубыточности по материалам бизнес-плана. Баланс доходов и расходов фирмы. Хозяйственный риск: сущность, место и роль в планировании. Виды потерь и риска: материальные, трудовые, финансовые, времени. Внешние и внутренние риски. Показатели риска и методы его оценки. Методы снижения риска: страхование, поручительство, распределение риска, резервирование средств. Анализ и планирование риска.

Форма представления бизнес-плана. Цель и назначение бизнес-плана в системе управления фирмой. Задачи и преимущества использования бизнес-плана. Типология бизнес-планов. Основные области применения бизнес-плана. Принципы разработки бизнес-плана. Основы методологии бизнес-планирования. Стратегическая ориентация бизнес-планирования. Внутренняя и внешняя среда при разработке и обосновании бизнес-плана. Подготовка бизнес-плана к реализации.

Планирование производственной (продуктовой) программы гостиничного предприятия: по объему, ассортименту и структуре продукта. Планиро-

вание затрат предприятия на обеспечение текущей деятельности, в т.ч. материальных, трудовых, амортизационных, общехозяйственных, коммерческих и др. затрат. Расчет финансовых результатов (прибыли от реализации, чистой прибыли, показателей рентабельности) деятельности гостиницы. Расчет показателей эффективности использования ресурсов. Планирование инвестиций (первоначальных, проектных).

Экспертиза бизнес-плана. Основные ошибки, встречающиеся в бизнес-планах. Методика проверки информации, представленной в бизнес-плане. Предпринимательство и бизнес-планирование, роль и место в экономике. Содержание предпринимательской деятельности. Объекты бизнеса. Планирование как инструмент для обеспечения динамичного развития бизнеса. Понятие и содержание бизнес-планирования.

#### *Тема 4. Разделы бизнес-плана гостиничного предприятия*

Резюме бизнес-плана. Титульный лист бизнес-плана. Резюме. Уникальность бизнеса. Планируемая стратегия фирмы: вход на рынок или его развитие через анализ факторов, условий, слабых мест в действиях конкурентов. Описание отрасли экономической деятельности и рынка сбыта, его структуры, емкости, темпов роста. Анализ конкурентных преимуществ собственного бизнеса. Прогноз финансовых результатов. Требуемая сумма инвестиций. Особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса. Примерная форма резюме. Исследование и анализ рынка, план маркетинга. Прогноз конъюнктуры рынка. Современное состояние и тенденции макроэкономических процессов в инвестиционной сфере. Прогноз коммерческой деятельности анализируемых фирм-конкурентов. Общая стратегия маркетинга: рыночная стратегия бизнеса, описание и анализ особенностей потребительского рынка, влияние внешних факторов на объем и структуру сбыта. Анализ продаж за предшествующий период. Сегментация гостиничного рынка. Определение емкости рынка. Прогноз развития гостиничного рынка. Планирование ассортимента. Оценка конкурентоспособно-

сти услуги. Планирование цены. Прогнозирование величины продаж. Разработка собственной ценовой политики фирмы, а также сравнение с ценовой стратегией конкурентов. Анализ системы ценовых скидок как инструмента стимулирования реализации. Сравнительный анализ эффективности методов реализации. Структура собственной сбытовой сети. Реклама и продвижение услуги на рынок.

Составление плана производства и организационного плана. Производственный цикл. Производственные мощности. Их роль в совершенствовании бизнеса. Развитие производственных мощностей за счет приобретения и аренды. Структура и показатели производственной программы. Анализ выполнения плана производства. Расчет производственной мощности. Планирование выполнения производственной программы. Собственность и ее роль в организации гостиничного бизнеса. Организационно-правовые формы предпринимательства в соответствии с Гражданским кодексом РФ. Экономическое обоснование создания, реорганизации предприятия. Организационная структура гостиницы, экономическое обоснование и оценка эффективности. Управленческая команда и персонал. Планирование потребности в персонале. Планирование трудоемкости производственной программы. Расчет и анализ баланса рабочего времени. Планирование производительности труда. Состав средств на оплату труда. Анализ фонда заработной платы. Планирование фонда заработной платы. Планирование снижения себестоимости продукции. Планирование сметы затрат на производство продукции.

Планирование ассортиментной политики турфирмы. Общая характеристика гостиничного продукта. Состав и структура продукта. Жизненный цикл продукта. Понятие ассортимента гостиницы и его основные характеристики: ширина, глубина, сопоставимость. Ассортиментная политика современной гостиницы: ключевые цели и задачи. Продуктовая стратегия как основа ассортиментной политики. Основные методы планирования ассортимента. Инновационный гостиничный продукт. Особенности планирования инновационного ассортимента. Расчет основных показателей ассортимента гостиницы.

Расчет потребности в ресурсах турфирмы. Ресурсное обеспечение в гостеприимстве. Понятие экономических ресурсов гостиницы. Планирование материально-технической базы гостиницы: планирование основных фондов; расчет потребности в материальных ресурсах. Планирование работы с поставщиками ресурсов. Планирование человеческих ресурсов гостиницы: расчет потребности в персонале, планирование подбора, расстановки, обучения, карьерного роста. Планирование организационно-управленческой структуры гостиницы. Планирование финансовых ресурсов гостиницы, в т.ч. на формирование и обеспечение эффективного функционирования материально-технической базы, человеческого капитала.

#### *Тема 5. Информационное и методическое обеспечение бизнес-планирования*

Конкретизация целей и задач бизнес-планирования в гостеприимстве. Характеристика источников информации. Справочная и аналитическая информация. Источники деловой информации. Отраслевая и научно-техническая информация, информация о ресурсах.

Система сбора внешней информации. Тенденции развития отрасли и характер рынков. Структура взаимосвязи источников информации при стратегическом, среднесрочном, текущем планировании.

Информационные ресурсы, используемые в процессе бизнес-планирования гостиничного предприятия.

Работа со специализированными информационными агентствами. Методы обработки и интерпретации информации, используемые в бизнес-планировании: фактографические и целевые методы; методы, основанные на принципах математики и информатики; экспертные методы. Методические подходы к разработке бизнес-плана в гостеприимстве.

Овладение навыками применения пакета «MS Project» для планирования и оперативного управления гостиничным проектом.

Разработка программы реализации плана: составление календарного графика реализации по основным этапам и мероприятиям, формирование команды исполнителей, организация выполнения намеченных мероприятий.

Контроль процесса планирования: виды и формы контроля; ключевые точки контроля. Методы определения отклонений фактических показателей от плановых. Выявление причин отклонений. Оценка плановых и фактических показателей гостиницы относительно среднеотраслевых показателей; показателей деятельности основных конкурентов (по ассортименту, ценам, охвату рынка, средствам продвижения и др.). Выявление сильных, слабых сторон, конкурентных преимуществ. Корректировка планов и непрерывность процесса планирования.

#### *Тема 6. Инвестиционные стратегии развития гостиничных корпораций*

Формирование системы долгосрочных целей инвестиционной политики гостиничного предприятия и выбор наилучших путей их реализации. Обоснование инвестиционной политики, анализ рынка гостиничных услуг и инвестиционных возможностей. Этапы разработки инвестиционной политики гостиничного предприятия. Правила составления и экономического обоснования инвестиционного плана гостиничного предприятия.

Экономическая сущность структура гостиничных корпораций. Роль крупных гостиничных корпораций на международном рынке гостиничных услуг и их влияние на повышение инвестиционной привлекательности регионов. Инвестиционные стратегии развития гостиничных корпораций и пути повышения эффективности реализации инвестиционных стратегий. Принципы формирования инвестиционного портфеля гостиничной корпорации. Этапы формирования инвестиционного портфеля. Оценка инвестиционного портфеля по критерию риска. Диверсификация портфеля гостиничной корпорации. Стратегии управления инвестиционным портфелем. Мониторинг инвестиционного портфеля.

Инвестиционные ресурсы гостиничного предприятия. Бюджетные ассигнования. Внебюджетные средства. Формирование источников финансового обеспечения капитальных вложений гостиничного предприятия. Роль собственных средств инвесторов. Состав и структура собственных источников средств. Прибыль (доход) и амортизационные отчисления как источники воспроизводства основных фондов предприятия. Инвестиционный налоговый кредит. Привлеченные и заемные средства предприятия инвестора. Мобилизация средств путем эмиссии ценных бумаг. Преимущества и недостатки вложений в ценные бумаги. Средневзвешенная цена капитала. Иностранные инвестиции: экономическое содержание, виды. Иностранные инвестиции в РФ. Правовой режим функционирования иностранного капитала в России. Гарантии и защита иностранных инвестиций.

