



УТВЕРЖДЕНО:
Советом Высшей школы бизнеса,
менеджмента и права
Протокол № 3 от «26» 09 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.9 ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ (ОРГАНИЗАЦИЙ)

**основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата**

по направлению подготовки: 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль): Менеджмент организации
Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки: 2020

Разработчик:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н., доцент Панова А.Г.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н., доцент Дмитриева Н.В.</i>



1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина «Экономика предприятий (организаций)» является частью первого блока программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Менеджмент организации и относится к обязательным дисциплинам вариативной части программы.

Дисциплина направлена на овладение выпускником следующих компетенций:

ПК-17 - способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.

ПК-19 - владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками.

ДПК – 4 - способностью использовать методы исследования и оценки рынка.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с формированием знаний об основных функциях экономики в жизни общества.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов: лекции (34 час.), практические занятия (36 час.), консультации (2 часа), промежуточная аттестация (2 часа), самостоятельная работа студентов (34 часа) Преподавание ведется на 3 курсе в 5 семестре продолжительностью 18 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекций, в т.ч.: традиционные лекции, лекция-визуализация; практические занятия в форме устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение задач, решение ситуационных задач, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Для очно-заочной формы обучения: преподавание ведется на 3 курсе в 6 семестре, контактная работа преподавателя со студентом - 30 ч. (12 ч. - занятия лекционного типа, 14 ч. – занятия семинарского типа, консультации - 2 ч., промежуточная аттестация- 2 ч.), самостоятельная работа студента - 78 ч.

Для заочной формы обучения: преподавание ведется на 3 курсе в 5, 6 семестрах, контактная работа преподавателя со студентом - 12 ч. (4 ч. - занятия лекционного типа, 4 ч. – занятия семинарского типа, консультации - 2 ч., промежуточная аттестация- 2 ч.), самостоятельная работа студента - 96 ч.

Программой предусмотрены следующие виды контроля:

- текущий контроль успеваемости (раздел 1, раздел 2, раздел 3, раздел 4);
- промежуточная аттестация в форме экзамена - 5 семестр/6 семестр.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1	ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.
2	ПК-19	владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками.



3	ДПК - 4	способностью использовать методы исследования и оценки рынка
---	---------	--

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Экономика предприятий (организаций)» является частью первого блока программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Менеджмент организации и относится к обязательным дисциплинам вариативной части программы.

Дисциплина формирует взгляды будущего бакалавра на профессиональный инструментарий основ организации туристской и гостиничной деятельности.

Изучение данной дисциплины базируется на изучении учебных дисциплин базовой части: Экономика и предпринимательство.

Дисциплина «Экономика предприятий (организаций)» служит базой для последующего освоения студентами дисциплин: Основы прикладных исследований в менеджменте, Методы прикладных исследований в менеджменте. Дисциплина, изучаемая параллельно: Бизнес-планирование

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3/108 зачетных единиц/ акад. часов.

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры
			5
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	74	74
	в том числе:		
1.1	Занятия лекционного типа	34	34
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	36	36
	Семинары		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	36	36
1.3	Консультации	2	2
1.4	Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	2	Экзамен 2
2	Самостоятельная работа обучающихся	34	34
3	Общая трудоемкость час з.е.	108	108
		3	3

Для очно-заочной формы обучения:

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры
			6
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	30	30
	в том числе:		
1.1	Занятия лекционного типа	12	12



1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	14	14
	Семинары		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	14	14
1.3	Консультации	2	2
1.4	Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	2	Экзамен 2
2	Самостоятельная работа обучающихся	78	78
3	Общая трудоемкость час	108	108
	з.е.	3	3

Для заочной формы обучения:

№ п/ п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры	
			5	6
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	12	2	10
	в том числе:			
1. 1	Занятия лекционного типа	4	2	2
1. 2	Занятия семинарского типа, в том числе:	4		4
	Семинары			
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	4		4
1. 3	Консультации	2		2
1. 4	Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	2		Экзамен 2
2	Самостоятельная работа обучающихся	96	34	62
3	Общая трудоемкость час	108	36	72
	з.е.	3	1	2



5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов	Форма проведения лабораторной работы	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов
1/5 2/5	Раздел 1. Экономика как отрасль науки	Тема 1. Экономика и определение её конъюнктуры	2	Традиционная лекция	4	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение ситуационных задач						2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
3/5 4/5		Тема 2. Механизмы функционирования рынка	4	Традиционная лекция	4	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение ситуационных задач						2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию



		Тема 3. Развитие отрасли: темпы и факторы	4	Традиционная лекция	4	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение ситуационных задач							2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Текущий контроль 1				Аудиторный тест							2	Подготовка к текущей аттестации
5/5 6/5	Раздел 2. Особенности функционирования рынка	Тема 4. Особенности ценообразования на рынке	4	Лекция-визуализация	4	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение задач, решение ситуационных задач							2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
7/5 8/5		Тема 5. Экономическая эффективность деятельности	4	Лекция-визуализация	4	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение задач, решение ситуационных задач							2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Текущий контроль 2				Решение ситуационных задач							2	Подготовка к текущей аттестации
9/5 10/5		Раздел 3. Основы экономики бизнеса	Тема 6. Бизнес как часть рынка	4	Традиционная лекция	4	Устный/письменный опрос, выступление с эссе							2



		Тема 7. Модели организации бизнеса	4	Традиционная лекция	4	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение ситуационных задач								2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Текущий контроль 3				Аудиторный тест								2	Подготовка к текущей аттестации
11/5 12/5	Раздел 4. Особенности функционирования бизнеса	Тема 8. Ценообразование в бизнесе	4	Традиционная лекция	4	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение задач								2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
13/5 14/5		Тема 9. Оценка эффективности бизнеса	4	Традиционная лекция	4	Выступление с эссе, решение задач								2	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Текущий контроль 4	Групповой проект « Анализ эффективности бизнеса »											10	Подготовка пояснительной записки и презентации
		Консультация												2	
		Промежуточная аттестация – 2 часа экзамен													



Для очно-заочной формы обучения:

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем							Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов					Форма проведения лабораторной работы
	Раздел 1. Экономика как отрасль науки	Тема 1. Экономика и определение её конъюнктуры	3	Традиционная лекция	4	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение ситуационных задач							6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
Тема 2. Механизмы функционирования рынка		Традиционная лекция		Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение ситуационных задач							6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию		
Тема 3. Развитие отрасли : темпы и		Традиционная лекция		Устный/письменный						6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с			



		факторы				опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение ситуационных задач											использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Текущий контроль 1				Аудиторный тест										6	Подготовка к текущей аттестации
	Раздел 2. Особенности функционирования рынка	Тема 4. Особенности ценообразования на рынке	3	Лекция-визуализация	4	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение задач, решение ситуационных задач										6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Тема 5. Экономическая эффективность деятельности		Лекция-визуализация		Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение задач, решение ситуационных задач										6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Текущий контроль 2				Решение ситуационных задач										6	Подготовка к текущей аттестации
	Раздел 3. Основы экономики бизнеса	Тема 6. Бизнес как часть рынка	3	Традиционная лекция	4	Устный/письменный опрос, выступление с эссе										6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию



		Тема 7. Модели организации бизнеса		Традиционная лекция		Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение ситуационных задач							6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Текущий контроль 3				Аудиторный тест							6	Подготовка к текущей аттестации
	Раздел 4. Особенности функционирования бизнеса	Тема 8. Ценообразование в бизнесе	3	Традиционная лекция	2	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение задач							6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Тема 9. Оценка эффективности бизнеса		Традиционная лекция		Выступление с эссе, решение задач							6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Текущий контроль 4	Групповой проект «Анализ эффективности туристического и гостиничного бизнеса»										6	Подготовка пояснительной записки и презентации
		Консультация									2			
		Промежуточная аттестация – 2 часа экзамен												



Для заочной формы обучения:

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения										
			Контактная работа обучающихся с преподавателем							Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, акад. часов				
	Раздел 1. Экономика как отрасль науки	Тема 1. Экономика и определение её конъюнктуры	1	Традиционная лекция	1	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение ситуационных задач						6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Тема 2. Механизмы функционирования рынка		Традиционная лекция		Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение ситуационных задач						6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Тема 3. Развитие отрасли туризма:		Традиционная лекция		Устный/письменный							6



		темпы и факторы				опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение ситуационных задач											использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию	
		Текущий контроль 1				Аудиторный тест										6	Подготовка к текущей аттестации	
	Раздел 2. Особенности функционирования рынка	Тема 4. Особенности ценообразования на рынке	1	Лекция-визуализация	1	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение задач, решение ситуационных задач										6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию	
		Тема 5. Экономическая эффективность деятельности		Лекция-визуализация		Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение задач, решение ситуационных задач										6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию	
		Текущий контроль 2					Решение ситуационных задач										6	Подготовка к текущей аттестации
	Раздел 3. Основы экономики бизнеса	Тема 6. Бизнес как часть рынка	1	Традиционная лекция	1	Устный/письменный опрос, выступление с эссе											6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию



		Тема 7. Модели организации бизнеса		Традиционная лекция		Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение ситуационных задач							6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Текущий контроль 3				Аудиторный тест							6	Подготовка к текущей аттестации
	Раздел 4. Особенности функционирования бизнеса	Тема 8. Ценообразование в бизнесе	1	Традиционная лекция	1	Устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение задач							6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Тема 9. Оценка эффективности бизнеса		Традиционная лекция		Выступление с эссе, решение задач							6	Повторение и закрепление знаний по теме лекции с использованием дополнительных источников литературы. Подготовка к практическому занятию
		Текущий контроль 4	Групповой проект «Анализ эффективности туристического и гостиничного бизнеса»										24	Подготовка пояснительной записки и презентации
		Консультация										2		
		Промежуточная аттестация – 2 часа экзамен												



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
5 семестр		
1	Тема 1. Экономика и определение её конъюнктуры (2 часа/6 часов/6 часов)	1 Экономика гостиничного предприятия: Учебное пособие / Н.И. Малых, Н.Г. Можаяева. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - http://znanium.com/catalog/product/406086 2. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма (ИГиТ): Учебное пособие / Скобкин С. С. - М.:ИНФРА-М Издательский Дом, 2017. - http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=858241 3. Экономика туризма: Учебное пособие / А.О. Овчаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 253 с. http://znanium.com/bookread2.php?book=363808 4. Экономика предприятия туризма: Учебник/Степанова С. А., Крыга А. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520908 5. Экономика отрасли: туризм: Учебное пособие / Замедлина Е.А., Козырева О.Н. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 204 с. http://znanium.com/bookread2.php?book=542736 6. Оценка эффективности функционирования предпринимательских структур в индустрии гостеприимства: Монография / А.Ю. Баранова. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 142 с. http://znanium.com/bookread2.php?book=227909
2	Тема 2. Механизмы функционирования рынка (2 часа/6 часов/6 часов)	
3	Тема 3. Развитие отрасли: темпы и факторы (2 часа/6 часов/6 часов)	
4	Подготовка к текущей аттестации (2 часа/6 часов/6 часов)	
5	Тема 4. Особенности ценообразования на рынке (2 часа/6 часов/6 часов)	
6	Тема 5. Экономическая эффективность деятельности (2 часа/6 часов/6 часов)	
7	Подготовка к текущей аттестации (2 часа/6 часов/6 часов)	
8	Тема 6. Бизнес как часть рынка (2 часа/6 часов/6 часов)	
9	Тема 7. Модели организации бизнеса (2 часа/6 часов/6 часов)	
10	Подготовка к текущей аттестации (2 часа/6 часов/6 часов)	
11	Тема 8. Ценообразование в бизнесе (2 часа/6 часов/6 часов)	
12	Тема 9. Оценка эффективности бизнеса (2 часа /6 часов/6 часов)	
13	Групповой проект – подготовка пояснительной записки и презентации (10 часов/6 часов /24 часов)	

