

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ

ИНСТИТУТ

КАФЕДРА СЕРВИСА, СТРОИТЕЛЬСТВА И ДИЗАЙНА

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ
И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Рабочая программа учебной дисциплины

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
100103.65 Социально-культурный сервис и туризм

Рабочая программа учебной дисциплины «Бизнес-планирование в туризме и индустрии гостеприимства» разработана в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (ГОС ВПО) по специальности 100103.65 Социально-культурный сервис и туризм.

Рабочая программа разработана на основании рабочей программы, составленной преподавателем кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, утвержденной на заседании кафедры Г.А. Гомилевская, канд. экон. наук, заведующий кафедрой туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

Составитель: Ким Т.М., ст. преподаватель кафедры сервиса, строительства и дизайна

Утверждена на заседании кафедры сервиса, строительства и дизайна от «13» мая 2010 г., протокол № 18.

Новая редакция утверждена протоколом заседания кафедры от 15.05.2014 г. № 18.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время актуальность приобретает процесс планирования хозяйственной деятельности предприятий в условиях рыночного развития экономики России. К числу наиболее актуальных проблем относятся обоснование стратегического и текущего развития предприятия, высокая эффективность внедрения инноваций на предприятии, факторы неопределенности внешней среды, активное развитие предпринимательских структур.

Причины введения дисциплины «Бизнес-планирование в туризме и индустрии гостеприимства» заключаются в необходимости решения внешних и внутренних задач комплексного управления предприятием с учетом перспективы. Необходимость введения дисциплины «Бизнес-планирование в туризме и индустрии гостеприимства» в отражении, с одной стороны, объективной оценки предпринимательской деятельности предприятия, а с другой – в необходимости использования инструментов проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка и сложившейся ситуацией.

Особое место данной дисциплины в профессиональной подготовке обусловлено необходимостью поисковой, научно-исследовательской и проектной работы в структуре учебного плана специальности «Социально-культурный сервис и туризм. Изучение данной дисциплины тесно связано с такими дисциплинами, как «Организация предпринимательской деятельности в туризме и индустрии гостеприимства», «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме», «Технология и организация операторских и агентских услуг», «Туристский и гостинично-ресторанный маркетинг». Дисциплина тесно связана и опирается на такие ранее изученные дисциплины, как «Основы туризма», «Документированное обеспечение управления социально-культурным сервисом и туризмом», «Методы научных исследований». Для изучения дисциплины необходимы знания в области управления, экономики, маркетинга, технологий туристского и гостиничного обслуживания. Знания и навыки, получаемые студентами в результате изучения дисциплины, необходимы для практического применения при организации профессиональной деятельности, осуществления процессов планирования на предприятии.

Особенность изучаемой дисциплины состоит в специфике процесса бизнес-планирования и структуры бизнес-плана для предприятий туризма и индустрии гостеприимства при общей стандартизации и использовании основополагающих принципов и методов бизнес-планирования. Специфика данной учебной дисциплины обусловлена характером представления продукции и услуг предприятия туризма, обоснования рыночных механизмов управления предприятием, использования внутриотраслевых стандартов и нормативов, технологических особенностей производственных процессов и др. Отличительными чертами данной дисциплины являются методологический и практический характер лекционных и семинарских занятий. Лабораторные занятия по дисциплине связаны с использованием программного продукта «Project Expert». Дисциплина ориентирована на применение широкого комплекса теоретического и практического материала.

1 ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

1.1 Цель и задачи учебной дисциплины

Целью настоящей дисциплины является формирование у будущих специалистов в области социально-культурного сервиса и туризма теоретических основ и практических навыков, связанных с перспективным

текущим планированием социально-экономических, организационных; финансовых процессов на предприятии туризма и индустрии гостеприимства.

В ходе ее достижения решаются следующие задачи:

формирование систематизированного представления об основах бизнес-планирования, маркетингового, производственного, организационного и финансового планирования;

изучение особенностей бизнес-планирования предприятий туризма и индустрии гостеприимства;

овладение практическими навыками разработки бизнес-плана предприятия туризма и индустрии гостеприимства.