Проектное финансирование: сущность, отличительные особенности. Схемы организации проектного финансирования. Методы финансирования инвестиционных проектов. Инвестирование в проекты, осуществляемые в рамках ФЦП. Долгосрочное кредитование капитальных вложений. Лизинг: общая характеристика, преимущества такого метода финансирования капитальных вложений.

Венчурное (рисковое) финансирование. Стадии и механизм рискового финансирования. Пути снижения инвестиционных рисков. Ипотечное кредитование: сущность и особенности.

## **5.2 Учебно-тематический план**

Темы дисциплины и виды занятий для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства», очно-заочная форма обучения представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Распределение бюджета времени при изучении дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства», очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раз- дела) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успевае- мости
		Всего	Аудиторная работа				Самос- стоя- тельная работа	
			Об- щая	Лек- ции	Практи- ческие и семинар- ские за- нятия	Занятия в интер- активных формах		
1.	Особенности форми- рования бизнес-идеи в гостеприимстве Понятие изначе- ние бизнес- планированияв управлении гости- ничным бизнесом.	35	3	1	2	2	32	Выполнение разноуров- невых зада- ний, тест
2.	Разработка и анализ ин- вестиционных проектов гостиничного предпри- ятия.	35	3	1	2	2	32	Выполнение разноуров- невых зада- ний, тест
3.	Сущность и содержа- ние бизнес- планиро- вания на предприятии гостеприимства	35	3	1	2	2	32	Выполнение разноуров- невых зада- ний, тест
4.	Разделыбизнес-плана гостиничного пред- приятия.	35	3	1	2	2	32	Выполнение разноуров- невых зада- ний, тест
5	Информационное и методическое обеспе- чение бизнес- плани- рования	37	3	1	2	1	34	Выполнение разноуров- невых зада- ний, тест
6	Инвестиционные стра- тегии развития гости- ничных корпораций	38	4	2	2	1	34	Выполнение разноуров- невых зада- ний, тест
	В целом по дисциплине	216	20	8	12	10	196	Выполнение контрольной работы
	Итого в %					50%		



### 5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Цель практических занятий по дисциплине «Бизнес-планирование в туризме» – закрепление теоретических знаний, освоение методов ведения современного бизнеса, формирование навыков проведения расчетов, контроль выполнения заданий для самостоятельной работы. Занятия проводятся в активной и интерактивной формах с привлечением всех студентов к обсуждаемым вопросам, выбору оптимальных способов решения практических задач, что способствует профессиональному развитию личности будущего бакалавра. Содержание практических занятий представлено в таблице 6.

Таблица 6 – Содержание семинаров, практических занятий по дисциплине «Бизнес-планирование в туризме» для направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства»

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники	Формы проведения семинарских занятий
Тема 1. Особенности формирования бизнес-идеи в гостеприимстве. Понятие и значение бизнес-планирования в управлении гостиничным бизнесом.	Вопросы к семинарскому занятию: 1. Факторы, влияющие на разработку бизнес-идеи: жизненный цикл организации; конкуренция; внешние факторы. 2. Алгоритм успешной реализации бизнес-идеи. Прогнозирование в рыночной экономике: понятие, содержание, роль и значение; взаимосвязь прогнозирования и планирования. 3. Система показателей для экономического обоснования планов гостиничного предприятия. <b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8 [1,2,4,6]; раздел 9: [1-10].	Работа в малых группах Дискуссия Опрос

Тема 2. Разработка и анализ инвестиционных проектов гостиничного предприятия.	<p>Вопросы к семинарскому занятию:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Инвестиционный процесс. Участники инвестиционного процесса. Экономическая сущность и значение инвестирования.</li> <li>2. Инвестиционный проект гостиничного предприятия.</li> <li>3. Бизнес-план инвестиционного проекта гостиничного предприятия. Назначение бизнес-плана. проекта гостиничного предприятия.</li> <li>4. Система показателей, используемых в гостиничной практике РФ.</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8 [1,5,6]; раздел 9: [1-10].</p>	Работа в малых группах Дискуссия Тест
Тема 3. Сущность и содержание бизнес-планирования на предприятии гостеприимства.	<p>Вопросы к семинарскому занятию:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Построение финансовой модели. Сферы применения финансовой модели.</li> <li>2. Источники финансирования ресурсов предприятия и их соотношение. Анализ эффективности инвестиций.</li> <li>3. Форма представления бизнес-плана в гостиничной индустрии. Цель и назначение бизнес-плана в системе управления фирмой.</li> <li>4. Экспертиза бизнес-плана. Основные ошибки, встречающиеся в бизнес-планах.</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8 [1,3,4,6]; раздел 9: [1-10].</p>	Работа в малых группах Дискуссия Кейс
Тема 4. Разделы бизнес-плана гостиничного предприятия.	<p>Вопросы к семинарскому занятию:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Планируемая стратегия фирмы: вход на рынок или его развитие через анализ факторов, условий, слабых мест в действиях конкурентов. Анализ конкурентных преимуществ собственного бизнеса.</li> <li>2. Прогноз конъюнктуры гостиничного рынка.</li> <li>3. Сегментация рынка. Определение емкости рынка. Прогноз развития гостиничного рынка.</li> <li>4. Структура и показатели производственной программы. Анализ выполнения плана производства.</li> <li>5. Планирование потребности в персонале.</li> <li>6. Продуктовая стратегия как основа ассортиментной политики в гостиницах.</li> <li>7. Ресурсное обеспечение в гостеприимстве. Понятие экономических ресурсов гостиницы.</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8 [1,3,5,6]; раздел 9: [1-10].</p>	Работа в малых группах Дискуссия Выступления с презентациями

<p>Тема 5. Информационное и методическое обеспечение бизнес-планирования.</p>	<p>Вопросы к семинарскому занятию:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Характеристика источников информации. Система сбора информации для бизнес-планирования в гостеприимстве.</li> <li>2. Информационные ресурсы, используемые в процессе бизнес-планирования.</li> <li>3. Овладение навыками применения пакета «MS Project» для планирования и оперативного управления гостиничным проектом.</li> <li>4. Контроль процесса планирования: виды и формы контроля; ключевые точки контроля.</li> <li>5. Методы определения отклонений фактических показателей деятельности гостиничного предприятия от плановых.</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8 [1,2,3,4,6]; раздел 9: [1-10].</p>	<p>Работа в малых группах Дискуссия Контрольная работа</p>
<p>Тема 6. Инвестиционные стратегии развития гостиничных корпораций.</p>	<p>Вопросы к семинарскому занятию:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование системы долгосрочных целей инвестиционной политики гостиничного предприятия и выбор наилучших путей их реализации.</li> <li>2. Обоснование инвестиционной политики, анализ рынка гостиничных услуг и инвестиционных возможностей.</li> <li>3. Экономическая сущность структура гостиничных корпораций.</li> <li>4. Инвестиционные стратегии развития гостиничных корпораций и пути повышения эффективности реализации инвестиционных стратегий.</li> <li>5. Формирование источников финансового обеспечения капитальных вложений гостиничного предприятия.</li> <li>6. Иностранные инвестиции: экономическое содержание, виды. Иностранные инвестиции в РФ.</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники:</b> раздел 8 [1–6]; раздел 9: [1-10].</p>	<p>Работа в малых группах Дискуссия Деловая игра</p>

## **6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы**

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» – закрепить теоретические знания, полученные в ходе лекционных занятий, глубоко изучить, использовать рекомендованную литературу, а также лекции по курсу, основные теоретические аспекты дисциплины, связанные с методами современного предпринимательства.

Самостоятельная работа студента в процессе изучения дисциплины включает:

- освоение рекомендованной преподавателем по данной дисциплине основной и дополнительной учебной литературы;
- изучение корпоративных образовательных ресурсов (электронные учебники, электронные библиотеки, электронные видеокурсы и др.);
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач;
- самостоятельный поиск информации в Интернете;
- выполнение контрольной работы;
- консультации по наиболее сложным вопросам;
- участие в работе студенческого клуба на кафедре и ежегодных студенческих научных конференциях;
- подготовку к экзамену.

На самостоятельную работу студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства» отводится 216 часов (очно-заочная форма) (таблица 6).