Кроме указанных выше источников, обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1. <http://www.minfin.ru> – официальный сайт Министерства финансов РФ
2. <http://www.nalog.ru> - официальный сайт Федеральной налоговой службы
3. <http://www.gks.ru/> - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики
4. Электронная библиотечная система Book.ru: <http://www.book.ru/>
7. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>



8. Научная электронная библиотека: <http://cyberleninka.ru/>
9. Электронная библиотечная система Znanim.com: <http://www.znanim.com/>
10. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: <http://window.edu.ru/>

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1	ПК-17	способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели.	Раздел 1. Экономика как отрасль науки Раздел 2. Особенности функционирования рынка Раздел 3. Основы экономики бизнеса Раздел 4. Особенности функционирования бизнеса	экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности
2	ПК-19	владением навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	Раздел 1. Экономика как отрасль науки Раздел 2. Особенности функционирования рынка Раздел 3. Основы экономики бизнеса Раздел 4. Особенности функционирования бизнеса	методы координации предпринимательской деятельности	применять на практике навыки координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками
3	ДПК-4	способностью использовать методы исследования и оценки рынка	Раздел 1. Экономика как отрасль науки Раздел 2. Особенности функционирования рынка Раздел 3. Основы экономики бизнеса Раздел 4. Особенности функционирования бизнеса	методы исследования и оценки рынка	применять на практике методы исследования и оценки рынка	методами исследования и оценки рынка

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания



Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Знать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности. Уметь выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. Владеть способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности..	Ответы на устный и письменный опрос; решение тестовых заданий; Решение case-study/ситуационных задач; решение теоретических задач; участие в деловой игре, написание эссе, групповой проект	Студент демонстрирует знание экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности. Демонстрирует умение выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели. Студент демонстрирует владение навыками оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности	Закрепление способности оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
Знать методы координации предпринимательской деятельности. Уметь применять на практике навыки координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками. Владеть навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками.	Ответы на устный и письменный опрос; решение тестовых заданий; Решение case-study/ситуационных задач; решение теоретических задач; участие в деловой игре, написание эссе, групповой проект	Студент демонстрирует знание методов координации предпринимательской деятельности. Демонстрирует умение применять на практике навыки координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками. Студент демонстрирует владение навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	Закрепление владения навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками
Знать методы исследования и оценки рынка Уметь применять на практике методы исследования и оценки рынка. Владеть методами исследования и оценки рынка	Ответы на устный и письменный опрос; решение тестовых заданий; Решение case-study/ситуационных задач; решение теоретических задач; участие в деловой игре, написание эссе, групповой проект	Студент демонстрирует знание методов исследования и оценки рынка. Демонстрирует умение применять на практике методы исследования и оценки рынка. Студент демонстрирует владение методами исследования и оценки рынка	Закрепление способности использовать методы исследования и оценки рынка

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

В качестве внутренней шкалы текущих оценок используется 80 балльная оценка обучающихся, как правило, по трем критериям: посещаемость, текущий контроль успеваемости, активность на учебных занятиях.



Рейтинговая оценка обучающихся по каждой дисциплине независимо от ее общей трудоемкости (без учета результатов экзамена/дифференцированного зачета) определяется по 80-балльной шкале в каждом семестре. Распределение баллов между видами контроля рекомендуется устанавливать в следующем соотношении:

- посещение учебных занятий (до 30 баллов за посещение всех занятий);
- текущий контроль успеваемости (до 50 баллов), в том числе:

- 1 задание текущего контроля (0-10 баллов)
- 2 задание текущего контроля (0-10 баллов)
- 3 задание текущего контроля (0-10 баллов)
- 4 задание текущего контроля (0-15 баллов);

Результаты текущего контроля успеваемости при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации следующим образом.

Оценка «отлично» может быть выставлена только по результатам сдачи экзамена/дифференцированного зачета. Автоматическое проставление оценки «отлично» не допускается.

Если по результатам текущего контроля обучающийся набрал:

71-80 балл — имеет право получить «автоматом» «зачтено» или оценку «хорошо»;

62-70 баллов — имеет право получить «автоматом» «зачтено» или оценку «удовлетворительно»;

51-61 балл — обязан сдавать зачет/экзамен;

50 баллов и ниже — не допуск к зачету/экзамену.

Технология выставления итоговой оценки, в том числе перевод в итоговую 5-балльную шкалу оценки определяется следующим образом:

Таблица перевода рейтинговых баллов в итоговую 5 — балльную оценку

Баллы за семестр	Автоматическая оценка		Баллы за зачет/экзамен		Общая сумма баллов	Итоговая оценка
	зачтено	экзамен	min	max		
71-80	зачтено	4 (хорошо)	18	20	89-90	4 (хорошо)
					91-100	5 (отлично)
62-70	зачтено	3 (удовлетворительно)	15	20	77-99	4 (хорошо)
51-61	Допуск к зачету/экзамену		11	20	62-75	3 (удовлетворительно)
					76-81	4 (хорошо)
50 и менее	Не допуск к зачету, экзамену					

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – тестовые задания

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов



выполнено верно заданий	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания – ситуационная задача

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении ситуационных задач

Предел длительности контроля	30 мин.
Критерии оценки	<ul style="list-style-type: none">– было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в кейсе (задаче);– были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией;– были использованы дополнительные источники информации для решения кейса(задачи);– были выполнены все необходимые расчеты;– подготовленные в ходе решения кейса документы соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;– выводы обоснованы, аргументы весомы;– сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений
Показатели оценки	макс 10 баллов
«5», если (9 – 10) баллов	полный, обоснованный ответ с применением необходимых источников
«4», если (7 – 8) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: <ul style="list-style-type: none">– не были выполнены все необходимые расчеты;– не было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в кейсе;
«3», если (5 – 6) баллов	неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: <ul style="list-style-type: none">– не были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией;– не были подготовленные в ходе решения кейса документы, которые соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;– не были сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение кейса от других решений

Средство оценивания - выполнение группового проекта

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении группового проекта

Предел длительности контроля	30 мин.
Критерии оценки	<ul style="list-style-type: none">– было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в проекте;– были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией;– были использованы дополнительные источники информации для реализации группового проекта;– были выполнены все необходимые расчеты;– подготовленные в ходе выполнения проекта документы соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;– выводы обоснованы, аргументы весомы;



	– сделаны собственные выводы, выявлены недостатки и предложены практические рекомендации
Показатели оценки	маж 15 баллов
0 баллов	проект не подготовлен;
1–2 балла	подготовлен, но тема раскрыта не полностью
3-4 балла	проект подготовлен, но содержит ошибки и неточности формулировок
5-7 баллов	проект подготовлен, но не достаточен по объему
8-10 баллов	проект подготовлен, но отсутствует презентация
11-12 баллов	проект подготовлен, текстовая часть соответствует всем требованиям, но презентация условна
13-15 баллов	все требования соблюдены, презентация полностью раскрывает тему проекта

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Промежуточная аттестация проходит в виде экзамена, состоящего из решения теста (оценка критерия – знать), в котором имеются вопросы из тем курса и решения практической задачи (оценка критерия – уметь/владеть). По итогам экзамена выставляется оценка по четырехбалльной системе (5,4,3,2).

Средство оценивания – тестовые задания + практическое задание

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при проведении промежуточной аттестации

Предел длительности контроля	50 мин.
Критерии оценки	– было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в задании; – были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией; – были использованы дополнительные источники информации для решения задачи; – были выполнены все необходимые расчеты; – подготовленные в ходе решения задачи документы соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию; – выводы обоснованы, аргументы весомы; – сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение от других решений
Показатели оценки	
«5»	90 –100 % правильных ответов на тестовые задания полный, обоснованный ответ с применением необходимых источников
«4»	70 –89 % правильных ответов на тестовые задания неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: - не были выполнены все необходимые расчеты;



	- не было сформулировано решение задачи, (ситуации);
«3»	50 –69 % правильных ответов на тестовые задания неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: - не были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией; - не были подготовленные в ходе решения задачи документы, которые соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию; - не были сделаны собственные выводы, которые отличают данное решение задачи от других решений
«2»	менее 50% правильных ответов на тестовые задания неполный ответ в зависимости от правильности и полноты ответа: - начато выполнение задания, но окончательного варианта выполнения нет.

Выделяем три показателя оценивания уровня приобретенных компетенций:

1. пороговый (минимальный уровень, определенный нормативом и обязательный для всех обучающихся вуза по завершении освоения ОПОП ВО), соответствует оценке «удовлетворительно»;

2. базовый (уровень выше минимального, отличающийся способностью обучающихся применять полученные знания для решения типовых, стандартных задач), соответствует оценке «хорошо»;

3. высокий (уровень, отличающийся способностью обучающихся применять полученные знания для решения нестандартных задач), соответствует оценке «отлично».

Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования:

– *когнитивный компонент* определяет уровень знаний теоретических и методологических основ «Управления человеческими ресурсами», творческих способностей обучаемых. На когнитивном уровне определяется степень сформированности научно-теоретической и практической готовности к профессиональной деятельности;

– *интегративно - деятельностьный компонент* (уровень умений и навыков) связан с овладением умениями и навыками, приобретаемыми обучающимися в процессе освоения ими «Управления человеческими ресурсами», со способностью применять полученные теоретические знания в профессиональной деятельности;

– *личностный компонент* способствует определению уровня сформированности индивидуальных качеств обучаемых, ценностно-мотивационной сферы, коммуникативных умений бакалавра, осознающего значимость профессионального саморазвития и личностного самосовершенствования;

– *мотивационный компонент* ориентирует обучающихся на достижение успеха в профессиональной деятельности и характеризуется потребностью и стремлением овладеть общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями и использовать их в процессе обучения, что является мотивацией для достижения успеха в профессиональной деятельности.

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



Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
6/2	Раздел 1. Туризм как отрасль науки	Аудиторное тестирование на выявление уровня освоения теоретических знаний по темам раздела	В аудитории в течение 40 минут должны быть отмечены правильные варианты ответов на 20 тестовых заданий и сданы преподавателю на проверку. Работа выполняется на 6 неделе во 2 семестре.
10/2	Раздел 2. Особенности функционирования туристского рынка	Аудиторное тестирование на выявление уровня освоения теоретических знаний по темам раздела	В аудитории в течение 40 минут должны быть отмечены правильные варианты ответов на 20 тестовых заданий и сданы преподавателю на проверку. Работа выполняется на 10 неделе во 2 семестре.
16/2	Раздел 3. Основы экономики гостиничного бизнеса	Решение ситуационных задач по темам раздела на выявление уровня умения и владения компетенцией	В аудитории в течении 30 минут должны быть даны четко аргументированные ответы по предложенным вопросам к ситуационной задаче и сданы преподавателю на проверку. Работа выполняется на 16 неделе во 2 семестре.
18/2	Раздел 4. Особенности функционирования гостиничного бизнеса	Групповой проект выполняется на выявление уровня освоения теоретических знаний на тему «Анализ эффективности туристического и гостиничного бизнеса»	Выполнение группового проекта, состоящего из следующих последовательных действий. Группа студентов делится на подгруппы от 2 до 4 человек в каждой. Каждая подгруппа проводит исследование по теме с выбором конкретной организации (предприятия). После исследования готовится пояснительная записка, на ее основе – презентация. Групповой проект оформляется в соответствии с требованиями. Каждая подгруппа презентует свой проект в форме мультимедийной презентации. По окончании выступления предполагается небольшая групповая дискуссия и ответы на возможные вопросы. Завершающий этап – подведение итогов и оценка результатов группового проекта подгрупп и достижения поставленных перед работой целей. Работа выполняется на 18 неделе во 2 семестре.