1.2 Перечень компетенций, приобретаемых в процессе изучения дисциплины

В процессе изучения дисциплины формируются следующие профессиональные компетенции: умение использовать экономические методы планирования в деятельности предприятий; умение обрабатывать маркетинговую, производственную и финансовую информацию; умение разрабатывать бизнес-план предприятия; способностью к экономической оценке эффективности проекта и анализу рисков.

1.3 Основные виды занятий особенности их проведения

Изучение дисциплины «Бизнес-планирование в туризме и индустрии гостеприимства» предусматривает 161 час общего объема, в т.ч. 51 час аудиторных, из них 34 часа отводится на лекционный курс, 17 часов на практические занятия и 161 часов на самостоятельную работу студентов.

В ходе изучения дисциплины студент должен прослушать лекции, содержащие сведения об основных положениях бизнес-планирования, методике разработки бизнес-плана туристского предприятия, анализе структуры и расчете емкости рынка, маркетинговых исследованиях при разработке бизнес-плана, принципах и методах разработки туристских товаров и услуг, ценовой политике на туристском предприятии и использовании различных методик ценообразования, системе распределения и сбыта продукции и услуг, использовании маркетинговых коммуникаций, производственном и организационном планировании туристского предприятия, методах финансового планирования и оценки экономической эффективности проекта, программных продуктах, используемых в бизнес-планировании.

Практические занятия направлены на закрепление теоретических знаний и выработку практических умений и навыков в области разработки бизнес-плана.

Студенты в период изучения дисциплины занимаются самостоятельной работой, результатом которой является представление подготовленного бизнес-плана, содержащего проект создания или развития предприятия туризма и индустрии гостеприимства в регионе.

Разработка бизнес-плана является одной из форм самостоятельной работы студентов в процессе их профессиональной подготовки. Она предполагает приобретение и закрепление студентами навыков самостоятельного экономического исследования, опыта работы с профессиональной литературой, периодическими изданиями и другими источниками информации, сбора и обработки фактического материала, его анализа, умения делать выводы применительно к конкретно разрабатываемой проблеме.

Студенты заочной формы обучения в межсессионный период выполняют контрольную работу.

1.4 Виды контроля и отчетности по дисциплине

Знания студентов, уровень сформированности компетенций оцениваются на каждом практическом занятии. Баллы за текущую и промежуточную аттестации суммируются. Проведение промежуточной аттестации – экзамена проходит в форме электронного тестирования.

Обязательным условием допуска студента к экзамену является защита готового подготовленного студентом самостоятельно проекта бизнес-плана.

1.5 Техническое и программное обеспечение дисциплины

Лекционные занятия проводятся в аудитории, оснащенной видео-аппаратурой. Практические занятия проводятся в учебной лаборатории туризма и гостеприимства с использованием видео- и аудиоаппаратуры, учебных наглядных пособий. Самостоятельная работа включает в себя работу в библиотеке и медиаклассе, проведение экономических научных исследований.

2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Перечень тем лекционных занятий

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

Предмет и содержание бизнес-планирования, его роль в рыночной экономике. Социально-экономическая сущность бизнес-плана. Основные принципы бизнес-планирования. Цели и задачи бизнес-планирования. Особенности бизнес-плана в российской экономике. Основные функции бизнес-планирования: для разработки общей концепции, генеральной стратегии развития предприятия, функция планирования, привлечение денежных средств, привлечение потенциальных партнеров. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам.

Подготовка к разработке и составлению бизнес-плана. Структура проекта. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги). Бизнес-идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка). Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план).

Основные разделы бизнес-плана, инвестиционного проекта туристского предприятия.

Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия

Общая характеристика предприятия: история развития предприятия, Организационно-правовая форма, организационная структура, сфера деятельности, основные продукты и услуги. Кредитная история.