Таблица 6 – Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися по направлению 38.03.02«Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства»

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Особенности формирования бизнес-идеи в гостеприимстве. Понятие и значение бизнес- планирования в управлении гостиничным бизнесом.	1. Бизнес -идея гостиницы 4* в областном центре РФ. 2. Маркетинг новой гостиницы в туристскойдестинации. 3. Система показателей бизнес-планирования длягостиницы. Определить специфику бизнеса	Работа с учебной и справочной литературой, нормативно- правовыми актами, публикациями в периодических изданиях и сети Интернет. Подготовка докладов по теоретическим основам бизнес-планирования
Тема 2. Разработка и анализ инвестиционных проектов гостиничного предприятия.	1. Возможности инвестирования в гостиничный бизнес на современном этапе развития экономики РФ. 2. Способы привлечения инвестирования. Придумать конкретный пример.	Работа с учебной и справочной литературой, нормативно- правовыми актами, периодическими изданиями и Интернет – ресурсами. Подготовка презентаций по инвестированию в гостиничныйбизнес
Тема 3. Сущность содержание бизнес-планирования напредприятии гостеприимства.	1. Различные формы финансовой модели в различных IT-программах. 2. Проведите анализ эффективности инвестиций вгостиничное предприятие (из интернета).	Работа с учебной и справочнойлитературой, нормативно- правовыми актами, периодическими изданиями и Интернет – ресурсами. Подготовка докладов по содержанию бизнес-плана.
Тема 4. Разделыбизнес-плана гостиничного предприятия.	1. Проведите предварительное исследование гостиничного рынка Сочи на предмет необходимости строительствабизнес-отеля. 2. Сегментация гостей в международных отелях. 3. Планирование потребности вперсонале для новой гостиницы в Новосибирске.	Работа с учебной и справочнойлитературой, нормативно- правовыми актами, периодическими изданиями и Интернет – ресурсами. Подготовка к тестированию. Подготовка докладов по разделам бизнес-плана
Тема 5. Информационное иметодическое обеспечение бизнес-планирования.	1. Оцените информационные ресурсы для бизнес-плана новой гостинцы в Барнауле. 2. Использование программы MS Project для бизнес-плана вгостеприимстве	Работа с учебной и справочнойлитературой, нормативно- правовыми актами, периодическими изданиями и Интернет – ресурсами. Проведение анализа различныхинформационных IT-систем бизнес-планирования

Тема 6. Инвестиционные стратегии развития гостиничных корпораций.	1. Экономическая стратегия гостиничной корпорации (повыбору) 2. Слияния и поглощения в гостиничной индустрии. 3. Иностранные инвестиции в РФ. Особенности госрегулирования.	Работа с учебной и справочной литературой, нормативно- правовыми актами, периодическими изданиями и Интернет – ресурсами. Подготовка к тестированию. Подготовка докладов по современным структурам гостиничных корпораций, их слияния, поглощениям, инвестиционным стратегиям
---	---	---

## 6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

В аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов входит работа с учебной, научной и справочной литературой, работа с интернет-ресурсами, подготовка к практическим занятиям, выполнение контрольной работы, подготовка к экзамену.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы приведены в п. 10.

### *Перечень контрольных вопросов по дисциплине*

1. Возможные стратегии роста гостиничных предприятий.
2. Методика проведения анализа потенциального гостиничного рынка
3. Структура международного гостиничного рынка.
4. Факторы, влияющие на развитие туризма и гостеприимства в мире и в РФ.
5. Понятие бизнес-идеи у различных авторов: общее и различия.
6. Бизнес-идеи различных гостиничных предприятий в зависимости от места и формата предприятия.
7. Взаимосвязь бизнес-идей гостиниц и их влияние на показатели их деятельности.

8. Опыт отдельных международных гостиничных корпораций по разработке бизнес-идей и их внедрение.
9. Метод «ловушка идей» и его реализация на практике.
10. Метод «фокальных объектов» и его реализация на практике.
11. Метод «синтетики» и его реализация на практике.
12. Метод непрямых стратегий и его реализация на практике.
13. Метод «шести шляп» и его реализация на практике.
14. Особенности разработки бизнес-идей существующей и открываемой гостиницы.
15. Основные программные продукты, используемые для разработки, анализа и оценки эффективности инвестиционных проектов.
16. Показатели коммерческой эффективности проекта.
17. Показатели социальной и бюджетной эффективности проекта.
18. Основные показатели конкурентоспособности гостиничного продукта.
19. Основные показатели конкурентоспособности гостиницы.
20. Методы оценки конкурентоспособности, применяемые в туризме.

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам изучения дисциплины, состоит из двух частей: текущего контроля студентов – максимальная оценка 40 баллов и результатов работы на экзамене – максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- обсуждение вынесенных в планах семинарских занятий вопросов тем и контрольных вопросов;

- решение задач, тестов и их обсуждение в точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;

- выполнение контрольной работы;

- обсуждение законодательных, правовых и нормативных актов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на семинарских и практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Вторая составляющая оценивает работу на экзамене и не может превышать 60 баллов.

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре. Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий.

Промежуточный контроль по учебной дисциплине «Бизнес-планирование в туризме» направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства» проводится в форме экзамена в письменной/устной форме в виде ответов на вопросы.

Критерии бальной-рейтинговой оценки текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры «Менеджмент и маркетинг».



## **7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Перечень компетенций и их структура в виде знаний, умений содержатся в разделе 2 рабочей программы «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний**

### ***Вопросы для подготовки к экзамену***

1. Теоретические основы организационно-экономических концепций и подходов в теориях фирмы и предпринимательства.
2. Источники конкурентоспособности современного бизнеса.
3. Общий обзор состояния современной предпринимательской среды России и мира.
4. Формы сотрудничества в бизнесе.
5. Конкуренция и конкурентоспособность. Виды конкуренции.
6. Основные детерминанты, формирующие конкурентные преимущества на современных рынках.
7. Риск и неопределенность при выходе на рынок.
8. Анализ и оценка факторов, формирующих конкурентоспособность продукта.
9. Методы дифференциальной, комплексной и интегральной оценки конкурентоспособности.
10. Антимонопольное законодательство.
11. Современные проблемы взаимодействия компаний с рынком капитала.

12. Особенности инвестиционного обеспечения компаний, типы и виды инвестиций, их особенности.
13. Условия осуществления инвестирования.
14. Возможности и перспективы обновления фондов в различных отраслях.
15. Разработка логистической стратегии фирмы.
16. Фокусирование стратегии логистики. Сложности определения баланса.
17. Стратегическое планирование логистики в цепях поставок.
18. Макропроцессы в цепи поставок как основа интегрированного планирования в стратегической перспективе.
19. Концепции менеджмента и маркетинга, ориентированные на создание ценности.
20. Понятие бизнес-модели. Структура бизнес-модели.
21. Виды бизнес-моделей компаний.
22. Жизненные циклы отрасли и эволюция отраслевой бизнес-модели.
23. Анализ и оценка идей бизнес-моделей.
24. Эффективность. Измерение эффективности. Результативность.
25. Концепции результативного управления.
26. Показатели в управлении организацией.
27. Модели стратегического управления эффективностью и результативностью.
28. Понятие электронного бизнеса.
29. Модели электронного бизнеса.
30. Типовая схема систем Business-to-Consumer. Комплексы программных средств для реализации Интернет-проекта.
31. Модели бизнеса B2B. Функциональная схема B2B.
32. Системы управления закупками, сопровождения поставщиков, управления продажами, полного цикла сопровождения потребителей.
33. Международный бизнес как многоуровневая система.

34. Российская практика частно-государственного партнерства государства и международного бизнеса
35. Значение цифрового обеспечения бизнеса. Интернет-пространство как сфера бизнес-коммуникаций.
36. Классификация внешних и внутренних факторов, определяющих развитие цифровых технологий в бизнесе.
37. Системная значимость реальной и фиктивной информации при принятии управленческих решений в бизнесе.
38. Функционирование цифровых платформ систем Business-to-Consumer.
39. Системное программное обеспечение реализации Интернет-продаж.
40. Характерные особенности функционирования моделей бизнеса B2B, C2C и P2P.
41. Особенности функционирования цифровых систем управления потоками, сопровождения заинтересованных лиц и конечных потребителей.
42. Этапы предпринимательского бизнес-планирования, ориентированного на создание системы потребительских ценностей.
43. Определение системных элементов инновационной бизнес-модели развития компании.
44. Характерные особенности функционирования бизнес-моделей современного менеджмента.
45. Стадии жизненного цикла отраслевой экономики и изменение выбора типологии бизнес-модели.
46. Оценка эффективности идей инновационных бизнес-моделей.
47. Современные механизмы взаимодействия компаний с рынком капитала.
48. Классификация инвестиционного обеспечения компаний, и определение их региональных особенностей.

49. Факторы формирования и развития инвестиционной среды в экономике региона.

50. Финансовые источники бизнес-структур для обновления основного капитала в различных отраслях экономики.