Тестовые задания для текущей аттестации:

Контрольная точка №1 (аудиторный тест)

1. Определите, что понимается под экономической деятельностью:
 - а) отдельный вид деятельности, имеющий признаки умственного труда;
 - б) вид деятельности, обеспечивающий производство продукта;
 - в) вид деятельности, направленный на сбыт продукта;
 - г) сочетание действий, приводящих к получению определенного набора продукции или услуг.
2. Укажите, что представляет собой конечный результат туристической деятельности:
 - а) товар;
 - б) услугу;
 - в) туристический продукт;
 - г) туристическую путевку.
3. Обозначьте отличительные признаки туристического продукта как товара:
 - а) потребительная стоимость;
 - б) неосвязаемость;
 - в) стоимость.
4. Назовите основные составляющие турпакета:
 - а) размещение, транспорт, питание;
 - б) трансфер, размещение, развлечение;
 - в) питание, размещение, транспорт;
 - г) место назначения, транспорт, размещение.
5. Что понимается под экономической средой туризма?
 - а) внутренняя среда;
 - б) внешняя среда;
 - в) общая среда.
6. Тур агентская деятельность представляет собой:
 - а) Деятельность по продвижению и реализации продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
 - б) Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
 - в) Деятельность по формированию и продвижению продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
7. Туроператорская деятельность представляет собой:
 - а) Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
 - б) Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
 - в) Деятельность по формированию и продвижению туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
8. Туризм выездной – это:
 - а) Путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно
 - б) Путешествия в пределах Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Р.Ф
 - в) Путешествие лиц, постоянно проживающих в Р.Ф, в другую страну



9. Туристский продукт – это:

- а) Право на тур, предназначенное для реализации туристу
- б) Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков
- в) Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия

10. Какие признаки отличают туриста от всех остальных путешественников согласно Российскому Законодательству?

- 1) цель поездки
- 2) расстояние и продолжительность
- 3) цель поездки и расстояние
- 4) продолжительность и цель поездки

11. Какая из перечисленных поездок является туристской согласно Российскому законодательству?

- 1) мистер X отправился в двухлетнее кругосветное путешествие на собственной яхте
- 2) мадам X, выехавшая на несколько месяцев в другую страну, работает в семье гувернанткой
- 3) мистер X и Y отправились организованной группой в Китай на выставку ЭКСПО
- 4) мадам X поехала отдохнуть в Новую Зеландию на неопределенный срок

12. Туроператор, согласно Российскому Законодательству, - это:

- 1) посредник между разработчиком турпродукта и клиентом
- 2) туристская фирма, которая разрабатывает, продвигает и реализует турпродукт
- 3) крупная туристская компания
- 4) любая компания, оказывающая туристам услуги.

13. Какой из факторов, влияющих на развитие туризма, относится к динамичному?

- 1) использование рабочего времени
- 2) географический
- 3) культура питания
- 4) климатический

14. Структурные изменения в экономике страны регламентируются:

- а) правительством государства;
- б) юридическим лицом;
- в) физическим лицом.

15. Современный туризм — это:

- а) отрасль экономики;
- б) межотраслевой комплекс;
- в) туристская организация.

16. На туризм оказывает положительное влияние:

- а) выгодная экономическая конъюнктура;
- б) социальное неравенство;
- в) снижение уровня средней заработной платы населения.

17. На туризм оказывает отрицательное влияние:

- а) рост реального дохода населения;
- б) стабильное положение национальной валюты;
- в) экономический кризис.

Назовите предмет управления в туризме.

18. Чему должна быть адекватна организационная структура управления фирмы:

- А) продукту, типу и виду фирмы;
- Б) организационной структуре фирмы, целям фирмы;
- В) потенциалу фирмы, методам управления.

19. К фирменным целям туристического предприятия могут быть отнесены:

- А) определение новых сегментов клиентуры, улучшение сбыта, рационализация продукта и системы распределения;
- Б) улучшение имиджа фирмы, сохранение стабильной позиции, организационная культура;
- В) создание и развитие продуктов, которые подходят для слоев населения с более низким доходом.

20. Укажите, что представляет собой конечный результат туристической деятельности:

- а) товар;
- б) услугу;
- в) туристический продукт;
- г) туристическую путевку.

Контрольная точка №2 (ситуационная задача)

Ситуационная задача

Разработка ценовой политики туристской организации

Цель: 1. Произвести расчет стоимости тура в соответствии со «стратегией цены сегмента рынка».

2. Произвести расчет стоимости тура в соответствии со «стратегией ценовых манипуляций».

Ход работы:

1. При разработке тура туристская организация должна представлять для какого сегмента и по какой цене она предложит данный туристский продукт на рынке. Предположим, турорганизация имеет два основных сегмента: сегмент «А» - потребитель со средними доходами; сегмент «Б» - потребитель с высокими доходами. Исследуйте данный сегмент потребителей, опишите и сравните их.

2. Исследуйте два туристского пакета «Отдых в Пекине», различных по уровню качества и набору основных и дополнительных услуг для сегментов

«А» и «Б», сформированных фирмой ООО Турцентр «Беркут» в 2013 г. (табл. 1).

Отметим, что данный подход к ценообразованию более точно отражает потребности и возможности покупателей в зависимости от сегментации, ценовая «стратегия цены сегмента рынка» является наиболее подходящей на стадии зрелости туристского продукта.

Таблица 1 - Процесс формирования цены турпакета «Отдых в Пекине», предложенного фирмой ООО Турцентр «Беркут» в 2013 г.

Сегмент «А»	Руб.	Сегмент «Б»	Руб.
Размещение		Размещение	
Проживание в 4* отеле ** (standard на основе НВ)	16350,0	Проживание в 4* отеле «Централ Плаза»** (standard на основе НВ) + доплата за проживание одного человека (без подселения)	26800,0



Трансферт: -аэропорт – отель «Централ Плаза» - аэропорт	600,0	Трансферт: -аэропорт – отель «Централ Плаза» - аэропорт	600,0
Авиационный транспорт*: Владивосток-Пекин-Владивосток (чартерный рейс)	20000,0	Авиационный транспорт: Владивосток-Пекин-Владивосток	23050,0
Экскурсионные программы: Великая китайская стена; Площадь Тяньаньмень; Летний Сад-Ихеюань, парк Бэйхай; ЗОПОПарк-Океанариум	188,0 0 0 0	Экскурсионные программы: Великая китайская стена; Площадь Тяньаньмень; Летний Сад-Ихеюань, парк Бэйхай; ЗОПОПарк-Океанариум Дайвинг (или экстремальный маршрут)	188,0 202,0 163,0 208,0 300,0
Медицинская страховка	500,0	Медицинская страховка	500,0
Виза (взрослый)	3000,0	Виза (взрослый)	3000,0
Себестоимость:	40638,0	Себестоимость:	55011,0
За безналичный расчет, 7%	2844,66	За безналичный расчет	3850,77
Итого затрат:	43482,7	Итого затрат:	58861,77
Прибыль фирмы (комиссия), (или «+» 10-15 % от «итого затрат»)	4348,26	Прибыль фирмы (комиссия), (или «+» 10-15 % от «итого затрат»)	8829,27
Итого цена тура:	47830,93	Итого цена тура:	67691,04
НДС (13%)	6218,02	НДС (13%)	8799,84
Стоимость путевки	54048,94	Стоимость путевки	76490,87
Применение «психологических» цен:	54050,0	Применение «психологических» цен:	77000,0

*- чартерный рейс

Задание:

1. Разработать туристский маршрут и произвести расчет турпакета на примере туристских организаций г. Находки Приморского края.
2. Исследовать запросы и ожидания потребителей, сформировав сегмент потребительского рынка предложенного туристского продукта.
3. Рассмотреть разработанный маршрут в соответствии с сегментацией рынка.

На следующем этапе – «этапе спада» происходит полное насыщение рынка данным продуктом. Происходит падение спроса на данный тур и объемов спроса, возможно даже до нулевой отметки размера получаемой прибыли (комиссионное вознаграждение). Однако данная стадия может продолжаться достаточно долго. В результате ослабления конкурентного давления у турфирмы отпадает необходимость в поддержании высоких затрат на маркетинг, а в некоторых случаях позволяет ей даже повысить цену. Однако это не будет являться свидетельством выгоды данного тура для фирмы, поскольку объем реализации на стадии спада чрезвычайно низок, поэтому тур в «Новогодний Пекин» должен получить новую модификацию, адаптируясь к новым потребностям и развивая сбыт.

В такой ситуации гораздо сложнее определить, кто же будет потенциальным клиентом фирмы. Поэтому произведем расчет тура дополнив его новой программой пребывания в Пекине.

Исследуйте новый туристский продукт «Новогодний Пекин», разработанный ООО Турцентр «Беркут» в 2017 г., с использованием «стратегии ценовых манипуляций» (табл. 2).



Таблица 2 - Процесс формирования цены турпакета «Новогодний Пекин», предложенного ООО Турцентр «Беркут» в 2017 г., рублей

№	Наименование услуги	Услуга за сутки, руб.	Стоимость полной услуги, руб.	
1.	Проживание в 4* отеле «Централ Плаза»** (standard на основе НВ)	2100,0	2100,0*8	16800,0
2.	Трансферт: -аэропорт – отель «Централ Плаза» - аэропорт	300,0	300,0*2	600,0
4.	Авиационный транспорт: Владивосток-Пекин-Владивосток	11525,0	11525,0*2	23050,0
5.	Экскурсионные программы: Великая китайская стена; Площадь Тяньаньмень; Празднование новогоднего праздника в ресторане «The Siji Minfu Restaurant»			188,0 202,0 500,0
6.	Медицинская страховка			500,0
7.	Виза (взрослый)			3000,0
	Себестоимость:			44840,0
7.	За безналичный расчет	7%		3138,8
	Итого затрат:			47978,8
8.	Прибыль фирмы (комиссия), (или «+» 10-15 % от «итого затрат»)			7196,82
	Итого цена тура:			55175,62
9.	НДС (13%)			7172,83
	Стоимость путевки			62348,45
	Применение «психологических» цен:			62499,00

«Стратегия ценовых манипуляций» может проявляться в следующих вариантах: *снижение стоимости проживания* (замена 4* отеля на менее комфортабельный) ведет к снижению цены на тур; *отмена* (частичная или полная) *экскурсионной программы* ведет к снижению цены тура; *заказ дополнительного питания* увеличивает цену тура и т.д

Контрольная точка №3 (аудиторный тест)

1. Развитие российской гостиничной индустрии схоже с развитием:
 1. европейской гостиничной индустрии
 2. американской гостиничной индустрией
2. Что из перечисленного может быть формой присоединения гостиницы к гостиничной цепи:
 1. франчайзинговое соглашение
 2. договор на управление
 3. стратегические маркетинговые альянсы
 4. покупка гостиничной цепью
3. Организованные и неорганизованные потребители, конкуренты, банки, логистические посредники относятся:
 1. к внутренней среде логистической системы управления гостиничным предприятием