Экономический анализ деятельности предприятия. Анализ технико-экономических показателей: выручка, прибыль, рентабельность, показатели использования основных фондов и оборотных средств, численность персонала, фонд оплаты труда, производительность труда. Анализ финансовой деятельности: анализ структуры баланса, анализ ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности, деловой активности.

Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы.

Тема 3. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг

Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Общая структура спроса. Прогноз основных показателей рынка. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка. Общие и специфические факторы рынка.

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

Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг.

Тема 4. Исследование конкурентной среды

Понятие конкурентной среды туристского предприятия. Виды конкуренции и характеристика типов туристских рынков. Виды предпринимательского поведения в туризме. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании. Анализ факторов конкурентной среды туристского предприятия. Определение доли рынка предприятия.

Характеристика основных конкурентов. Анализ продукции и услуг конкурентов. Анализ ценовой политики, программ продвижения. Оценка конкурентоспособности предприятия при его проектировании или развитии.

Тема 6. Разработка туристских товаров и услуг

Классификация туристских товаров и услуг. Общая характеристика турпродукта. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы. Формирование товарной политики на туристском предприятии. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия. Порядок разработки и выбора турпродукта. Инновационная деятельность.

Представление характеристики продукции и услуг в бизнес-плане. Сравнительных анализ по основным показателям с товарами-аналогами. Характеристика функциональных и потребительских свойств основных и дополнительных товаров и услуг.

Тема 7. Ценовая политика в системе бизнес-планирования

Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме и индустрии гостеприимства.

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

Сущность сбытовой деятельности предприятий туризма и индустрии гостеприимства. Каналы распространения туристских товаров и услуг, уровни каналов. Формы и методы реализации турпродукта. Способы и методы реализации (сбыта) турпродукта: директ-маркетинг, теле-маркетинг, косвенный сбыт, селективный сбыт, исключительный сбыт.

Формирование программы сбыта. Годовая программа сбыта, учет сезонности при формировании сбыта. Разработка программы сбыта в натуральном и стоимостном виде.

Виды продвижения в туризме: реклама, личная продажа, публичное рилейшнз, стимулирование сбыта. Особенности разработки плана продвижения для предприятий туризма и индустрии гостеприимства. Определение цели продвижения, характеристика целевой аудитории, анализ и выбор каналов продвижения, разработка медиаплана, разработка итогового плана продвижения с учетом шага проекта.

Тема 9. Производственный и организационный планы предприятия

Характеристика технологии производства продукции и услуг. Обоснование строительных решений при возведении объектов по плану. Методы обоснования затрат строительно-ремонтных работ. Оценка потребности в технологическом и торговом оборудовании. Выбор поставщиков оборудования. Оценка и представление затрат на оборудование.

Расчет потребности в сырье, материалах, комплектующих, производственных затратах. Расчет запасов на сырье и материалы.

Организационная схема управления предприятием. План персонала: производственный и АУП (штатное расписание, условия оплаты, квалификационный уровень). Система подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала. Расчет потребности в затратах на оплату труда персонала.

Организационный план управления проектом. Календарный график мероприятий по проекту. Инвестиционный план: потребность в финансировании, источники финансирования, условия и сроки финансирования, условия возврата инвестиций. Диаграмма GANT.

Тема 10. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками

План прибылей и убытков. Выручка от реализации туруслуг. Производственные затраты. Валовая маржа. Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая прибыль. Налоговое окружение, налоговые платежи и платежи во внебюджетные фонды. Формирование чистой прибыли предприятия, денежных потоков, баланс.

План движения денежных средств. Остаток средств на начало планового периода. Поступления от реализации, прочие поступления. Отчисления. Формирование остатка денежных средств на конец планового периода. Баланс.

Критерии оценки инвестиционного проекта. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR).

Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д.

2.2. Перечень тем практических занятий

Тема 1. Технология разработки бизнес-плана

Разработка бизнес-идеи проекта. Проведение «мозгового штурма» с целью выбора направлений, приоритетных для отрасли туризма и индустрии гостеприимства. Определение факторов влияния на проект методом ПЭСТ-анализа. Выбор проектов бизнес-планов.