## *Пример экзаменационного билета*

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
(Финансовый университет)

Краснодарский филиал	Кафедра «Менеджмент и маркетинг»
Дисциплина «Бизнес-планирование в туризме»	Форма обучения очно-заочная
Курс 3	Семестр 2
Направление 38.03.02 «Менеджмент»	Профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства»

### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

	Задания экзаменационного билета	Баллы БРС
	Вопросы:	
1	Виды бизнес-моделей компаний	18
2	Международный бизнес как многоуровневая система	18
	Практическое задание:	
3	Цена продажи одного изделия 100 тыс. руб., переменные затраты на производство составляют 80 тыс. руб., условно постоянные затраты составили 140 млн. руб. Какое минимальное количество изделий необходимо продать, чтобы предприятие не имело убытков. Определите объем продаж, приносящий прибыль 15 млн. руб.	18
	Тестовые задания	
4	По какому признаку выделяют финансовое, производственное и коммерческое предпринимательство : 1) по субъекту 2) по юридическому статусу 3) <b>по объекту</b> 4) по составу учредительных документов	3
5	Бизнесом является: 1) любой вид деятельности, приносящий доход 2) <b>самостоятельная, инициативная, осуществляемая в условиях риска деятельность, направленная на получение прибыли</b> 3) сфера получения доходов менеджерами 4) государственная регистрация коммерческой организации	3
	<b>ИТОГО</b>	<b>60</b>

Подготовил:

Мазунина М.В.

На основе перечня теоретических вопросов и практико-ориентированных заданий, утвержденного на заседании кафедры (протокол № 1 от 28 августа 2021 г.).

Утверждаю:

Заведующий кафедрой

Константиныди Х.А.

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

### ***Примеры тестовых заданий***

1. К коммерческим организациям относится :
  - 1) ассоциация
  - 2) картель
  - 3) **акционерное общество**
  - 4) простое товарищество
  
2. Что не является юридическим лицом:
  - 1) казённое предприятие
  - 2) потребительский кооператив
  - 3) **простое товарищество**
  - 4) дочернее общество
  
3. Предприятие – это...
  - 1) любая организация
  - 2) **коммерческая организация**
  - 3) трудовой коллектив
  - 4) совокупность факторов производства
  
4. Под приватизацией предприятия понимается:
  - 1) передача предприятия в аренду
  - 2) **приобретение государственного предприятия в частную собственность**
  - 3) передача предприятия в доверительное управление
  - 4) конфискация
  
5. Способы создания бизнеса:
  - 1) поглощение
  - 2) **слияние двух и более предприятий**
  - 3) реструктуризация
  - 4) внешнее управление
  
6. Максимально низкая цена характерна для этапа жизненного цикла товара:
  - 1) выведения на рынок
  - 2) роста
  - 3) зрелости
  - 4) упадка
  
7. Объединение капиталов, ресурсов двух и более предприятий, и создание на этой основе нового бизнеса означает :
  - 1) поглощение
  - 2) **слияние**
  - 3) присоединение

4) создание ассоциации

8. Нижняя граница величины акционерного капитала организации установлена

- 1) местными органами власти
- 2) **законодательством**
- 3) налоговой службой
- 4) собранием акционеров

9. В какой организации выпуск акции размещаются через биржу:

- 1) НΠΑО
- 2) **ПАО**
- 3) муниципальное предприятие
- 4) производственный кооператив

10. Численность работников на малом предприятии:

- 1) до 15 человек
- 2) до 65 человек
- 3) **до 100 человек**
- 4) до 150 человек

11. Численность работников на среднем предприятии:

- 1) от 50 до 100 человек
- 2) от 75 до 150 человек
- 3) **от 100 до 250 человек**
- 4) от 250 до 350 человек

12. Численность работников на крупном предприятии :

- 1) свыше 100 человек
- 2) **свыше 250 человек**
- 3) свыше 500 человек
- 4) свыше 1000 человек

13. Что является учредительным документом при создании хозяйственного товарищества:

- 1) устав
- 2) **учредительный договор**
- 3) протокол собрания акционеров
- 4) заявление на государственную регистрацию

14. При равновесии на рынке наиболее эффективное распределение ресурсов обеспечивает:

- 1) олигополия
- 2) **совершенная конкуренция**
- 3) монополистическая конкуренция

4) чистая монополия

15. Практическая значимость деления затрат на постоянные и переменные состоит в следующем:

- 1) позволяет рассчитать маржинальную прибыль
- 2) дает возможность быстрее окупать затраты
- 3) **позволяет управлять затратами и максимизировать величину прибыли**
- 4) упрощает учет

16. Бизнесмен за своё дело несет ответственность:

- 1) **полную**
- 2) солидарную
- 3) субсидиарную
- 4) ограниченную

17. Коммандитное товарищество отличается от полного:

- 1) количество учредителей должно быть более 15
- 2) **наличием участников- вкладчиков**
- 3) наличием командистов и выпуском акций
- 4) другим порядком распределения прибыли

18. Как голосуют на собрание учредители :

- 1) **один участник- один голос**
- 2) один пай- один голос
- 3) один голос- одна акция
- 4) процент доли в уставном капитале равен проценту голосов

19. Минимальное число членов агропромышленного кооператива :

- 1) **5**
- 2) 10
- 3) 25
- 4) 100

20. Объем потребительского спроса на новый товар определяют :

- 1) цены на товары, денежные доходы, вкусы и предпочтения, сезон
- 2) издержки производства, налоги, инфляция
- 3) рентабельность производства, новизна товара, количество товара в продаже
- 4) **цена , новизна потребительских свойств товара**

21. В рыночной экономике формирование цены происходит:

- 1) в сфере производства
- 2) до начала производства
- 3) в сфере обращения



#### 4) в сфере потребления

22. Биржевая цена товара является разновидностью:

- 1) оптовой цены предприятия
- 2) оптовой цены промышленности
- 3) закупочной цены
- 4) **аукционной ценой**

23. Цена предложения – это...

- 1) **минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынке определенное количество товаров**
- 2) максимальная цена, по которой производители согласны предложить на рынке данное количество товара
- 3) минимальная цена, по которой товаропроизводитель продает на рынке свою продукцию
- 4) средневзвешенная цена реализации

24. Для чистой монополии характерен выпуск:

- 1) **уникального продукта**
- 2) однородной продукции
- 3) разнородных видов продукции
- 4) все ответы правильные

25. Акционерное общество

- 1) объединение граждан, владеющими акциями
- 2) **коммерческая организация**
- 3) общественная организация
- 4) трейдер, продающий ценные бумаги

26. Минимальный размер акционерного капитала для непубличного АО:

- 1) 50 МРОТ
- 2) **100 МРОТ**
- 3) 250 МРОТ
- 4) 350 МРОТ

27. Минимальный размер резервного капитала устанавливается в процентах от акционерного:

- 1) 10
- 2) **15**
- 3) 20
- 4) 25

28. Целевое значение резервного капитала предприятия:

- 1) **погашение задолженности по зарплате**

- 2) **покрытие убытков**
- 3) приобретение основных средств и оборотных активов
- 4) возврат кредитов и займов

29. Какие виды ценных бумаг выпускает ПАО при формировании акционерного капитала:

- 1) облигации
- 2) **акции**
- 3) векселя
- 4) фьючерсы

30. Планы развития бизнеса на период свыше 5 лет являются:

- 1) **стратегическими**
- 2) тактическими
- 3) оперативными
- 4) бизнес-планом

31. Планы с прогнозируемым периодом реализации 2-5 лет:

- 1) краткосрочными
- 2) **среднесрочными**
- 3) долгосрочными
- 4) оперативными

32. Планы на период до одного года относятся к:

- 1) **оперативными**
- 2) долгосрочными
- 3) среднесрочными
- 4) краткосрочными

33. Выручка от реализации продукции отражается

- 1) в балансе
- 2) **в отчёте о финансовых результатах**
- 3) в отчёте о движении капитала
- 4) в отчёте о движении денежных средств

34. Предпринимательская способность выражается в:

- 1) получении прибыли
- 2) **организации бизнеса**
- 3) логистических потоках
- 4) оптимальных закупках

35. Точка безубыточности – это...

- 1) цена, при которой предприятие начинает получать прибыль
- 2) объем производства, при котором производитель работает без убытков

- 3) уровень затрат, необходимый для производства продукции
- 4) все ответы верны

36. Товар, произведённый на корпорации, является новым, если...