2. к внешней среде логистической системы управления гостиничным предприятием
4. Согласно сложившейся практике гостиничного бизнеса, наиболее эффективной является система управления:
 1. с иностранным менеджментом
 2. акционерной гостиницей или частной
 3. гостиницей ведомственного подчинения
5. При разработке финансовой стратегии гостиницы необходимо:
 1. согласование стратегических нормативов финансовой деятельности по времени с реализацией показателей общей стратегии предприятия
 2. согласование всех стратегических нормативов финансовой деятельности по времени
 3. согласование нормативов финансовой деятельности по времени: и между собой, и с реализацией показателей общей стратегии предприятия
6. Продукт, созданный на базе научного исследования и существенно отличающийся от предыдущих - это:
 1. инновация
 2. нововведение
 3. и то и другое
7. Антикризисное управление направлено:
 1. на предотвращение кризиса
 2. на обеспечение функционирования предприятия в условиях кризиса
 3. на выработку действий для выхода предприятия из кризиса
8. Высший уровень управления в гостинице представлен:
 1. владельцем гостиницы
 2. владельцем гостиницы, генеральным директором
 3. владельцем гостиницы, генеральным директором, менеджерами служб
9. Управленческий уровень гостиницы представлен:
 1. горничными, старшими портье, старшими официантами
 2. менеджерами служб, заведующими смен, старшими горничными
 3. генеральным директором, менеджерами служб
10. Технический уровень управления гостиницей:
 1. горничные, уборщики, старшие портье
 2. заведующие смен, старшие горничные
 3. старшие горничные, горничные, официанты
11. Организационную структуру гостиницы определяют следующие основные факторы:
 1. назначение, месторасположение, профессиональный состав
 2. назначение, вместимость номерного фонда, специфика гостей, категория гостиницы
 3. месторасположение, категория гостиничных услуг, профессиональный состав
12. Корпоративная гостиничная цепь - это гостиничное предприятие, предусматривающее:
 1. правовую независимость партнеров
 2. временное объединение независимых гостиничных предприятий на договорной основе
 3. объединение гостиничных предприятий под единым руководством, единой системой стандартов, материально-технической базы и услуг
13. Ассоциативная гостиничная цепь - это гостиничное предприятие, предусматривающее:
 1. временное объединение независимых гостиничных предприятий на договорной основе
 2. объединение гостиничных предприятий под единым руководством
 3. правовую независимость партнеров
14. Основные услуги гостиницы составляют:



1. размещение, питание, организация досуга
2. размещение и питание
3. бытовое, экскурсионное обслуживание
15. Классификация гостиниц регламентируется на уровне:
 1. международном
 2. национальном
 3. региональном
16. Без дополнительной оплаты гостям могут быть представлены следующие виды услуг:
 1. вызов такси, экспресс-уборка, заказ мест в ресторанах
 2. вызов скорой помощи, побудка к определенному времени, доставка корреспонденции в номер, предоставление кипятка в номер
 3. услуги спортивно-оздоровительных центров, заказ автотранспорта по заявке гостей, заказ билетов на концерты
17. Перечень оказываемых услуг зависит от:
 1. категории гостиницы
 2. месторасположения гостиницы
 3. количества гостиничных служб
18. Системы жизнеобеспечения гостиницы состоят из:
 1. энергоснабжения, теплоснабжения, водоснабжения, вентиляции, канализации, мусоропровода
 2. энергоснабжения, теплоснабжения, водоснабжения, системы пожарной сигнализации, внутреннее радиовещание
 3. энергоснабжения, теплоснабжения, системы пожарной сигнализации, системы безопасности, радиовещания
19. Классификация гостиниц по критерию назначения:
 1. гостиницы делового назначения, транзитные, расположенные в горах
 2. гостиницы делового назначения, транзитные, курортные, туристские
 3. гостиницы делового назначения, транзитные, фешенебельные гостиницы, бюджетные гостиницы
20. Самой крупной по числу сотрудников является служба:
 1. административная
 2. управления номерным фондом
 3. организации питания
 4. коммерческая
 5. инженерно-техническая

Контрольная точка №4 (групповой проект)

«Анализ эффективности туристического и гостиничного бизнеса»

Группа студентов делится на подгруппы от 2 до 4 человек в каждой. Каждая подгруппа проводит исследование по выбранному предприятию в сфере туризма и гостеприимства в рамках темы группового проекта (поиск данных по предприятиям может осуществляться студентами самостоятельно, либо используя сайты: <http://www.e-disclosure.ru>, <http://www.skrin.ru>, <http://www.inform-prof.ru> и др.). После исследования готовится пояснительная записка, на основе которой выполняется презентация и пишется речь.

Каждая подгруппа презентует свой групповой проект в форме мультимедийной презентации. По окончании презентации предполагается небольшая групповая дискуссия и ответы на возможные вопросы других команд. Последним этапом защиты групповых проектов является подведение итогов и оценка результатов работы подгрупп.



Примерное содержание группового проекта.

Титульный лист

Введение (1-2 страницы)

1. Теоретическая часть (5-7 страниц)

2. Аналитическая часть (10-15 страниц)

Выводы и рекомендации (2-3 страницы)

Список используемой литературы (не менее 10).

Оформление списка рекомендуется проводить в соответствии с ГОСТ 7.1.-84.

Перечислить использованную литературу необходимо списком со сквозной нумерацией в алфавитном порядке, а также указать ссылки на ЭБС <http://znanium.com/>.

Промежуточная аттестация (тестовые задания)

Примерные варианты тестовых заданий:

1. Какие признаки отличают туриста от всех остальных путешественников согласно Российскому

Законодательству?

- 1) цель поездки
- 2) расстояние и продолжительность
- 3) цель поездки и расстояние
- 4) продолжительность и цель поездки

2. Какая из перечисленных поездок является туристской согласно Российскому законодательству?

- 1) мистер X отправился в двухлетнее кругосветное путешествие на собственной яхте
- 2) мадам X, выехавшая на несколько месяцев в другую страну, работает в семье гувернанткой
- 3) мистер X и Y отправились организованной группой в Китай на выставку ЭКСПО
- 4) мадам X поехала отдохнуть в Новую Зеландию на неопределенный срок

3. Туроператор, согласно Российскому Законодательству, - это:

- 1) посредник между разработчиком турпродукта и клиентом
- 2) туристская фирма, которая разрабатывает, продвигает и реализует турпродукт
- 3) крупная туристская компания
- 4) любая компания, оказывающая туристам услуги.

4. Какой из факторов, влияющих на развитие туризма, относится к динамичному?

- 1) использование рабочего времени
- 2) географический
- 3) культура питания
- 4) климатический

5. Что принято называть экономике международного туризма пассивным туризмом?

- 1) экспорт услуг туристам
- 2) наблюдение за спортивными мероприятиями
- 3) въезд туристов
- 4) выезд туристов и вывоз из страны валютных средств.

6. Безопасность в туризме – это:

- 1) личная неприкосновенность туристов
- 2) безопасность принимающих государств и туристов
- 3) экологическая безопасность и безопасность туристских фирм
- 4) личная безопасность туристов и их имущества, безопасность туристских фирм, принимающих государств и экологическая безопасность.



7. От чего зависит обслуживание на авиатранспорте?
- 1) от цены
 - 2) от продолжительности полета
 - 3) от социального положения
 - 4) от класса обслуживания
8. Туроператоры классифицируются по:
- а) виду деятельности;
 - б) месту деятельности;
 - в) подразделениям туристской организации;
 - г) структуре туристской организации.
9. Какие элементы включает в себя концепция круизного отдыха?
- 1) перевозка туристов
 - 2) перевозка и время на берегу
 - 3) перевозка и питание
 - 4) перевозка, питание, развлечения и время на берегу.
10. По какой схеме исторически происходило развитие гостиничного бизнеса в России?
- 1) таверна – мотель
 - 2) постоялый двор – гостиница
 - 3) корчма – гостиница
 - 4) капеллями – мотель
11. Какое из средств размещения не относится в России к специализированным?
- 1) пансионат
 - 2) санаторий
 - 3) лагерь труда и отдыха
 - 4) конгресс – центр
12. Франчайзинг предусматривает:
- 1) правовую независимость партнеров
 - 2) слияние в одно предприятие
 - 3) передачу прав пользования торговой маркой без обязательств с другой стороны
 - 4) неподчинение управленческим критериям крупной фирмы в течение времени, обусловленного договором
13. Какими временными параметрами пребывания вне постоянного места жительства ограничено понятие «турист» согласно определению ООН, данному в 1993 г.?
- 1) от 12 до 24 часов
 - 2) от 24 часов до года
 - 3) от 24 часов до 6 месяцев
 - 4) от 24 часов до нескольких лет
14. Укажите категорию, не относящуюся к туристам и экскурсантам согласно международной практике?
- 1) однодневные посетители, находящиеся в стране(месте) временного пребывания менее 24 часов (без ночевки)
 - 2) лицо, находящееся в месте временного пребывания до года
 - 3) группа лиц, осуществляющая поездку с паломническими целями в течение 3 месяцев
 - 4) работник приграничной зоны
15. Что не относится к экономической функции туризма?
- 1) создание новых рабочих мест
 - 2) восстановление работоспособности населения
 - 3) развитие местной инфраструктуры
 - 4) увеличение валютных поступлений



16. Какой из вариантов наиболее отражает сущность экологического туризма?

- 1) охрана относительно нетронутых уголков природы
- 2) сохранение местной флоры и фауны с помощью средств от экотуризма и обеспечение занятости местного населения
- 3) занятость местного населения
- 4) получение прибыли и занятость населения

17. Какой из ответов отражает ситуацию, при которой для Германии характерен туристский импорт, а для Великобритании – туристский экспорт?

- 1) из Германии в Великобританию – ввоз туристских впечатлений, а из Великобритании в Германию – ввоз валюты
- 2) в Великобританию – ввоз валюты и туристов, а в Германию – вывоз туристских впечатлений и сувениров
- 3) в Германию – ввоз туристских впечатлений и сувениров, а в Великобританию – ввоз туристов
- 4) в Великобританию – ввоз туристских впечатлений и сувениров, в Германию – ввоз туристов и валюты.

18. Основные преимущества авиационного транспорта для туристов:

- 1) низкая стоимость
- 2) комфортабельность и скорость
- 3) скорость доставки
- 4) продолжительность и высота полета

19. Трансфер – это:

- 1) предоставление автобуса для обеспечения встречи туристов или туристских групп
- 2) проезд туристов из одной страны в другую через промежуточные страны
- 3) предоставление транспортного средства для обеспечения встречи / проводов туристов или туристских групп
- 4) индивидуальное путешествие на автомобиле.

20. Какой из перечисленных видов транспорта является для туристов наиболее комфортабельным?

- 1) автобус
- 2) круизное судно
- 3) самолет
- 4) автомобиль

21. Структурное подразделение, осуществляющее процедуру резервирования номеров посредством телефонных звонков, через коммерческих представителей гостиниц, почтой, телексом, факсом, электронной почтой:

- a) служба приема и размещения
- b) служба консьержей
- c) инженерно-техническая служба
- d) служба бронирования

22. Коэффициент загрузки гостиницы это:

- a) процентное отношение фактически занятых номеров в гостинице к общему количеству номеров в гостинице
- b) отношение общего числа гостей к числу проданных номеров
- c) отношение количества занятых номеров к количеству восьмичасовых горничных смен
- d) отношение разности числа гостей и числа проданных номеров к числу проданных номеров

23. Цена за номер или место в гостинице НЕ зависит от:



- a) количества дней пребывания в гостинице
 - b) низкого спроса на гостиницу
 - c) погодных условий
 - d) % занятости номеров
24. В гостиничном бизнесе основной услугой является:
- a) предоставление услуг бизнес-центра
 - b) предоставление услуг фитнес-центра
 - c) оказание медицинских услуг
 - d) предоставление размещения
25. Гостиница обязана предоставить гостю без дополнительной оплаты:
- a) услуги прачечной
 - b) услуги переводчика
 - c) экскурсионные услуги
 - d) пользование медицинской аптечки
26. Стадия традиционного жизненного цикла гостиницы, использующая информационную рекламу:
- a) стадия внедрения
 - b) стадия роста
 - c) стадия спада
 - d) стадия зрелости
27. К факторам микросреды гостиничного предприятия (среда прямого воздействия) относятся:
- a) спрос на рынке
 - b) уровень конкуренции
 - c) потребители
 - d) погодные условия
28. Назовите наиболее важные критерии для сегментации рынка:
- a) уровень платежеспособного спроса
 - b) географические, демографические и поведенческие критерии
 - c) сложившиеся традиции в потреблении
 - d) выгоды покупателей
29. Система управления конкурентоспособностью внедряется для:
- a) улучшения качества продукта, услуг
 - b) достижения минимально возможных издержек
 - c) организации всей производственно-хозяйственной деятельности в условиях рыночной экономики
 - d) достижения оптимального соотношения между качеством услуг и его издержками, а также повышения экономичности и оперативности послепродажного обслуживания
30. К дополнительным услугам относятся:
- a) медицинская помощь
 - b) организация продажи билетов на все виды транспорта
 - c) экскурсионное обслуживание
 - d) прокат автомобилей

Промежуточная аттестация (практическое задание)

Практическое задание 1

Рассчитать стоимость обслуживания по индивидуальному туру «Москва-Мальта-Москва», реализуемому Владивостокским турагентом от имени туроператора. Стоимость путевки по договору составляет \$ 986, агентское вознаграждение - 15%. Турагент кроме



реализации тура предлагает собственные услуги:

Размещение и трансфер в Москве – 2 дня размещения, стоимость обслуживания в день составляет 250 руб., трансфер на собственном автобусе туроператора, стоимость обслуживания в час составляет 285 руб, прибытие в аэропорт Шереметьево, оплата турагентом по факту. Предусмотреть и расшифровать дополнительные услуги по реализации тура.