Тема 2. Анализ внешней среды предприятия

1 вариант: Анализ потребительского рынка. Разработка анкеты для проведения опроса потребителей услуг туризма и индустрии гостеприимства. План проведения систематизации данных опроса. Другие методы анализа потребителей при разработке бизнес-плана.

2 вариант: Анализ конкурентной среды. Факторы оценки конкурентоспособности. Принципы и методы представления информации о конкурентах.

Тема 3. Позиционирование продукции и услуг при разработке бизнес-плана

Анализ продукции и услуг на целевом рынке. Выявление конкурентных преимуществ продукции по проекту. Сравнение с товарами-аналогами. Форма представления раздела в бизнес-плане. Методы систематизации информации.

Тема 4. Ценообразование при разработке бизнес-плана

Использование метода потребительской оценки на основании закона эластичности спроса по цене. Методика расчета коэффициента ценовой конкуренции. Использование затратного метода при разработке цены: формирование затрат, структура затрат, использование маржинального анализа при определении цены. Выбор базовых цен и системы их дифференциации.

Тема 5. План сбыта и продвижения

1 вариант: Формы и методы сбыта, разработка системы сбыта. Оценка уровня загрузки объекта. Расчет объема сбыта в натуральном и стоимостном выражении. Анализ сезонности продаж, определение коэффициента сезонности. Календарный план сбыта с учетом шага проекта.

2 вариант: разработка плана продвижения. Виды и формы продвижения, методика разработки плана продвижения. Выбор медиа-каналов. Оценка бюджета продвижения.

Тема 6. Производственный и организационный план

Виды и формы производственной деятельности в туризме и индустрии гостеприимства. Производственная структура предприятия в зависимости от вида деятельности. Технологические особенности производственного планирования в системе бизнес-планирования. Формирование плана производства. Структура производственных затрат.

Организационный план. Организационная структура управления предприятием и проектом. План персонала. Разработка штатного расписания при разработке бизнес-плана.

Тема 7. Оценка эффективности проекта

Расчет плана прибылей и убытков, плана движения денежных средств. Оценка показателей эффективности проекта. Использование метода дисконтирования при анализе рисков и чувствительности проекта. Решение практической задачи.

Тема 8. Презентация и обсуждение бизнес-планов студентов.

3 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении дисциплины необходимо, чтобы освоение студентами теории дополнялось приобретением личностных и профессиональных компетенций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Для студентов в качестве выходного проекта предусмотрено написание бизнес-плана предприятия туризма и гостиничного хозяйства. Работа над проектом начинается с выбора бизнес-идеи. После выбора проекта студент приступает к изучению информационного материала. Весь собранный материал обобщается и анализируется.

Перечень и тематика самостоятельных работ для студентов заочной формы обучения

Вариант 1

Особенности разработки бизнес-плана на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства.

Методика SWOT и SNW-анализа при стратегическом анализе внутренней среды предприятия.

Вариант 2

Цели и задачи бизнес-планирования, функции бизнес-плана.

Характеристика продукции и услуг предприятий туризма и гостиничного хозяйства при представлении в бизнес-плане

Вариант 3

Требования к бизнес-плану со стороны международных и отечественных организаций. Информационная среда при разработке бизнес-плана.

Вариант 4

Анализ макросреды предприятия при разработке бизнес-плана.

Планирование сбытовой политики туристского предприятия в системе бизнес-планирования.

Вариант 5

Нормативно-правовое обеспечение туристской деятельности и его представление в бизнес-плане.

Оценка конкурентоспособности предприятия при анализе конкурентной среды туристского предприятия.

Вариант 6

Методика разработки стратегии и методов ценообразования в бизнес-планировании.

Разработка бюджета продвижения продукции и услуг предприятия в бизнес-плане.

Вариант 7

Сегментация потребительского рынка и его представление в бизнес-плане.

Планирование организационного плана реализации проекта и управления предприятием в бизнес-плане.

Вариант 8

Анализ конкурентной среды предприятия и форма его представления в бизнес-плане.