- 1) **его так оценивает рынок**
- 2) производитель по-новому рекламирует товар
- 3) производитель использует современную технологию его изготовления
- 4) потребитель меняет свою модель экономического поведения

37. Разработка натуральных и стоимостных соотношений источников ресурсов и направлений их использования относится к :

- 1) **к балансовому методу планирования**
- 2) вариантному планированию
- 3) программно-целевому планированию
- 4) нормативно-ресурсному планированию

38. Разработка различных вариантов бизнес- решений осуществляется посредством:

- 1) балансового планирования
- 2) **вариантного планирования**
- 3) программно-целевого планирования
- 4) статистического планирования

39. Что является моделью будущей системой мероприятий, направленных на достижение поставленных целей и задач

- 1) планирование
- 2) **план организации**
- 3) прогнозирование
- 4) инвестиционный проект

40. Бизнесом является:

- 1) любой вид деятельности, приносящий доход
- 2) **самостоятельная, инициативная, осуществляемая в условиях риска деятельность, направленная на получение прибыли**
- 3) сфера получения доходов менеджерами
- 4) государственная регистрация коммерческой организации

41. Бизнес-план разрабатывается для:

- 1) определения способа решения проблемы
- 2) детального планирования производства продукции
- 3) определение производственной мощности развития предприятия
- 4) **выявление экономической эффективности бизнес-проекта**

42. В состав разделов бизнес-планов не входит

- 1) план маркетинга
- 2) организационный план
- 3) **технико-технологический план**
- 4) финансовый план

43. Целью предпринимательства является :

- 1) ориентация производства на рыночный спрос
- 2) **получение прибыли**
- 3) рост потребления ресурсов
- 4) создание рабочих мест и уплата налогов

44. Главная задача бизнеса состоит:

- 1) **в удовлетворении потребностей потребителей в материальных и духовных благах**
- 2) в повышении уровня жизни населения;
- 3) в контроле большей доли рынка
- 4) в гармонии интересов собственника и работников

45. Чему будет равна точка безубыточности, если в отчетном периоде бизнес и реализации продукции не осуществлялось?

- 1) точке безубыточности предыдущего периода
- 2) точке безубыточности периода производства и реализации продукции
- 3) **постоянным издержкам со знаком минус**
- 4) процентам по полученным кредитам

46. Менеджер бизнес-структуры может повышать цены, если...

- 1) имеет свободные производственные мощности
- 2) **не может выполнить все заказы**
- 3) стремиться увеличить объем заказов
- 4) считает спрос эластичным

47. В процессе предпринимательской деятельности, наряду с бизнесом, участвуют :

- 1) **потребители товаров и услуг, персонал, поставщики, муниципалитеты**
- 2) потребители, СРО, органы власти
- 3) поставщики, муниципалитеты и органы власти
- 4) общественные организации

48. Кто не является субъектом предпринимательской деятельности:

- 1) коммерческая организация
- 2) домохозяйства
- 3) банк
- 4) **простое товарищество**

49. Что не относится к признакам бизнеса:

- 1) самостоятельность и независимость
- 2) неизбежность риска
- 3) **лояльность к профсоюзам и властным структурам**
- 4) получение прибыли

50. Функцией предпринимательства является:

- 1) **мобилизация капитала и ресурсов**
- 2) планирование
- 3) координация
- 4) мотивация

51. Что не относится к признакам предпринимательской деятельности:

- 1) планирование
- 2) **пропорциональность**
- 3) мобилизация
- 4) экономическая заинтересованность

52. По какому признаку выделяют индивидуальное, коллективное и муниципальное предпринимательство:

- 1) **по субъекту**
- 2) по юридическому статусу
- 3) по объекту
- 4) по особенностям государственной регистрации

53. По какому признаку выделяют финансовое, производственное и коммерческое предпринимательство:

- 1) по субъекту
- 2) по юридическому статусу
- 3) **по объекту**
- 4) по составу учредительных документов

54. Что выигрывает от конкуренции потребитель?

- 1) покупатели и продавцы могут свободно выходить на рынок и покидать его
- 2) конкуренция ведет к понижению розничных цен
- 3) в результате раздела рынка устанавливаются фиксированные цены
- 4) **повышение качества обслуживания при снижении цен**

55. Производственная себестоимость продукции включает затраты:

- 1) на производство и реализацию продукции
- 2) на технологическую себестоимость за минусом постоянных затрат
- 3) подразделения предприятия на производство данного вида продукции

**4) подразделения предприятия на производство данного вида продукции и общехозяйственные расходы**

56. Олигополия – это рыночная структура, где оперируют:

- 1) большое количество конкурирующих фирм, производящих однородный продукт;
- 2) большое количество конкурирующих фирм, производящих дифференцированный продукт;
- 3) небольшое количество конкурирующих фирм;
- 4) **только одна крупная фирма;**
- 5) только один крупный покупатель.

57. Предельный доход не ниже рыночной цены у:

- 1) монополистических конкурентов;
- 2) монополистов;
- 3) участников картеля;
- 4) олигополистов, не участвующих в картеле;
- 5) совершенных конкурентов.

58. Вы исходите из предположения, что если ваша фирма снизит свою цену, конкуренты соответственно снизят свои цены, но если вы повысите ее, ни одна фирма не последует вашему примеру. Это означает, что ваша фирма:

- 1) сталкивается с жесточайшей конкуренцией;
- 2) имеет «ломаную» кривую спроса;
- 3) является ценовым лидером на олигополистическом рынке;
- 4) наиболее эффективная в отрасли;
- 5) одна из конкурентных фирм в отрасли.

59. Наиболее вероятно, что участник картеля мог бы увеличить свою прибыль:

- 1) продавая свои товары по более низкой цене, чем у других участников картеля;
- 2) устанавливая более высокую цену, чем у других участников картеля;
- 3) проводя активную неценовую конкуренцию;
- 4) ограничивая выпуск своей продукции ниже установленной квоты, чтобы повысить цену;
- 5) настаивая на том, чтобы картель постоянно повышал согласованную цену.

60. Фирмы-олигополисты могут создавать искусственные барьеры для вхождения новых фирм в отрасль:

- 1) производя только однородные продукты;
- 2) уменьшая дифференцируемость товара;
- 3) если не будут прибегать к неценовой конкуренции;
- 4) приобретая патент на изобретение;

61. Естественные барьеры для вхождения иных фирм в олигополистическую отрасль возникают вследствие:

- 1) возможности крупных фирм снижать АТС в долгосрочном периоде из-за положительного эффекта масштаба;
- 2) невозможности предсказать реакцию фирм-конкурентов;
- 3) производства фирмами-олигополистами дифференцированного продукта;
- 4) способностью олигополистов удерживать “жесткие” цены на определенном интервале выпуска продукции;

62. Вероятность возникновения картеля при олигополии выше:

- 1) в отрасли с небольшим количеством фирм;
- 2) в отрасли, переживающей экономический подъем;
- 3) в отрасли, где имеется лидирующая фирма;
- 4) **в отрасли, выпускающей однородный, а не дифференцируемый продукт;**

63. В 1992 году отрасль А функционировала в условиях совершенной конкуренции и находилась в долгосрочном равновесии. В 1993 году все фирмы отрасли образовали картель. В результате все его участники получили экономическую прибыль на \$ 10 млн. больше, чем в 1992 году.

Экономическая прибыль картеля в 1993 составляла:

- 1) 0;
- 2) **меньше \$ 10 млн;**
- 3) \$10 млн;
- 4) больше \$ 10 млн;
- 5) для ответа недостаточно информации.

64. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:

- 1) выпускаются дифференцированные товары;
- 2) на рынке оперируют множество покупателей и продавцов;
- 3) каждая фирма сталкивается с горизонтальной кривой спроса на свой продукт;
- 4) **выпускаются однородные товары;**
- 5) рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции ее конкурентов.

65. Сторонники точки зрения, состоящей в том, что монополистическая конкуренция достаточно эффективна и выгодна потребителям, утверждают, что:

- 1) дифференциация продукта способствует лучшей реализации разнообразных вкусов потребителей;

2) в условиях монополистической конкуренции фирма производит эффективный, с точки зрения рынка, объем продукции;

2) совершенная конкуренция ведет к ожесточенной ценовой войне между фирмами;

3) в условиях монополистической конкуренции фирма производит эффективное с точки зрения общества, использование ресурсов;

4) **все предыдущие утверждения верны.**

66. Какие из перечисленных характеристик кривой спроса присущи рынку монополистической конкуренции:

1) абсолютная эластичность;

2) высокая эластичность;

3) **низкая эластичность;**

4) абсолютная неэластичность;

67. Как повлияет на кривую спроса увеличение расходов фирмы на рекламу и на иные неценовые формы конкуренции:

а) кривая спроса сместится влево и станет менее эластичной;

б) кривая спроса не переместится, но станет более эластичной;

в) **кривая спроса сместится вправо и станет более эластичной;**

г) кривая спроса сместится вправо и станет менее эластичной;

д) кривая спроса сместится влево и станет более эластичной.

68. Когда фирма (на рынке монополистической конкуренции) находится в равновесии в долгосрочном периоде, то:

1)  $P = MC$  и  $P >$  минимума  $ATC$ ;

2)  $MR = MC$  и  $P <$  минимума  $ATC$ ;

3)  **$MR = MC$  и  $P =$  минимуму  $ATC$ ;**

4)  $MR = MC$  и  $P >$  минимума  $ATC$ ;

5)  $MR > MC$  и  $P >$  минимума  $ATC$ .