Практическое задание 2

Рассчитать калькуляцию тура при условии:

1. Туристское предприятие предоставляет обслуживание по двум направлениям – организация собственных туров по маршруту Владивосток-Токио-Владивосток ,продажа во Владивостоке туров московского туроператора .
2. Исходная база для туроператорской деятельности:
 - стоимость аренды судна – \$ 30 000 ; страховка входит в стоимость, продолжительность тура 7 дней.
 - визовая поддержка на одного туриста – 500 руб;
 - средняя загрузка судна – 150 туристов; 30 мест 1 класса, 50 мест 2-го класса и 70 мест 3-го класса. Дифференциация стоимости проезда в зависимости о классности кают устанавливается туроператором
 - дирекция круиза – 3 человека;
 - культурно-развлекательные расходы – 25 руб. на одного туриста;
3. Исходная база для турагентской деятельности:
 - средняя стоимость путевки туроператора \$900, комиссия – 10%.
 - Предусмотреть дополнительные расходыПланируемое количество туристов в год 50 человек.

Практическое задание 3

Общий номерной фонд отеля – 155 номеров, в ремонте из них 8 номеров. Выручка за день составила 598000 рублей, из них стоимость завтраков 46500 рублей. Рассчитать ADR и RevPar номера.

Практическое задание 4

Общий номерной фонд отеля – 550 номеров, загрузка на текущий день составила 75%, выручка на текущий день составила 1800000 рублей. Рассчитать ADR и RevPar.

7.4. Содержание занятий семинарского типа.

Занятия семинарского типа по дисциплине «Экономика предприятий (организаций)» проводятся в *форме практических занятий*.

РАЗДЕЛ 1. ТУРИЗМ КАК ОТРАСЛЬ НАУКИ

Практическое занятие 1

Вид практического занятия: устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение ситуационных задач

Тема и содержание занятия: Индустрия туризма и определение её конъюнктуры

Цель занятия: закрепление теоретических знаний об основах индустрии туризма и ее конъюнктуры

Содержание: Экономическая сущность туризма и его материально-техническая база. Формы организации туризма. Особенности развития и роль аграрного туризма в структуре региональной экономики. Определение конъюнктуры туристского рынка.



Практические навыки: навыки закрепления знаний об индустрии туризма и ее конъюнктуры

Продолжительность занятия – 4 часа / 0,25 часа.

Контрольные задания:

Вопросы для устного или письменного опроса

1. Дайте определение понятия «экономика туризма».
2. Какие выделяются уровни в экономике туризма и какова их взаимосвязь?
3. Дайте характеристику лимитирующим факторам экономики туризма.
4. Дайте характеристику туризму как сфере хозяйственной деятельности.
5. Объясните экономическую целесообразность въездного туризма.
6. Приведите направления проникновения туризма в другие отрасли экономики.
7. Объясните, в чем заключается социокультурное воздействие туризма. Приведите примеры.
8. В чем возможные негативные последствия от развития туризма? Как их можно минимизировать?
9. Как оценивается степень экономического развития туризма в нашей стране?
10. Какие методики, методы, модели можно использовать при прогнозировании спроса в туризме? Какие элементы маркетингового анализа важно при этом учитывать?

Эссе

1. Роль туризма в познании окружающего мира
2. Место и роль туризма в развитии экономики страны
3. Туристский потенциал России. Оценка и перспективы развития
4. Воздействие мировых инфляционных процессов на развитие туризма
5. Воздействие мирового экономического кризиса на развитие туристской отрасли

Тестовые задания

1. Укажите, какой классификационный признак взят за основу при группировке хозяйствующих субъектов в соответствии с выполняемыми ими функциями:
 - а) принадлежность к производственной, непроизводственной сфере;
 - б) территориальный;
 - в) отраслевой;
 - г) вид экономической деятельности.
2. Определите, что понимается под экономической деятельностью:
 - а) отдельный вид деятельности, имеющий признаки умственного труда;
 - б) вид деятельности, обеспечивающий производство продукта;
 - в) вид деятельности, направленный на сбыт продукта;
 - г) сочетание действий, приводящих к получению определенного набора продукции или услуг.
3. Обозначьте, что представляет собой туризм:
 - а) путешествие с целью отдыха;
 - б) вид экономической деятельности;
 - в) активные формы восстановления умственных и физических способностей человека;
 - г) способ проведения свободного времени.
4. Укажите, в чем отражается сущность туризма.
 - а) в процессах организации тура;
 - б) в способах туристического обслуживания;
 - в) в специфике деятельности туристического агентства;
 - г) в средствах, видах, формах.



5. Укажите, что представляет собой конечный результат туристической деятельности:
- товар;
 - услугу;
 - туристический продукт;
 - туристическую путевку.
6. Обозначьте отличительные признаки туристического продукта как товара:
- потребительная стоимость;
 - неосвязаемость;
 - стоимость.
7. Назовите основные составляющие турпакета:
- размещение, транспорт, питание;
 - трансфер, размещение, развлечение;
 - питание, размещение, транспорт;
 - место назначения, транспорт, размещение.
8. Что понимается под экономической средой туризма?
- внутренняя среда;
 - внешняя среда;
 - общая среда.
9. Укажите определяющий фактор в выборе туристами региона для посещения:
- демографический;
 - культурный;
 - природно-географический.
10. Что понимается под туристической политикой?
- государственное регулирование;
 - система органов управления;
 - система норм, правил и методов.
11. В чем проявляется помощь государства туристическому сектору?
- в отслеживании тенденций развития;
 - централизованном управлении;
 - финансовой поддержке.
12. Определите средства реализации государственной политики:
- административные;
 - экономические.
13. Определите аспекты реализации туристической политики:
- международный;
 - региональный;
 - внутренний.
14. Определите, какая роль в туристической политике отводится ассоциациям:
- наблюдателя;
 - законодателя;
 - лоббирования интересов туристических фирм.
15. Обозначьте, что является основой для анализа, исследования и управления туризмом:
- юридические акты;
 - база статистических данных.

Ситуационные задачи

Задача 1.



Существует множество определений туризма. Каждый автор со своей позиции обосновывает подходы к толкованию этой категории. Все они в той или иной мере отражают суть этого понятия. В России принят Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в определенной степени регламентирующий туристический бизнес. Однако до сих пор четко не определено, что представляет собой туризм. Отрасль народного хозяйства? Если да, то какое место в нем отведено туризму? А может быть это вид деятельности? Почему важен единый подход к толкованию категории «туризм»? Какова ваша позиция по данному вопросу?

Аргументируйте свой ответ, ссылаясь на полемику по этой теме в специальной литературе, анализ рынка туристических продуктов и услуг и др.

Задача 2.

Анализ направлений деятельности туристических фирм показывает, что практически 90 % из них работают на внешний рынок. Это значит, что в выездном туризме можно обойтись без отечественных фирм. Они, как правило, являются только перекупщиками продукта компаний тех стран, куда выезжают туристы.

Известно и то, что Россия во многих отношениях уникальна по своей туристической привлекательности. Этот фактор, один из важнейших для развития въездного туризма, позволяет привлечь в страну иностранную валюту.

Разработайте рекомендации, способствующие развитию въездного туризма. Используйте мировой опыт и рекомендации Всемирной туристической и Всемирной торговой организаций.

Практическое занятие 2

Вид практического занятия: устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение ситуационных задач

Тема и содержание занятия: Механизмы функционирования туристского рынка

Цель занятия: закрепление теоретических знаний в области механизмов функционирования туристского рынка

Содержание: Система действия экономических рычагов для сбалансированности спроса и предложения на туристский продукт. Туристский кругооборот. Скорость туристского кругооборота. Туристские и денежные потоки. Инвестиции в туристскую отрасль. Создание новых видов туристского продукта

Практические навыки: навыки закрепления знаний об механизмах функционирования туристского рынка

Продолжительность занятия – 4 часа / 0,5 часа.

Контрольные задания:

Вопросы для устного или письменного опроса

1. В чем заключается отличие туристской деятельности от экскурсионной?
2. Перечислите основные функции туризма и укажите примеры наиболее возможных вариантов их реализации
3. Охарактеризуйте туристические и денежные потоки.
4. В чем состоит сущность туристического кругооборота.
5. Схематично представьте механизм функционирования туристского рынка
6. В чем заключается значимость международного туризма?
7. Перечислите основные факторы развития международного туризма.
8. Каковы важнейшие направления развития международного туризма?
9. Какое влияние на развитие международного туризма оказывает фактор сезонности?



10. Какие способы преодоления сезонности используют в своей практической деятельности производители туристских услуг?
11. Каковы особенности национального туристского рынка?
12. Структура туристского рынка России и ее особенности.
13. Каково современное состояние туристского рынка России?
14. Перечислите и охарактеризуйте основные тенденции динамики туристского рынка.
15. Какие факторы благоприятствуют, а какие препятствуют развитию туризма в России?

Эссе

1. Динамика спроса и предложения на российском туристском рынке
2. Роль государства в развитии туристской сферы
3. Предпринимательство в туризме: специфика и основные направления развития
4. Основные сегменты туристского рынка
5. Основные методы и способы продвижения туристского продукта
6. Инвестиции в туристскую отрасль

Ситуационные задачи

Задача 1.

На основе представлений о критериях понятия «туризм» определите, в каких из приведенных ниже случаев идет речь о туристах, а в каких нет:

- профессор Аверьянов из Санкт-Петербурга провел неделю в своем загородном доме;
- житель Самары, отправляясь за покупками, посетил парк отдыха;
- семья Сидорова живет в Зеленограде, что находится в 30 км от Москвы. Сидоров каждую неделю ездит в Москву, где работает три дня в неделю и живет в гостинице;
- господин Ипатов навещает друзей в Киеве;
- госпожа Никанорова, проживающая в Тольятти, отправляется на конференцию в Новосибирск;
- семья Косаревых из Москвы отправляется на олимпийские игры в Калгари.

Задача 2.

Изучите и проанализируйте ситуации на рынке туристических товаров и услуг по итогам работы активного сезона (газеты «Туризм и отдых», «Путешественник»), выявите тенденции и закономерности, которые наблюдались в этот период.

Нарисуйте графики спроса и предложения туристических продуктов и услуг. Как в этой ситуации проявляется действие закона спроса и предложения? Сделайте выводы.

Задача 3.

Спрос и предложение оказывают на реальные доходы производства существенное влияние, которое обнаруживается через показатели эластичности спроса и предложения. Последние имеют не только теоретическую, но и практическую значимость.

Перечислите и охарактеризуйте несколько экономических показателей работы турфирмы, зависящих от эластичности покупательского спроса и предложения туристического продукта вашей турфирмы.

Задача 4.