Особенности формирования себестоимости в туризме: классификация, калькулирование турпродукта. Отражение в бизнес-плане.

Вариант 9

Виды бизнес-планов в соответствии с международными и российскими принципами классификации. Порядок формирования прибыли на предприятиях СКС и туризма.

Финансовое планирование как основополагающий элемент бизнес-плана проекта.

Вариант 10

Процесс разработки бизнес-плана и его особенности для предприятий туризма и гостиничного хозяйства.

Риски проекта. Анализ чувствительности проекта на изменения факторов внешней и внутренней среды при разработке бизнес-плана.

Выбор варианта контрольной работы

№ варианта	Буква алфавита, с которой начинается ваша фамилия	№ варианта	Буква алфавита, с которой начинается ваша фамилия
1	А, М, Э	6	Е, У, Т
2	Б, О, Ю	7	Ж, Ф, Л
3	В, П, Я	8	З, Х, Ш,
4	Г, Р, Ц	9	И, Ц, Ч
5	Д, С, М	10	Л, К

3.2 Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

В качестве выходного проекта предусмотрено написание бизнес-плана вновь открываемого или действующего предприятия туризма и гостиничного хозяйства. Работа над проектом начинается с выбора бизнес-идеи. После выбора проекта студент приступает к сбору и изучению информационного материала. Весь собранный материал обобщается и анализируется в соответствии с методикой бизнес-планирования.

Бизнес-план оформляется в соответствии с СТО 1.005-2014 Система вузовской учебной документации. Общие требования к оформлению текстовой части дипломных, курсовых работ, рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам. Структура и правила оформления.

Общий объем работы 10-15 страниц.

3.3 Рекомендации по работе с литературой

В процессе изучения дисциплины «Бизнес-планирование в туризме индустрии гостеприимства» необходимо постоянно использовать материал литературы, рекомендованной в программе.

При изучении терминологии профессионального экономического языка рекомендуется пользоваться учебным пособием:

Бизнес-планирование: учебник для студ. вузов, обучающихся по эконом. спец. / [В.М. Попов и др.]; под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодик.. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 816 с.

Для ознакомления с основами бизнес-планирования рекомендует-ся пользоваться учебными пособиями:

1. Бизнес-планирование: учебное пособие для студ. вузов / [авт.: В.З. Черняк, Ю.Т. Ахвледиани, Н.Д. Амоглобели и др.]; под ред. В.З. Черняка. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 519 с.

2. Галенко В.П. Бизнес-планирование в условиях открытой экономики: учебное пособие для студ. вузов / В.П. Галенко, Г.П. Самарина, О.А. Страхова. – М.: Академия, 2005. – 288 с.

При ознакомлении с практическими материалами разработки биз-нес-плана рекомендуется пользоваться учебниками:

1. Сборник бизнес-планов с рекомендациями и комментариями: учебно-метод. пособие для студ. вузов экон. профиля / В.М. Попов, С.И. Ляпунов, С.Г. Млодик, А.А. Зверев; под ред. В.М. Попова, С.И. Ляпунова. – 7-е изд., стереотип. – М.: КНОРУС, 2007. – 336 с.,

2. Алиев В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы Project Expert: учебное пособие для студ. вузов / В.С. Алиев. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2007. – 272 с.: ил. – (Финансовая академия при Правительстве РФ).

При проведении анализа внутренней экономической среды пред-приятия и разработке финансового плана рекомендуется пользоваться учебником:

Финансы и бухгалтерский учет в туризме: учебник для студ. вузов туристск. профиля / О.И. Солодухина, Е.Н. Гаранина, А.Б. Здоров и др. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 326 с.

3.4 Контрольные вопросы и задания для самостоятельной оценки качества освоения дисциплины

- 1) Дайте определение понятия «бизнес-план».
- 2) Перечислите цели, задачи и функции бизнес-плана.
- 3) Опишите процесс подготовки к разработке и составлению бизнес-плана.
- 4) Каков порядок проведения предпроектных исследований?