69. Какие из перечисленных свойств характерны для монополистической конкуренции:

1) вхождение новых фирм в отрасль более трудное, чем при совершенной конкуренции, но не в такой степени, как в условиях монополии;

2) в отрасли отсутствуют несколько десятков фирм, выпускающих однородный продукт;

3) **каждая фирма отрасли принимает решение без учета реакции своих конкурентов, если отсутствует неценовая конкуренция;**

4) в краткосрочном периоде фирма производит продукцию при минимальных средних общих издержках

70. Для монополистической конкуренции характерны следующие признаки:

1) производство дифференцированного продукта, наличие в отрасли крупных фирм, реагирующих на действия конкурентов;



2) **наличие в отрасли одной фирмы и значительные барьеры для вхождения новых фирм в отрасль;**

3) абсолютная эластичность кривой спроса вследствие производства дифференцированного продукта;

4) производство дифференцированного продукта и низкие барьеры для вхождения новых фирм в отрасль;

71. Может ли фирма при чистой конкуренции терпеть убытки в краткосрочном периоде?

1) может, но только в отсутствие неценовой конкуренции;

2) не может, т.к. «падающий» характер кривой спроса предполагает наличие монопольной прибыли в любом случае;

3) может, и это определяется величиной средних общих издержек;

4) **может, поскольку в краткосрочном периоде слабее проявляются конкурентные преимущества.**

72. Процесс управления риском подразумевает процесс принятия управленческих решений, направленных на:

1) **снижение отрицательных последствий и влияния случайных факторов;**

2) оптимизацию структуры производства;

3) снижению издержек производства и реализации продукции

4) повышения уровня компетенций менеджеров компании

73. К трудовым потерям относят:

1) **снижение производительности труда**

2) хищение на складах материальных ценностей

3) потери продукции при транспортировке

4) снижение выручки за счёт невозможности реализации продукции

74. Финансовыми потерями фирмы являются:

1) **неоплата покупателями поставленной продукции**

2) замена машинного оборудования

3) снижение стоимости продукции из-за не правильного хранения

4) простой рабочих в связи с несвоевременной поставкой строительных материалов

75. Инновационный риск бизнеса:

1) **риск несоответствия нового оборудования технологическим потребностям**

2) риск снижения валютного курса

3) риск правовых изменений

4) риск инфляционных ожиданий

### **Примеры практико-ориентированных заданий**

### Задача № 1.

*Сравните рентабельность продукции за три квартала на основе следующих данных:*

Показатели	Ед. измерения	Квартал года		
		I	II	III
Количество выпущенных изделий	шт.	1500	2000	1800
Цена одного изделия	руб.	60	60	60
Себестоимость одного изделия	руб.	50	52	48

### Задача № 2.

Инвестиционные вложения собственника на приобретение основных средств коммерческим предприятием составят 400 тыс. руб. Прибыль в расчете на год — 40 тыс. руб. Нормативный срок службы устанавливаемого оборудования — 5 лет. Амортизация определяется линейным методом. Ставка налога на прибыль — 20 %. Рассчитать срок окупаемости инвестиций бизнеса (расписать по годам).

### Задача № 3.

В отчетном году себестоимость товарной продукции (S) составила 450,2 тыс. руб., что определило затраты на 1 руб. товарной продукции – 0,89 руб. В плановом году затраты на 1 руб. товарной продукции установлены - 0,85 руб. Объем производства продукции будет увеличен на 8%. Определите себестоимость товарной продукции планового года.

### Задача № 4.

Определить годовую сумму амортизационных отчислений способом списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

Приобретен автомобиль грузоподъемностью более 2 тонн с предполагаемым пробегом 400 тыс. км стоимостью 80 тыс. руб. в отчетном периоде пробег составляет 5 тыс. км.

### Задача № 5.

Предприятие производит и реализует в течение отчетного периода 10 тыс. шт. изделий одного вида. Полная себестоимость (S) составляет 10 тыс. руб. Цена продажи за единицу составляла 1,45 руб. Исследования рынка показали, что если снизить цену на 0,15 руб. на 1 шт., то объем реализации увеличиться на 20%. Постоянные затраты (C) равны 8000 руб. Производственные мощности позволяют увеличить объем производства. Необходимо решить, стоит ли снижать цену. Рассчитать по системе директ-костинг.

ДИРЕКТ-КОСТ метод учета затрат, согласно которому в составе себестоимости необходимо учитывать только прямые расходы. Сущность Д-К заключается в том, что все издержки делятся на две группы: переменные (прямые) и постоянные (косвенные). В основу учета себестоимости кладутся только переменные (прямые) издержки. Косвенные расходы исключаются

из себестоимости, так как, по мнению сторонников этого метода, они вызваны не столько непосредственным процессом производства, сколько течением времени. Т.о., для Д-К самым характерным является строгое отделение в учете прямых издержек от косвенных. Они совершенно различны и в схемах корреспонденции никогда не должны смешиваться. Цель этого метода выявить степень зависимость между прямыми издержками и занятостью.

Задача № 6.

Определить годовую сумму амортизационных отчислений (способ уменьшаемого остатка).

Приобретен объект основных средств стоимостью 100 тыс. руб. со сроком полезного использования 5 лет. Коэффициент ускорения – 2.

Задача № 7.

Определить годовую сумму амортизационных отчислений (линейный способ).

Приобретен объект стоимостью 120 тыс. руб. со сроком полезного использования 5 лет.

Задача № 8.

Определить годовую сумму амортизационных отчислений (способ списания стоимости по сумме числа лет полезного использования).

Приобретен объект основных средств стоимостью 150 тыс. руб. Срок полезного использования 5 лет.

Задача № 9.

Бизнес-фирма, выпускающая мебель, заключило с лизинговой фирмой лизинговый договор о передаче предприятию на 6 лет в аренду несколько прессовочных станков для изготовления фанеры.

Определить арендную плату за лизинг, если стоимость оборудования 45000 у.е., норма амортизации 20 %, арендный процент – 1800 у.е.

Задача № 10.

По отчетным данным установлена экономия материалов за счет снижения норм на 8% и за счет снижения цен на 3%. Себестоимость ТП по отчету составила 120,6 тыс. руб., затраты на сырье и материалы – 80,8 тыс. руб.

Определите влияние указанных факторов на себестоимость продукции.

Задача №11 Определить оптовую цену 1 т молока для производства творога, оптовую цену 1 т творога, разницу между оптовой ценой молока для молочной промышленности и закупочной ценой. Известно: розничная цена 1 т творога равна 950 руб., расходы по производству и доставке готовой продукции – 100 руб., рентабельность производства составляет 12 % себестоимости творога, стоимость используемых отходов – 20 руб., торговая скидка –

8 % розничной цены, расход молока на 1 т творога – 6 т, закупочная цена 1 т молока – 360 руб.

Задача №12. Определить единую оптовую цену 1 т ржи (цену, по которой она продается с элеватора), единую оптовую цену 1 т ржаной муки для мукомольных предприятий, единую оптовую цену 1 т ржаной муки для сбытовых организаций, оптовую цену 1 т муки с НДС для хлебопекарных предприятий, оптовую цену 1 т печеного ржаного хлеба.

Известны: средняя расчетная цена 1 т ржи – 120 руб., расходы элеваторов по приобретению и хранению зерна – 10 руб., рентабельность элеваторов определена в размере 20 % расходов по хранению ржи, расходы мукомольных предприятий по помолу и реализации муки – 8 руб., рентабельность мукомольных предприятий – 10 % полной себестоимости 1 т муки, оптово-сбытовая скидка на муку установлена – в 7 руб., НДС – 10 % от оптовой цены муки, расходы хлебопекарной промышленности – 10 руб., рентабельность – 5 % полной себестоимости печеного хлеба.

Выход муки из зерна – 95 %, расход муки на 1 т хлеба – 0,6 т.

Задача №13. Определить фактическую производственную себестоимость пальто женского демисезонного по следующим данным:

- 1) на пошив пальто были израсходованы прикладные материалы (ткань карманная, бортовая) – 3100 руб.;
- 2) израсходована швейная фурнитура (пуговицы, кнопки, крючки, нитки) – 1900 руб.;
- 3) транспортно-заготовительные расходы по израсходованным материалам – 130 руб.;
- 4) основная зарплата производственного персонала, занятого изготовлением – 17200 руб.;
- 5) дополнительная зарплата – 4800 руб.;
- 6) отчисления на социальное страхование – 8140 руб.;
- 7) общепроизводственные расходы – 3400 руб.;
- 8) общехозяйственные расходы – 5200 руб.