С целью сохранения своего положения на рынке туристических услуг и повышения конкурентоспособности туристические фирмы к каждому активному сезону предлагают новые туры, которые обходятся фирме довольно дорого, так как велики затраты на их разработку. Тем не менее, это расширяет спектр предложений. Вместе с тем туристические продукты, которые пользуются довольно устойчивым спросом, производят порядка 50 % турфирм (Болгария, Греция, Испания и др.).



Почему турфирмы не опасаются «затоваривания» рынка? Как они противостоят этому? Какие сопоставления и оценки следует привести при определении эффективности и выгоды новых дорогостоящих туров? Действие каких экономических законов проявляется в данной ситуации?

Задача 5.

Создайте новый вид туристского продукта

Практическое занятие 3

Вид практического занятия: устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение ситуационных задач

Тема и содержание занятия: Развитие отрасли туризма: темпы и факторы

Цель занятия: закрепление теоретических знаний в области развития отрасли туризма

Содержание: Этапы развития отрасли туризма. Особенности современного этапа развития туризма. Тенденции современного этапа развития туризма

Практические навыки: навыки закрепления знаний о темпах и факторах развития отрасли туризма

Продолжительность занятия – 4 часа / 0,25 часа.

Контрольные задания:

Вопросы для устного или письменного опроса

1. Каково экономическое и политическое значение туризма?
2. Охарактеризуйте этапы развития отрасли туризма в России
3. Приведите примеры негативного и позитивного воздействия туризма.
4. Выявите мировые и российские тенденции строительства туристских объектов и их комплексов.
5. Какие факторы оказывают влияние на рост индустрии туризма в современный период?
6. Определите место туроператоров и турагентов на туристском рынке

Эссе

1. Роль рекламы в развитии туристского бизнеса
2. Конкуренция на рынке туристских услуг
3. Формирование спроса на туристский продукт
4. Экономический рост и развитие туризма
5. Россия на мировом туристском рынке
6. Современная структура издержек туристского предприятия
7. Формирование доходов туристского предприятия
8. Тур как экономическая категория
9. Тенденции современного этапа развития туризма

Тестовые задания

1. Тур агентская деятельность представляет собой:
 - а) Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
 - б) Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
 - в) Деятельность по формированию и продвижению туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем



2. Туроператорская деятельность представляет собой:

- а) Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
- б) Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
- в) Деятельность по формированию и продвижению туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем

3. Туризм выездной – это:

- а) Путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно
- б) Путешествия в пределах Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Р.Ф
- в) Путешествие лиц, постоянно проживающих в Р.Ф, в другую страну

4. Туристский продукт – это:

- а) Право на тур, предназначенное для реализации туристу
- б) Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков
- в) Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия

5. Какие признаки отличают туриста от всех остальных путешественников согласно Российскому Законодательству?

- 1) цель поездки
- 2) расстояние и продолжительность
- 3) цель поездки и расстояние
- 4) продолжительность и цель поездки

6. Какая из перечисленных поездок является туристской согласно Российскому законодательству?

- 1) мистер X отправился в двухлетнее кругосветное путешествие на собственной яхте
- 2) мадам X, выехавшая на несколько месяцев в другую страну, работает в семье гувернанткой
- 3) мистер X и Y отправились организованной группой в Китай на выставку ЭКСПО
- 4) мадам X поехала отдохнуть в Новую Зеландию на неопределенный срок

7. Туроператор, согласно Российскому Законодательству,- это:

- 1) посредник между разработчиком турпродукта и клиентом
- 2) туристская фирма, которая разрабатывает, продвигает и реализует турпродукт
- 3) крупная туристская компания
- 4) любая компания, оказывающая туристам услуги.

8. Какой из факторов, влияющих на развитие туризма, относится к динамичному?

- 1) использование рабочего времени
- 2) географический
- 3) культура питания
- 4) климатический

9. Что принято называть экономике международного туризма пассивным туризмом?

- 1) экспорт услуг туристам



- 2) наблюдение за спортивными мероприятиями
 - 3) въезд туристов
 - 4) выезд туристов и вывоз из страны валютных средств.
10. Какими временными параметрами пребывания вне постоянного места жительства ограничено понятие «турист» согласно определению ООН, данному в 1993 г.?
- 1) от 12 до 24 часов
 - 2) от 24 часов до года
 - 3) от 24 часов до 6 месяцев
 - 4) от 24 часов до нескольких лет

Ситуационная задача

Задача 1.

Активное развитие туризма обусловило необходимость его правовой регламентации, т. е. выработки различных правовых институтов и создания специализированных туристических организаций.

Сделайте обзор и охарактеризуйте нормативно-правовую базу, регламентирующую туристическую деятельность в России на международном уровне.

Каково ваше мнение о принятом в России Законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»? Внесите предложения по его совершенствованию.

Схематично представьте структуру управления международным туризмом и туризмом в России, включив в нее на всех уровнях самые значимые организации.

Какова роль государства в управлении туризмом?

Задача 2.

Туристическая фирма должна быть в состоянии эффективно реагировать и приспосабливаться к изменениям как внутренней среды, так и внешнего окружения, чтобы обеспечить свое выживание, выдержать конкуренцию и достичь поставленных целей.

Дайте определение конкурентоспособности туристической фирмы.

По каким показателям или критериям возможно сравнение ряда туристических фирм с целью определения ее конкурентоспособности? Как это просчитать экономически и какие источники информации взять за основу? Разработайте рекомендации, которые позволят повысить конкурентоспособность туристической фирмы.

РАЗДЕЛ 2. ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Практическое занятие 4

Вид практического занятия: устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение задач, решение ситуационных задач

Тема и содержание занятия: Особенности ценообразования на туристском рынке

Цель занятия: закрепление теоретических знаний о ценообразовании на туристском рынке

Содержание: Внутренние и внешние факторы, определяющие цену туруслуг. Стратегии ценообразования. Методы определения базовых цен: на основе издержек, на базе спроса, на основе цен конкурентов, по норме рентабельности, ценообразование проникновения на рынок. Формирование цены турпродукта. Определение условий



обслуживания, перечня услуг по размещению, питанию, перевозке, трансферту, экскурсионной программе, встречам-проводам.

Практические навыки: навыки закрепления знаний об особенностях ценообразования на туристском рынке

Продолжительность занятия – 4 часа / 0,5 часа.

Контрольные задания:

Вопросы для устного или письменного опроса

1. Что отражает цена как экономическая категория?
2. Посредством чего проявляется сущность цены?
3. Перечислите и раскройте содержание функций цены.
4. Участвует ли цена в управлении экономикой? Как это проявляется на микро- и макроуровнях?
5. Раскройте сущность процесса ценообразования.
6. Ценовая политика в туризме.
7. Порядок и методика расчета цены на туристский продукт.
8. Факторы, влияющие на цену туристского продукта.
9. Какие методы используются для расчета цен?
10. Охарактеризуйте процесс формирования цены на туристский продукт
11. От чего зависит стратегия ценообразования на туристическом предприятии?
12. Проанализируйте внутренние и внешние факторы, влияющие на цену туристического продукта (услуги).
13. Каким образом должны строить собственную ценовую политику туристические предприятия?
14. Какова степень свободы туристических предприятий в установлении цен?
15. Может ли туристическое предприятие преследовать несколько целей в ценообразовании?

Эссе

1. Ценообразование в туризме
2. Экономический анализ деятельности туристских предприятий
3. Пути и методы снижения себестоимости туристских услуг
4. Методы ценообразования в деятельности туроператоров.
5. Ценовая структура туристского продукта.

Тестовые задания

1. Назовите, каким образом проявляется экономическая сущность цены:
 - а) посредством функций;
 - б) количественным выражением.
2. Определите, какая из перечисленных ниже функций цены является приоритетной:
 - а) учетная;
 - б) стимулирующая;
 - в) распределительная;
 - г) сбалансированного спроса и предложения;
 - д) как средства рационального размещения производства.
3. Установите, какие принципы являются наиболее важными в системе ценообразования:
 - а) научности;
 - б) сочетания свободных и регулируемых цен;
 - в) непрерывности;



- г) государственного контроля за соблюдением законодательства в области ценообразования;
- д) единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен;
- е) разграничения полномочий субъектов ценообразования.
4. Укажите, по каким критериям классифицируются цены:
- а) в зависимости от степени свободы цен от воздействия государства;
- б) в зависимости от обслуживаемой ими сферы товарного обращения;
- в) в зависимости от территории действия.
5. Назовите, что включает методология ценообразования в туризме:
- а) совокупность правил, принципов и методов;
- б) формирование системы цен;
- в) стратегию ценообразования.
6. Установите, какой фактор больше, чем другие, определяет рентабельность туристической фирмы:
- а) основной капитал;
- б) трудовой ресурс;
- в) цена.
7. Определите, что принимается во внимание при разработке стратегии ценообразования туристической фирмы:
- а) потребности потенциальных клиентов;
- б) особенности рынка;
- в) соблюдение принципа связи цены с качеством обслуживания.
8. Назовите методы ценообразования, которые главенствуют в туризме:
- а) средние издержки плюс прибыль;
- б) метод дохода на капитал;
- в) установление цены на уровне текущих цен.

Задачи

Задача 1.

Определите розничную цену турпродукта на основе ценообразования по этапам продвижения турпродукта на рынок, если показатель рентабельности деятельности составляет 30%:

- себестоимость пансионата – 8 тыс. руб.;
- себестоимость туроператора – 2 тыс. руб.;
- себестоимость турагента – 0,9 тыс. руб.

Задача 2.

Туристическая фирма в г. Москва заключила выгодный для нее контракт с иностранным партнером в Болгарии на обслуживание детских групп (2 недели) в летний период. Стоимость обслуживания в Болгарии одного человека (питание, проживание, экскурсионная программа) – 195 дол. США.

При количестве детей в группе 40 человек болгарская сторона принимает на бесплатное обслуживание двух руководителей.

На основе исходных данных рассчитайте стоимость одной путевки пребывания в Болгарии, дол. США:

Необходимое количество преподавателей-воспитателей на группу 40 человек, чел.....	3
Аренда автобуса	3500
Страховка на одного человека	5
Командировочные водителю	160



Оплата проезда по автобану и платные стоянки.....	100
Таможенные расходы	150
Затраты, связанные с оформлением документов для выезда за границу	100
Командировочные расходы на преподавателя.....	50
Заработная плата специалиста	50
Прочие расходы на одного человека.....	5
Рентабельность тура, %	10

В расчетах используйте официальный курс доллара, установленный на момент решения задачи.

Задача 3.

Туристская фирма в Москве заключила выгодный контракт с иностранным партнером в Болгарии на обслуживание летом детских групп. Стоимость обслуживания в Болгарии одного человека (питание, проживание, экскурсионная программа) – 200 дол. При количестве детей в группе 30 человек болгарская сторона принимает на бесплатное обслуживание двух руководителей.

Рассчитайте стоимость одной путевки пребывания в Болгарии при условиях, приведенных далее:

Исходные данные для расчета стоимости тура, у.е.

Аренда автобуса	3000
Страховка на одного человека	10
Командировочные водителю	150
Оплата платных стоянок	100
Таможенные расходы	200
Затраты, связанные с оформлением документов для выезда за границу	100
Заработная плата специалиста	50
Прочие расходы на одного человека	5
Рентабельность тура	20 %

Необходимое количество преподавателей-воспитателей на группу 40 человек 3 человека

Ситуационные задачи

Задача 1.

Определите цену турпродукта (по Вашему выбору), используя первый подход к ценообразованию – формирование цены по составляющим элементам туристского продукта.

Задача 2.

Для любого предприятия туристской индустрии (по Вашему выбору) проведите анализ ценовой политики конкурентов:

Имя конкурента	Ценовая политика	Описание конкурентного преимущества

Задача 3.

Разработайте программу тура, согласовав все позиции с преподавателем.

Практическое занятие 5



Вид практического занятия: устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение тестовых заданий, решение задач, решение ситуационных задач

Тема и содержание занятия: Экономическая эффективность туристской деятельности

Цель занятия: закрепление теоретических знаний об экономической эффективности туристской деятельности

Содержание: Подходы к определению эффективности производственной деятельности. Аспекты эффективности. Критерии эффективности.