- 5) Каково назначение маркетинговых исследований в системе бизнес-планирования?
- 6) Укажите структуру маркетинговой среды предприятия.
- 7) Перечислите факторы формирования маркосреды при разработке бизнес-плана.
- 8) Обоснуйте необходимость нормативно-правового регулирования деятельности туризма на федеральном, региональном и местном уровнях.
- 9) Чем вызвана необходимость классификации предприятий сферы туризма и гостеприимства, понятие инфраструктура туризма?
- 10) В чем заключается сущность оценки конкурентной среды?
- 11) Каковы существенные особенности качественным и параметрических показателей конкурентной среды?
- 12) В чем заключается сущность оценки конкурентоспособности предприятия при разработке бизнес-плана предприятия туризма?
- 13) Каковы существенные особенности анализа потребителей продукции и услуг в бизнес-планировании?
- 14) Чем вызвана необходимость проведения анализа внутренней среды предприятия при разработке бизнес-плана?
- 15) Приведите пример SWOT-анализа гостиничного предприятия.
- 16) Укажите принципиальные различия организационно-правовых форм предпринимательства.
- 17) Каковы достоинства и недостатки использования различных организационно-правовых форм?
- 18) Каковы существенные особенности технология регистрации и открытия туристской фирмы?
- 19) Выделите составные элементы оценки текущей деятельности туристской фирмы.
- 20) Каково назначение анализа финансового состояния предприятия?
- 21) Обоснуйте значение комплексного экономического анализа на предприятии.
- 22) Приведите перечень показателей комплексного экономического анализа на предприятии.
- 23) В чем заключается сущность раздела бизнес-плана «Характеристика продукции и услуг»?
- 24) Сравните жизненный цикл гостиничного и туристского продукта.
- 25) Укажите принципиальные различия методики разработки плана маркетинга в бизнес-плане и в маркетинговой стратегии.
- 26) Приведите пример расчет емкости рынка.
- 27) Дайте характеристику программе сбыта товаров и услуг предприятий туризма и гостеприимства при разработке бизнес-плана.
- 28) Опишите методы ценообразования предприятий СКС и туризма.
- 29) Выделите составные элементы классификации, состава и структуры затрат туристского предприятия.
- 30) От чего зависит использование метода “директ-костинг” в управлении себестоимостью и прибылью?
- 31) Дайте характеристику видов и форм продвижения с точки зрения проектного анализа.
- 32) Приведите пример методики формирования производственного организационного плана при планировании деятельности предприятий туризма и гостеприимства.
- 33) Опишите метод планирования работы с персоналом предприятий СКС и туризма.
- 34) Приведите пример организационного плана управления проектом.
- 35) Укажите принципиальные различия видов и форм оплаты труда персонала на предприятиях СКС и туризма.
- 36) В чем заключаются особенности учетной политики туристского предприятия?
- 37) От чего зависит система налогообложения на предприятиях СКС и туризма?
- 38) Выделите составные элементы структуры и объема затрат при планировании прибылей и убытков.

- 39) Опишите процесс планирования прибыли и денежных потоков при разработке бизнес-плана предприятий туризма и гостеприимства.
- 40) Чем вызвана необходимость инвестиционного планирования?
- 41) Приведите пример потребностей и источников финансирования.
- 42) Опишите метод планирования движения денежных средств на основе инвестиционного плана и плана прибылей.
- 43) Дайте определение понятия «эффективность проекта».
- 44) Перечислите основные показатели эффективности проекта.
- 45) В чем заключается сущность анализа чувствительности проекта на изменение базовых показателей?
- 46) Составьте перечень рисков при разработке и представлении бизнес-планов предприятий туризма.
- 47) Укажите принципиальные различия мер управления и страхования рисков.