Задача 14. Постоянные расходы компании составляют 120 млн. руб. Цена реализации единицы продукции равна 1000 руб., переменные расходы на единицу продукции составляют 650 руб. Определить критический объем реализации указанной продукции в натуральных единицах. Определить, как изменится значение точки безубыточности, если

- постоянные расходы увеличатся на 15%;
- отпускная цена возрастет на 100 руб.;
- переменные расходы возрастут на 10%
- переменные расходы снизятся на 30 руб. / ед.

Задача 15. Клиент предложил бизнес-фирме оплатить выполненную работу одним из следующих способов: а) 50.000 руб. единовременно и б)

каждый год по 650 руб. в течение 10 лет. Какой способ наиболее выгоден, если ставка дисконтирования равна 10%.

### Примеры оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Таблица 7 - Типовые оценочные средства для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной «Бизнес-планирование в туризме» направления по направлению 38.03.02«Менеджмент» профиль «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Типовые задания
ПКН-7	способность выявлять и реализовывать рыночные возможности, а также владеть навыками бизнес-планирования	1. Анализирует источники и выявляет предпринимательские возможности в условиях изменения внешней среды.	<p><b>Задание 1</b></p> <p>В гостиничной компании разрабатывает проект. Операционного годового плана. На какие разделы бизнес-плана должен ссылаться данный документ?</p> <p><b>Задание 2</b></p> <p>Проведите анализ внешней среды выбранной вами организации</p>
		2. Владеет навыками реализации бизнес-идеи и формирования бизнес-моделей.	<p><b>Задание 1</b></p> <p>Кто в гостиничной компании разрабатывает оценки экономических рисков в России и их влияния на стратегию развития компании?</p> <p><b>Задание 2</b></p> <p>Вам необходимо оценить результаты деятельности гостиничной компании за предыдущие 3 года. Какие показатели эффективности экономической деятельности вы будете использовать в данном анализе?.</p>
		3. Владеет методиками анализа и расчета экономических и финансовых показателей и формирования бизнес-плана.	<p><b>Задание 1</b></p> <p>Какой уровень менеджмента вовлечен в процесс разработки плана инвестиционной деятельности гостиничной сети?</p> <p><b>Задание 2</b></p> <p>Проанализируйте бизнес-модель любой известной вам компании.</p>
ПКП-2	способность планировать, разрабатывать и реализовывать программы и проекты	1. Применяет знание технологий продвижения и стимулирования продаж туристского про-	<p><b>Задание 1</b></p> <p>Вас назначили ответственным за подготовку плана продаж открываемой гостиницы в международной гостиничной компании. Данные какого раздела инвестиционного бизнес-плана Вы будете использовать?</p>

	по продвижению туристского продукта, организовывать работу со средствами массовой информации, владеть технологиями нерекламных методов продвижения туристского продукта	дукта.	<b>Задание 2</b> Что такое корпоративная культура в международной туристской организации и каково ее влияние на развитие бизнеса в стратегическом плане?
		2. Обосновывает выбор рекламных и нерекламных методов при продвижении туристского продукта.	<b>Задание 1</b> Проанализируйте возможность вовлечения организации в проведение опроса по гостиничной безопасности, связанной с терроризмом, незаконным переводом денежных средств за рубеж, действий по незаконной оптимизации налогов. Как этот опрос может повлиять на изменения показателей бизнес-плана организации?  <b>Задание 2</b> Какие элементы внешней и внутренней среды туристской компании влияют на уровень ее экономической стабильности? Законы, постановления, руководящие документы отрасли – их влияние на стратегию развития компании и внутреннюю оргструктуру? Как будут изменяться показатели экономической стратегии компании в зависимости от этих влияний

Процедуры оценивания знаний и умений регулируются соответствующими приказами, распоряжениями ректората Финуниверситета о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

## **8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### *Нормативные акты*

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 1) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (с изм. от 03.08.2018 г.). – URL:<http://www.consultant.ru>.
- 2 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть 2) от 26.01.1996г. № 14-ФЗ (с изм. 29.07.2018 г.). – URL:<http://www.consultant.ru>.
- 3 Налоговый кодекс Российской Федерации (часть 1) от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 29.05.2018 г.). – URL:<http://www.consultant.ru>.
- 4 Налоговый кодекс Российской Федерации (часть 2) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.05.2018 г.). – URL:<http://www.consultant.ru>.
- 5 Указ Президента Российской Федерации от 28.02.1995 № 221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» (ред. от 30.04.2016 г.). – URL:<http://www.consultant.ru>.
- 6 Федеральный закон Российской Федерации от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». (ред. от 25.12.2017 г.). – URL:<http://www.consultant.ru>.
- 7 Методические рекомендации по формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги, утвержденных Министерством экономики РФ (06.12.1995 № СИ-484/7-982). – URL:<http://www.consultant.ru>.
- 8 Методические рекомендации по разработке ценовой политики предприятия. Утв. Приказом Минэкономки РФ от 01.10.1997 № 118. – URL:<http://www.consultant.ru>.

### *Основная литература*

1. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.В. Виноградова, З.И. Панина, А.А. Ла-

рионова и др. – 4-е изд., испр. – М.: Дашков и К, 2018. – 280 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/430340>.

2. Проектирование гостиничной деятельности: учебное пособие [Электронный ресурс] / под ред. Л.А. Ульянченко. – М.: КноРус, 2019. – 223 с. – <https://book.ru/book/931235>.

3. Морозов М.А. Экономика организации туризма: учебник для академического бакалавриата [Электронный ресурс] / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Юрайт, 2019. – 300 с. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/441186>.

#### *Дополнительная литература*

4. Бизнес-планирование: учебное пособие / Под ред. проф. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. – М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2017. – 296 с.

5. Голов Р.С. Бизнес-энциклопедия / Р.С. Голов, В.Ю. Теплышев, А.Н. Пророков и др.; под ред. проф. Р.С. Голова. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2018. – 776 с.

6. Системы управления эффективностью бизнеса: учебное пособие / Н.М. Абдикеев; Под науч. ред. Н.М. Абдикеева, О.В. Китовой. - М.: ИНФРА-М, 2018. – 282 с.

#### *Периодические издания*

1. Статистический ежегодник: «Россия в цифрах»
2. Эффективное антикризисное управление
3. Бизнес-информатика
4. Российский журнал менеджмента
5. Финансовый менеджмент
6. Harvard Business Review
7. «Эксперт».



## **9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

### *Интернет-ресурсы*

1. Федеральная антимонопольная служба России. – URL: <http://www.fas.gov.ru>.
2. Корпоративный менеджмент Федеральная антимонопольная служба России. – URL: [http:// www.cfin.ru](http://www.cfin.ru).
3. Финансовый менеджмент Федеральная антимонопольная служба России. – URL: <http://www.finman.ru>.
4. Теория и практика финансового и управленческого учета. – URL: <http://www.gaap.ru>.
5. Госкомстат РФ. – URL: <http://www.gks.ru>.
6. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера). – URL: <http://www.rbc.ru>.
7. Официальный сайт Правительства Российской Федерации. – URL: [http:// www.government.ru](http://www.government.ru)
8. Официальный сайт министерства экономического развития Российской Федерации. – URL: <http://www.economy.gov.ru>.
9. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. – URL: <http://www.minfin.ru>.
10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. – URL: <http://www.gks.ru>.

## **10 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

### **Методические рекомендации по выполнению контрольной работы**

#### *Учебно-методические задачи и цель выполнения контрольной работы*

Контрольная работа является частью учебного процесса по курсу, способствует развитию, закреплению и углублению теоретических знаний студентов, приобретению навыков самостоятельной научно- исследовательской работы.

Контрольная работа выполняется студентом самостоятельно и, будучи зачтена, является допуском к экзамену.

Контрольная работа носит теоретико-практический характер и дает дополнительный опыт самостоятельной работы над выбранной темой, заключающийся в подборе необходимой литературы, письменном изложении материала на основе систематизации, обобщении, критическом анализе изученного материала и умении решения практических задач.

Контрольная работа должна включать следующие структурные элементы:

- введение;
- два теоретических вопроса;
- решение задачи;
- заключение;
- список использованных источников.

Список информационных источников должен содержать не менее 10-12 наименований.

В методических указаниях по дисциплине «Бизнес-планирование в туризме» представлены 10 вариантов контрольных работ. Номер варианта контрольной работы устанавливается в соответствии с последней цифрой номера зачетной книжки.

Выполненная и оформленная в соответствии с требованиями кафедры «Менеджмент и маркетинг» контрольная работа прикрепляется в информационно-образовательном портале для проверки преподавателем.

### **Требования к оформлению контрольной работы**

Текст контрольной работы выполняется с использованием компьютера и распечатывается на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Цвет шрифта должен быть черным, шрифт – TimesNewRoman, размер 14, межстрочный интервал - 1,5. Полужирный шрифт для выделения названий структурных элементов работы, отдельных слов не используется. Не разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на отдельных терминах, положениях, формулах путем использования шрифтов разной гарнитуры.