Экономический эффект и издержки в туризме. Три уровня определения экономической эффективности туристской деятельности. Отрицательные экономические и социальные последствия туризма.

Практические навыки: навыки закрепления знаний об экономической эффективности туристской деятельности

Продолжительность занятия – 4 часа / 0, 5 часа.

Контрольные задания:

Вопросы для устного или письменного опроса

1. Объясните механизм действия мультипликатора доходов от туризма.
2. Каким образом проявляется воздействие туризма на международную торговлю, занятость, экологию, социально-культурную сферу?
3. Сформулируйте положительные и отрицательные аспекты туристской деятельности.
4. Определите факторы негативного влияния туризма на внешнюю среду и объясните их последствия.
5. Какие меры можно предпринять для его полного или частичного снижения?
Как трактуется понятие эффективность деятельности туристской системы?
6. Какие выделяются виды эффективности деятельности туристской системы?
7. В чем проявляются особенности оценки эффективности деятельности туристской системы?
8. Что такое результативность деятельности туристской системы?
9. Как оценивается экономическая эффективность функционирования туристской системы?
10. Что такое организационная эффективность функционирования туристской системы?

Эссе

1. Особенности оценки эффективности и результативность деятельности туристской системы.
2. Направления использования модели затраты-выпуск в туризме.
3. Социальная и экологическая эффективность воздействия туристской системы.
4. Организационная и имиджевая эффективность функционирования туристской системы.
5. Взаимосвязь оценок конкурентоспособности и эффективности функционирования туристской системы.

Задачи

1. В прошлом году Турцию посетило 700 тыс. человек. Определить количество туродней, если продолжительность туров варьировалась от 10 до 20 дней.
2. В прошлом году Болгарию посетило 500 тыс. человек. Определить количество туродней, если продолжительность туров варьировалась от 10 до 30 дней.
3. Определить какое количество туристов посетило Египет, если количество туродней в прошлом году составило 14 000 000, а туры длились от 10 до 30 дней.



4. Число койко-мест гостиничного комплекса региона составляет 3000, число койко-мест на турбазах составляет 2000 мест. Сезон длится с июня по август. Определить мощность коечного фонда в регионе.
5. Определить число койко-мест на турбазах в период с июня по сентябрь, если число койко-мест гостиничного комплекса региона составляет 10000, а мощность коечного фонда региона – 4138000 койко-мест
6. Рассчитайте общую потребность в денежных средствах (D_o) на ведение турбизнеса, если потребность в денежных средствах, необходимых для оплаты наемных работников (D_p), составляет 350 тыс. р., для оплаты стоимости приобретенного сырья и материалов (D_c) – 400 тыс. р., для приобретения и использования средств труда ($D_{ст}$) – 700 тыс. р., для оплаты приобретаемой информации ($D_{и}$), – 100 тыс. р., для оплаты услуг сторонних организаций и лиц (строительные работы, транспортные услуги и др. (D_y) – 550 тыс. р.
7. На основании данных предыдущей задачи рассчитайте балансовую прибыль туристской организации, если выручка от туристской деятельности составляет 3 млн р.
8. Рассчитайте чистый дисконтированный доход туристской организации, если балансовая прибыль ($БП$) = 1050 тыс. р., внереализационные доходы (рас- ходы) ($Р(Д)_{внр}$) = 93 тыс. р., налоги ($Н$) = 310 тыс. р., амортизация ($А$) = 175 тыс. р., капитальные вложения в основные фонды, оборотные средства ($КВ_{фос}$) = 160 тыс. р., уменьшение долгосрочной задолженности ($ДЗ_{ум}$) = 450 тыс. р.
9. В результате реализации услуг туристская организация получила вы- ручку в размере 100 ден.ед., при этом затраты составили 80 ден.ед. Определите чистую прибыль и рентабельность организации, если известно, что налоговые платежи составляют 24 % балансовой прибыли.
10. 3. Чистая прибыль туристской организации составила 100 ден.ед., отчисления в фонд накопления равны 25 % чистой прибыли, норматив отчислений в фонд потребления равен 50 % фонда накопления, норматив отчислений в резервный фонд – 6 % чистой прибыли. Определите размер отчислений от чистой прибыли в каждый из фондов и общую сумму отчислений, а также размер нераспределенной прибыли.

Ситуационные задачи

Задание 1.

Используя данные Федерального агентства по туризму, определите динамику изменений экономической роли туризма в РФ за последние 10 лет.

Используя статистические сборники, проведите анализ динамики въездного и выездного туризма в РФ за период 2002—2015 гг.

Систематизируете полученные данные в табличной форме, проведите анализ динамики въездного и выездного туризма за указанный период.

Задание 2.

А— Выделите все виды затрат, которые турист производит в ходе туристской поездки, разделите их на группы: предварительные затраты, затраты непосредственно в месте пребывания; затраты по окончании поездки.

В — Приведите расчет затрат туриста для одного из городов России для каждого из трех видов туристской поездки (с учетом выделенных групп затрат):

- деловой туризм;
- культурный туризм;
- событийный туризм.

Дестинация для каждого вида туризма выбирается студентом самостоятельно.



РАЗДЕЛ 3. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Практическое занятие 6

Вид практического занятия: устный/письменный опрос, выступление с эссе

Тема и содержание занятия: Гостиничный бизнес как часть индустрии туризма

Цель занятия: закрепление теоретических знаний о гостиничном бизнесе как части индустрии туризма

Содержание: Международная классификация средств размещения туристов. Гостиница: понятие и типы. Системы категоризации средств размещения за рубежом и в России. Формы управления гостиничными предприятиями. Состояние развития гостиничного бизнеса в мире.

Практические навыки: навыки закрепления знаний о гостиничном бизнесе как части индустрии туризма

Продолжительность занятия – 4 часа / 0,5 часа.

Контрольные задания:

Вопросы для устного или письменного опроса

1. Дайте определение понятию гостеприимства.
2. Какова этимология слова «гостеприимство»?
3. Как назывался договор о взаимном гостеприимстве в Древней Греции.
4. Какова общая схема обрядов гостеприимства? Охарактеризуйте стадии обряда перехода. Приведите примеры.
5. Какие причины влияют на формирование особенностей гостеприимства у различных народов мира?
6. Назовите культурные отличия в оттенках понятия гостеприимства, существующие в различных национальных традициях?
7. Каковы особенности гостеприимства и причины этого в обществах традиционного типа?
8. В каких элементах культуры могут прослеживаться национальные особенности гостеприимства?
9. Как вы понимаете фразу, что приход гостя перестраивал обычный распорядок жизни семьи?
10. Почему совместная трапеза являлась центральным звеном ритуала традиционного гостеприимства?

Эссе

1. Роль в развитии системы предприятий гостеприимства сыграли путешествия и паломничества на Древнем Востоке
2. Новые типы предприятий индустрии гостеприимства появились в США XX вв.
3. Основные тенденции развития гостиничного бизнеса после II Мировой войны
4. Основные типы предприятий гостеприимства Средневековой Руси.
5. Предприятия гостеприимства европейского типа появились в России при Петре I
6. Новшества гостиницах на рубеже XIX-XX вв.
7. Изменения в отечественной индустрии гостеприимства в начале 1990-х.

Практическое занятие 7

Вид практического занятия: устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение ситуационных задач

Тема и содержание занятия: Модели организации гостиничного бизнеса

Цель занятия: закрепление теоретических знаний о модели организации гостиничного бизнеса



Содержание: Модель Ритца, модель Кемонса Уилсона. Интеграция и сочетание моделей. Разновидности гостиниц согласно моделям организации гостиничного бизнеса.

Практические навыки: навыки закрепления знаний о моделях организации гостиничного бизнеса

Продолжительность занятия – 4 часа / 0,5 часа.

Контрольные задания:

Вопросы для устного или письменного опроса

1. Что такое классификация гостиниц.
2. Назовите национальные системы классификаций. Система букв. Система корон или ключей.
3. Кем разрабатывается и утверждается классификация в разных странах, в России.
4. Коллективные средства размещения. Классификация.
5. Индивидуальные средства размещения. Классификация.
6. Специализированные средства размещения. Классификация.
8. Обслуживание отеля среднего уровня.
9. Обслуживания отеля экономического уровня (ограниченного).
10. Применение знака категории гостиницы и другого средства размещения

Эссе

1. Общего и особенное в биографиях выдающихся организаторов гостиничного и ресторанного дела
2. Гостиничная индустрия Европы и США в 18 – 20 веке. Лидер гостиничной индустрии Конрад Хилтон.
3. Гостиничная индустрия Европы и США в 18 – 20 веке. Лидер гостиничной индустрии Цезарь Ритц
4. Гостиничная индустрия Европы и США в 18 – 20 веке. Лидер гостиничной индустрии Джон Уиллард Мариотт
5. Гостиничная индустрия Европы и США в 18 – 20 веке. Лидер гостиничной индустрии Элсворд Статлер
6. Гостиничная индустрия Европы и США в 18 – 20 веке. Лидер гостиничной индустрии Кеммонс Уилсон

Ситуационные задачи

Ситуационная задача 1.

Перечислите:

- Требования к получению звезд по ВТО: 1*
- Требования к получению звезд по ВТО: 2*
- Требования к получению звезд по ВТО: 3*
- Требования к получению звезд по ВТО: 4*
- Требования к получению звезд по ВТО: 5*

Ситуационная задача 2.

Краткая характеристика предприятия

Предприятие, которое будет рассматриваться и на основании деятельности которой будет проводиться дальнейший анализ, является гостиница «Корвет». Гостиница «Корвет» основана 27 декабря 2001 года.

Отель ориентирован на прием клиентов с повышенными требованиями к качеству номеров и сервисов.(Superior business).

Уже в июне 2001года Московской государственной комиссией стандартизации гостиничных услуг, отелю присвоено четыре звезды. На данный момент это единственно



функционирующая четырех звезд очная гостиница в Астраханской области. Гостиница расположена в 500 метрах от культурного и делового центра города Астрахани.

Все номера в гостинице (а их 66), относятся к классу люкс и оснащены оборудованием мирового стандарта (кондиционер с индивидуальным регулятором температуры, телефон, спутниковое телевидение, радио, фен, мини бар).

Кроме этого в гостинице имеется оздоровительный комплекс, который включает: бассейн, сауну, тренажерный зал, массажный кабинет. Эффективно работает салон красоты. Ресторан гостиницы вмещает 150 человек

Банкетный зал, трансформируемый в конференц-зал, вмещает до 150 человек. Зал оснащен самой передовой техникой, позволяющей проводить семинары, конференции, выставки и ярмарки на самом высоком уровне.

Анализ мотивационных процессов на предприятии

Каждый работник гостиницы «Корвет» имеет собственную систему ценностей, определяющую уникальный набор и соотношение мотивирующих факторов. Поэтому система мотивации в гостинице «Корвет» должна предоставлять работникам максимально широкий и гибкий выбор мотивирующих средств, в рамках которых каждый работник выбирает себе то, что для него обладает наивысшей ценностью.

Проблема мотивирования труда является одной из самых острых проблем, стоящих перед гостиницей «Корвет».

Как правило, руководители рассматривают систему мотивации как инструмент, базирующийся на персональных выплатах работнику.

В «Корвете» система мотивации неотделима от системы начисления фонда оплаты труда.

Согласно принятым системам мотивации работник получает:

- базовую заработную плату в зависимости от иерархического уровня управления;
- премии и бонусы по результатам деятельности подразделения за отчетный период;
- премии и бонусы по результатам личной деятельности работника (личные бонусы и доплаты за исполнение проектов, комиссионные, поддержка обучающихся, и т.д.);
- премии и бонусы по результатам деятельности организации в целом (годовые бонусы).