3.5 Вопросы к экзамену

1. Предмет и содержание бизнес-планирования, его роль в рыночной экономике.
2. Социально-экономическая сущность бизнес-плана. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам.
3. Основные принципы бизнес-планирования. Цели и задачи бизнес-планирования. Особенности бизнес-плана в российской экономике.
4. Основные функции бизнес-планирования: для разработки общей концепции, генеральной стратегии развития предприятия, функция планирования, привлечение денежных средств, привлечение потенциальных партнеров.
5. Подготовка к разработке и составлению бизнес-плана. Структура проекта.
6. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги). Бизнес-идея проекта.
7. Порядок проведения предпроектных исследований. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка).
8. Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план).
9. Основные разделы бизнес-плана, инвестиционного проекта туристского предприятия.
10. Общая характеристика предприятия: история развития предприятия,
11. Организационно-правовая форма, организационная структура, сфера деятельности, основные продукты и услуги.
12. Экономический анализ деятельности предприятия. Анализ технико-экономических показателей: выручка, прибыль, рентабельность, показатели использования основных фондов и оборотных средств, численность персонала, фонд оплаты труда, производительность труда.
13. Анализ финансовой деятельности: анализ структуры баланса, анализ ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности, деловой активности.
14. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы.
15. Изучение товарной структуры рынка. Прогноз основных показателей рынка.
16. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка.
17. Процесс принятия решения о покупке. Факторы, влияющие на поведение конечного потребителя.
18. Классификация потребителей в туризме. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления.
19. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический.
20. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг.
21. Понятие конкурентной среды туристского предприятия.
22. Виды конкуренции и характеристика типов туристских рынков.

23. Виды предпринимательского поведения в туризме.
24. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании.
25. Анализ факторов конкурентной среды туристского предприятия. Определение доли рынка предприятия.
26. Характеристика основных конкурентов. Анализ продукции и услуг конкурентов.
27. Анализ ценовой политики, программ продвижения.
28. Оценка конкурентоспособности предприятия при его проектировании или развитии.
29. Классификация туристских товаров и услуг. Общая характеристика турпродукта.
30. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы.
31. Формирование товарной политики на туристском предприятии. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия.
32. Порядок разработки и выбора турпродукта. Инновационная деятельность.
33. Представление характеристики продукции и услуг в бизнес-плане. Сравнительный анализ по основным показателям с товарами-аналогами.
34. Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования.
35. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования.
36. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг.
37. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме и индустрии гостеприимства.
38. Сущность сбытовой деятельности предприятий туризма и индустрии гостеприимства.
39. Каналы распространения туристских товаров и услуг, уровни каналов. Формы и методы реализации турпродукта.
40. Способы и методы реализации (сбыта) турпродукта: директ-маркетинг, теле-маркетинг, косвенный сбыт, селективный сбыт, исключительный сбыт.
41. Формирование программы сбыта. Годовая программа сбыта, учет сезонности при формировании сбыта.
42. Разработка программы сбыта в натуральном и стоимостном виде.
43. Виды продвижения в туризме: реклама, личная продажа, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта.
44. Особенности разработки плана продвижения для предприятий туризма и индустрии гостеприимства.
45. Определение цели продвижения, характеристика целевой аудитории, анализ и выбор каналов продвижения, разработка медиаплана, разработка итогового плана продвижения с учетом шага проекта.
46. Характеристика технологии производства продукции и услуг.
47. Оценка потребности в технологическом и торговом оборудовании.
48. Оценка и представление затрат на оборудование.
49. Расчет потребности в сырье, материалах, комплектующих, производственных затратах.
50. Организационная схема управления предприятием. План персонала: производственный и АУП (штатное расписание, условия оплаты, квалификационный уровень).
51. Система подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала.
52. Расчет потребности в затратах на оплату труда персонала.
53. Организационный план управления проектом. Календарный график мероприятий по проекту.
54. Инвестиционный план: потребность в финансировании, источники финансирования, условия и сроки финансирования, условия возврата инвестиций.
55. План прибылей и убытков. Выручка от реализации туруслуг.
56. Производственные затраты. Валовая маржа.
57. Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая прибыль.
58. Налоговое окружение, налоговые платежи и платежи во внебюджетные фонды.
59. Формирование чистой прибыли предприятия, денежных потоков, баланс.
60. План движения денежных средств. Остаток средств на начало планового периода.
61. Формирование остатка денежных средств на конец планового периода. Баланс.
62. Критерии оценки инвестиционного проекта.

63. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования.
64. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR).
65. Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными.

4 СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

4.1 Основная литература

Виноградова, М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учеб. пособие для студентов вузов / М.В. Виноградова, З.И. Панина, А.А. Ларионова, Л.А. Васильева. – 3-е изд., испр. – М.: Дашков и К*, 2012. – 280 с.

Горемыкин, В.А. Бизнес-план: стратегии и тактика развития компании: практ. пособие [для студентов вузов] / В.А. Горемыкин, Ю.Н. Лапыгин, Д.Ю. Лапыгин. – 2-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2013. – 350 с.

Романова, М.В. Управление проектами: учеб. пособие для студентов вузов / М.В. Романова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. – 256 с.

Горемыкин, В.А. Бизнес-план. Методика разработки. 45 реальных образцов бизнес-планов / В.А. Горемыкин. – 5-е изд., стер. – М.: Ось-89, 2011. – 864 с.

Алиев В.С. Бизнес-планирование с использованием программы Project Expert (полный курс): учеб. пособие для студентов вузов / В. С. о. Алиев, Д. В. Чистов. - М. : ИНФРА-М, 2013. - 352 с.

4.2. Дополнительная литература

Адамеску, А.А. Современные подходы к организации агротуризма в странах Центральной и Восточной Европы / А.А. Адамеску, В.Ю. Воскресенский // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 33. – С. 67–71.

Бородин, В.В. Экономика туризма: учебное пособие для студентов вузов / В.В. Бородин. – М.: ФОРУМ, 2011. – 240 с.

Жидков, В.Е. Кластерный подход к управлению развитием туризма как фактор повышения конкурентоспособности региона / В.Е. Жидков, В.А. Лазарева, В.А. Фурсов // Вопросы туризмоведения. – 2012. – № 1(1). – С. 104–112.

Зайцева, Н.А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе: учебное пособие для студентов вузов / Н.А. Зайцева, А.А. Ларионова. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. – 320 с.

Канаева, Н.А. О проекте создания диверсифицированного туркомплекса в сельской местности / Н.А. Канаева // Вестник Национальной академии туризма. – 2012. – № 2(22) апрель-июнь. – С. 29–32.

Орджоникидзе, М.М. Методологические основы стратегического планирования и прогнозирования развития туризма в регионе / М.М. Орджоникидзе // Вестник Национальной академии туризма. – 2011. – № 2(18) апрель-июнь. – С. 15–21.

Попов, Ю.И. Управление проектами: учебное пособие для студентов вузов / Ю.И. Попов, О.В. Яковенко; Ин-т экономики и финансов «Синергия». – М.: ИНФРА-М, 2010. – 208 с.

Правовые основы социально-культурного сервиса и туризма: [сборник нормативно-правовых актов] / сост. Г.М. Дехтярь. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2011. – 416 с.

Скобкин, С.С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие для студентов вузов / С.С. Скобкин. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. – 431 с.

Стригунова, Д.П. Правовые основы гостиничного и туристского бизнеса: учеб. пособие

[для студентов вузов] / Д.П. Стригунова. – М.: КНОРУС, 2012. – 200 с.

Темный, Ю.В. Экономика туризма: учебник [для студентов вузов] / Ю.В. Темный, Л.Р. Темная. – М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2010. – 448 с.

Гомилевская Г.А. Организация предпринимательской деятельности в туризме и гостиничном хозяйстве: Учебное пособие./ Г.А. Гомилев-ская. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002. – 72 с.

Соболева Е.А. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы: учебное пособие / Е.А. Соболева, И.И. Соболев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 112 с.

Богданова И.Е. Планирование на предприятии туризма: учебник / под ред. проф. Е.И. Богдановой. – СПб.: Изд. дом Бизнес-пресса, 2014. -320 с.