Номера страниц проставляют в середине нижнего поля листа, соблюдая сквозную нумерацию. Точка в номере страницы не ставится. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц, но номер страницы не проставляется. Нумерация начинается со второй страницы — «Содержание».

Каждое задание и другие структурные элементы работы — содержание, список использованных источников — начинаются с новой страницы.

*Формулы* в контрольной работе выделяют из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы должна быть оставлена одна свободная строка. Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Формулы нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией по всей работе, при этом номер формулы указывается в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Формулы должны быть написаны с помощью редактора формул:  $\sqrt{a}$ .

*Таблицы* располагаются непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, нумеруются арабскими

цифрами сквозной нумерацией по всей работе. Заголовок таблицы располагается по ширине страницы. Слово «Таблица», ее порядковый номер и название через тире помещают над таблицей слева без абзацного отступа. Точка в конце заголовка не ставится. После таблицы до следующего основного текста работы пропускают одну строку полуторного интервала.

В заключительной части контрольной работы необходимо привести список использованных источников, содержащий не менее 10-12 учебников, монографий и статей периодической печати.

*Список использованных источников* должен содержать сведения об источниках, которые использовались при написании контрольной работы и приводятся в следующем порядке:

- федеральные конституционные законы и федеральные законы (в хронологической очередности - от последнего года принятия к предыдущему);
- нормативные правовые акты Президента Российской Федерации (в той же последовательности);
- нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации (в той же очередности);
- прочие федеральные нормативные правовые акты;
- нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации;
- муниципальные правовые акты;
- монографии, учебники, учебные пособия (в алфавитном порядке);
- авторефераты диссертаций (в алфавитном порядке);
- научные статьи (в алфавитном порядке);
- источники на иностранном языке;
- Интернет-источники.

Источники нумеруются арабскими цифрами без точки и печатаются с абзацного отступа.

Объем контрольной работы не должен превышать 12 страниц формата А4 (шрифт 14, полуторный интервал). Образец оформления титульного листа приведен далее.

## **Варианты контрольных работ**

### **Вариант 1**

1. Внутрикорпоративное планирование. Методы построения бизнес-плана.
2. Формы и методы государственного регулирования малого предпринимательства

#### **Задача**

Задача №11 Определить оптовую цену 1 т молока для производства творога, оптовую цену 1 творога , разницу между оптовой ценой молока для молочной промышленности и закупочной ценой. Известно: розничная цена 1 т творога равна 950 руб., расходы по производству и доставке готовой продукции – 100 руб., рентабельность производства составляет 12 % себестоимости творога, стоимость используемых отходов – 20 руб., торговая скидка – 8 % розничной цены, расход молока на 1 т творога – 6 т, закупочная цена 1 т молока – 360 руб.

### **Вариант 2**

1. Управление предпринимательскими рисками
2. Международные аспекты ведения бизнеса.

#### **Задача**

Стоимость бизнеса составляет 100 млн.руб. Ежегодно бизнес приносит 10 млн.руб. Определите срок его окупаемости при ставке дисконтирования 8%

### **Вариант 3**

1.Современные стратегии развития инновационного бизнеса.

2. Особенности применения бизнес- стратегий в условиях чистой конкуренции.

Задача

Клиент предложил бизнес- фирме оплатить выполненную работу одним из следующих способов: а) 1.000.000 руб. единовременно и б) каждый год по 55.000 руб. в течение 10 лет. Какой способ наиболее выгоден, если ставка дисконтирования равна 9%.

#### **Вариант 4**

1. Виды рынков и их классификация

2.Особенности применения франчайзинга, лизинга и концессиальных соглашений

Задача

В отчетном году себестоимость товарной продукции (S) составила 450,2 тыс. руб., что определило затраты на 1 руб. товарной продукции – 0,87 руб. В плановом году затраты на 1 руб. товарной продукции установлены - 0,84 руб. Объем производства продукции будет увеличен на 10%. Определите себестоимость товарной продукции будущего бизнеса

#### **Вариант 5**

1. Прибыль как целевой показатель деятельности бизнеса. Показатели рентабельности, определяющие эффективность бизнес-процессов.

2. Особенности составления бизнес-плана компании.

Задача

Цена продажи одного изделия 1000 руб., переменные затраты на производство составляют 800 руб., условно постоянные затраты составили 2040 тыс. руб. Какое минимальное количество изделий необходимо продать, чтобы предприятие не имело убытков

## Вариант 6

1. Оценка конкурентной среды ведения бизнеса

2. Определение инвестиционной привлекательности ведения бизнеса.

Задача

Оценить ожидаемый коэффициент «Цена/Прибыль» для фирмы «Карпаты» на момент до широкой публикации ее финансовых результатов за отчетный 2020 год, если известно, что:

Прибыль за 2020 год, руб.	-27 000 000
Прибыль прогнозируемая на 2020 год, руб.	-29 000 000
Ставка дисконта для компании «Х», рассчитанная по модели оценки капитальных активов	-25%

## Вариант 7

1. Роль бизнеса в развитии общества

2. Бизнес с участием иностранного капитала

Задача

Постоянные расходы компании составляют 150 млн. руб. Цена реализации единицы продукции равна 1200 руб., переменные расходы на единицу продукции составляют 850 руб. Определить критический объем реализации указанной продукции в натуральных единицах. Определить, как изменится значение точки безубыточности, если

- постоянные расходы увеличатся на 15%;
- отпускная цена возрастет на 100 руб.;
- переменные расходы возрастут на 10%
- переменные расходы снизятся на 30 руб. / ед.

## Вариант 8

1. Предпринимательская этика и её роль в развитии экономического доверия в бизнесе

2. Тактические инструменты реализации бизнес-моделей ведения бизнеса

Задача

Определить годовую сумму амортизационных отчислений способом списания стоимости пропорционально объему продукции (работ). Фирма приобрела автомобиль грузоподъемностью более 1,5 тонн с предполагаемым пробегом 500 тыс. км стоимостью 80 тыс. руб. в отчетном периоде пробег составляет 10 тыс. км.

### **Вариант 9**

1. Новые возможности привлечения капитала и расширения бизнеса.
2. Коммерческий характер реализации бизнес- проектов.

#### **Задача**

Цена продажи одного изделия 10 тыс. руб., переменные затраты на производство составляют 7,5 тыс. руб., условно постоянные затраты составили 120 млн. руб. Какое минимальное количество изделий необходимо продать, чтобы предприятие не имело убытков. Определите объем продаж, приносящий бизнесу прибыль 12 млн. руб.

### **Вариант 10**

1. Особенности формирования и ведения финансового предпринимательства.
2. Экономические параметры результативности бизнеса

#### **Задача**

Инвестиционные вложения на приобретение основных средств коммерческим предприятием составят 600 тыс. руб. Прибыль в расчете на год — 50 тыс. руб. Нормативный срок службы устанавливаемого оборудования — 5 лет. Амортизация определяется линейным методом. Ставка налога на прибыль — 20%. Рассчитать срок окупаемости вложений собственника бизнеса (расписать по годам).



*Пример оформления титульного листа контрольной работы*

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)**

**Краснодарский филиал Финуниверситета**

Кафедра « Менеджмент и Маркетинг»

**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА**

**по дисциплине «Бизнес-планирование в туризме»**

Направление \_\_\_\_ 38.03.02 «Менеджмент» \_\_\_\_\_

Профиль Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства

Вариант \_\_\_\_

Студент

\_\_\_\_\_  
(И.О.Ф.)

курс

Преподаватель

\_\_\_\_\_  
(уч.степень., долж-  
ность И.О.Ф.)

Краснодар 201\_

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем**

### **11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения**

1. Microsoft Windows 7 Professional
2. Microsoft Office 2010 Pro
3. Антивирус ESET Endpoint Security
4. ProjectExpert 7

### **11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1 Справочная правовая система «Консультант Плюс». URL: <http://www.consultant.ru>.

2 Информационно-правовой портал «Гарант.ру». URL: <http://www.garant.ru>.

### **11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены**

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде Краснодарского филиала Финансового университета.

Электронная информационно-образовательная среда Финансового университета обеспечивает:

– доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин, практик, к указаниям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах. По дисциплине «Биз-

нес-планирование в туризме» представлены следующие виды информационных ресурсов:

- аннотации дисциплины;
- видеолекции;
- мультимедийные презентации по всем темам курса;
- методический материал:
- рабочие программы дисциплины;
- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации;
- проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых осуществляется с применением электронного обучения.

## **12 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база Краснодарского филиала Финансового университета соответствует действующим противопожарным правилам и нормам, обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде Финансового университета.