Такая система мотивации достаточно эффективна в силу низкого уровня жизни, и, для большинства предприятий, сохраняет свою актуальность. Тем не менее, на рынке, несмотря на внешнюю логичность и взвешенность эта система постепенно теряет свою эффективность.

Связано это со следующими факторами: Во-первых, при регулярной выплате бонусов, комиссионных и премий, ценность и мотивирующее воздействие резко снижается - работник привыкает к ним, расценивает их как форму заработной платы, и любое снижение таких, по сути дополнительных, выплат воспринимается как унижение со стороны работодателя.

Во-вторых, начальное мотивирующее воздействие переменной части оплаты труда, как правило, мотивирует творческое начало работника. Но, на практике, активное творчество работодателем практически никогда не требуется. Творчество воспринимается как досадное недоразумение, мешающее текущей регулярной работе. Творчество, с точки зрения современного российского собственника-менеджера, может проявлять либо сам собственник, либо высший руководитель, ибо они и только они «лучше знают и несут ответственность». Возникает конфликт на базе взаимного непонимания, мотивирующее воздействие компенсируется негативным отношением к творческим порывам.

Снижение эффективности мотивации вынуждает работодателя искать новые методы мотивирования персонала. При этом, как правило, моральные «мотиваторы» не



принимаются в расчет, поскольку не вполне понятно - для чего их применять.

Единственным моральным методом мотивации, традиционно применяемым, является метод личного общения.

Моральные поощрения в 85% случаев сводятся к личной похвале и в 10% случаев - к похвале (грамоте, благодарности и проч.) перед лицом коллег. Опять-таки проценты указаны исходя из выборки, которая не может считаться репрезентативной. Таким образом основной моральный фактор - личное общение.

Мотивирующих факторов в данном случае несколько (список может быть продолжен):

- фактор внимания и защиты со стороны высшего руководителя - есть с кем пообщаться, есть на ком проверить свои идеи, есть кому «поплакаться в жилетку» и попросить защиты;

- фактор «своего парня» - с таким руководителем хочется работать, его хочется поддержать и неприлично обманывать;

- фактор сопричастности - близость к центру принятия решений, опережающая информация и обладание конфиденциальной информацией существенно поднимают статус работника;

- фактор влияния - близкие контакты с центром принятия решений провоцируют «синдром советника», при котором работник стремится оказать эмоциональное либо интеллектуальное воздействие на принимаемые решения. Если такое удастся, работник начинает влиять на руководителя в целях укрепления своего статуса, придавая себе вес как лидеру неформальной группы, возможно даже еще не сформированной.

В общем, традиции морального стимулирования, метко отражены термином «доступ к телу». Как показано выше, такие методы мотивации несут в себе серьезную угрозу бизнесу, поскольку влияние работников на руководителя не связано с эффективностью бизнес-системы в целом, а лишь отражают стремление тех или иных специалистов упрочить свой статус на предприятии.

Похвала перед лицом коллег - иначе говоря, призыв к общественному признанию заслуг работника, начинает пользоваться все большей популярностью отечественных менеджеров. Это связано с тем, что такой вид поощрения несет в себе несколько факторов, которые могут быть использованы в управлении:

Фактор статуса - если работника публично похвалили, то значит, что этот работник как бы становится ближе к руководителю, получает моральное право на некую лидирующую позицию;

Фактор команды - тот, кого поощрили публично, начинает себя чувствовать членом «команды», у него появляется чувство ответственности за общий результат;

Фактор выделения - похвалив кого-либо, руководитель разрушает неформальные связи такого работника, особенно, если работник был выделен на фоне негативного отношения к остальным членам группы;

Фактор целеполагания - публичная похвала, фактически, является отражением целей руководителя, показывает работникам «линию партии и правительства».

На основе опроса работников «Корвет» были выяснено следующее:

- * 59% работающих на предприятии, средне удовлетворены размером заработной платы, 15% - полностью неудовлетворены, и 26% - полностью удовлетворены своим заработком.

- * 56% сотрудников не видят перспективы роста в данной организации;

- * 64% опрошенных сказали, что их удовлетворяет взаимоотношение с непосредственным руководителем;

- * 42% работников отметили недостаток информации о целях и задачах предприятия;



- * 69% опрошенных работников удовлетворяет коэффициент важности ответственности выполняемой работы;
- * многие неуверенны в завтрашнем дне;
- * 90% отметили среднюю удовлетворенность в возможности выполнять работу, которая была бы уважаема широким кругом людей;
- * 89% полностью удовлетворены взаимоотношениями с коллегами по работе;
- * больше половины опрошенных не удовлетворяет возможность проявления самостоятельности и инициативы в работе. Остальную же часть удовлетворяет;
- * большинство опрошенных не устраивает соответствия работы с их способностями;
- * 57% не считает работу средством достижения успеха в жизни.

Задание к ситуационной задаче

Внимательно изучите кейс и письменно ответьте на следующие вопросы:

1. Сделайте выводы и анализ мотивационных процессов на предприятии
2. Какие у вас будут предложения по стимулированию и мотивации труда на предприятии. Перечислите и объясните вашу точку зрения.
3. К какой точки зрения склоняетесь лично вы (согласно опросу)? Почему вы сделали такое заключение? И что вас устраивает или не устраивает в работе и системе мотивации предприятия «КОРВЕРТ». Объясните почему.

РАЗДЕЛ 4. ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Практическое занятие 8

Вид практического занятия: устный/письменный опрос, выступление с эссе, решение задач

Тема и содержание занятия: Ценообразование в гостиничном бизнесе

Цель занятия: закрепление теоретических знаний о ценообразовании в гостиничном бизнесе

Содержание: Специфика ценообразования в гостиничном бизнесе. Основные факторы, влияющие на установку цены. Ценовая структура. Тарифы. Методы ценообразования.

Практические навыки: навыки закрепления знаний о ценообразовании в гостиничном бизнесе

Продолжительность занятия – 4 часа / 0,5 часа.

Контрольные задания:

Вопросы для устного или письменного опроса

1. Дайте определение цены. Назовите виды цен, которые вы знаете.
2. От каких факторов зависит ценообразование в гостиничном предприятии?
3. Что входит в стоимость гостиничного номера?
4. Охарактеризуйте методы ценообразования, используемые в гостиничном бизнесе.
5. Что такое тарифы, чем они отличаются от цены или скидки?
6. Что такое ценовая политика и в чем проявляется ее особенность в гостиничном предприятии?
7. Какие подходы используются при формировании ценовой политики гостиничного предприятия?
8. Какие существуют варианты ценовой политики?
9. Опишите существующие ценовые стратегии.
10. Какие показатели эффективности используются для оценки деятельности гостиничного предприятия?



Эссе

1. Маркетинговый подход к ценообразованию
2. Основные составляющие для обоснования цены продукта/услуги
3. Факторы ценообразования. Постановка целей
4. Себестоимость в составе цены. Торговые наценки в цене товара
5. Методика анализа цен конкурентов.

Задачи

Рассчитайте стоимость проживания в гостинице в зависимости от даты и времени заезда и выезда в соответствии со следующими данными:

Стоимость номера в сутки	Время заезда	Время выезда
1. Одноместный номер -135 у.е.	14.03 – 16.00	21.03 – 11.00
2. двухместный номер -90 у.е.	11.03 – 17.00	16.03 – 02.00
3. люкс – 300 у.е.	10.03 – 20.00	12.03 – 17.00
4. люкс – 210 у.е.	17.03 – 17.00	22.03 – 17.00
5. люкс – 240 у.е.	16.03 – 10.00	20.03 – 19.00
6. люкс – 130 у.е.	26.03 – 15.00	30.03 – 20.00
7. люкс – 280 у.е.	17.03 – 04.00	18.03 - 16.00
8. апартаменты – 700 у.е.	21.03 03.00	21.03 – 20.00
9. апартаменты – 290 у.е.	17.03 – 06.00	23.03 - 19.00

Практическое занятие 9

Вид практического занятия: выступление с эссе, решение задач

Тема и содержание занятия: Оценка эффективности гостиничного бизнеса

Цель занятия: закрепление теоретических знаний об оценке эффективности гостиничного бизнеса

Содержание: Основные показатели, характеризующие эффективность деятельности гостиниц.

Практические навыки: навыки закрепления знаний оценки эффективности гостиничного бизнеса

Продолжительность занятия – 4 часа / 0, 5 часа.

Контрольные задания:

Эссе

1. Понятие и содержание эффективности управления.
2. Оценка экономической эффективности управления предприятия ресторанно-гостиничного бизнеса: показатели, методы.
3. Характеристика социальной эффективности управления предприятием индустрии гостеприимства.
4. Показатели, характеризующие эффективность предприятия индустрии гостеприимства.
5. Ключевые факторы, влияющие на доходы отеля.

Задачи

1. В отеле номерной фонд – 300 номеров. В течение дня было занято 220 номеров гостиницы, общая стоимость которых составила 980000 рублей. Найдите ADR и RevPar.

2. Общий номерной фонд отеля – 155 номеров, в ремонте из них 8 номеров. Выручка за день составила 598000 рублей, из них стоимость завтраков 46500 рублей. Рассчитать ADR и RevPar номера.

3. Общий номерной фонд отеля – 550 номеров, загрузка на текущий день составила 75%, выручка на текущий день составила 1800000 рублей. Рассчитать ADR и RevPar.



4. Месячная выручка с продаж за апрель – 14700000 рублей. В среднем продавалось по 85 номеров в день из общего номерного фонда гостиницы в 150 номеров (при условии, что 3 номера находятся на капитальном ремонте). Рассчитать ADR и RevPar номера месяц.

5. Номерной фонд – 100 номеров, расчетный период – 30 дней. Продано за месяц – 2100 номерночей. Выручка за месяц составила 5000000 рублей. Найдите ADR и RevPar.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература

- 1 Экономика гостиничного предприятия: Учебное пособие / Н.И. Малых, Н.Г. Можаяева. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - <http://znanium.com/catalog/product/406086>
2. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма (ИГиТ): Учебное пособие / Скобкин С. С. - М.:ИНФРА-М Издательский Дом, 2017. - <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=858241>
3. Экономика туризма: Учебное пособие / А.О. Овчаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 253 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=363808>

8.2. Дополнительная литература

1. Экономика предприятия туризма: Учебник/Степанова С. А., Крыга А. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520908>
2. Экономика отрасли: туризм: Учебное пособие / Замедлина Е.А., Козырева О.Н. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 204 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=542736>
3. Оценка эффективности функционирования предпринимательских структур в индустрии гостеприимства: Монография / А.Ю. Баранова. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 142 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=227909>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://www.minfin.ru> – официальный сайт Министерства финансов РФ
2. <http://www.nalog.ru> - официальный сайт Федеральной налоговой службы
3. <http://www.gks.ru/> - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики
4. Электронная библиотечная система Book.ru: <http://www.book.ru/>
5. Электронная библиотека диссертаций Российской Государственной библиотеки: <http://diss.rsl.ru/>
6. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>
7. Электронная библиотечная система Znanim.com: <http://www.znanim.com/>
8. Университетская информационная система России (УИС России): <http://uisrussia.msu.ru/>
9. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: <http://window.edu.ru/>



8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системам

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. База данных о субъектах малого и среднего предпринимательства <https://ofd.nalog.ru/>
4. База данных: «Открытые данные Ростуризма – наборы данных» <http://opendata.russiatourism.ru/opendata>
5. Единый федеральный реестр туроператоров. <https://www.russiatourism.ru/operators/>
6. Информационно-справочная система Электронного фонда правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
7. Интернет-версия справочно-правовой системы "Гарант" (информационно-правовой портал "Гарант.ру"): <http://www.garant.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную работу с преподавателем (работа практических занятий) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям) работу обучающегося.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Экономика предприятий (организаций)» выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся.

Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзамену, а также самостоятельной научной деятельности.

Основными видами лекций по дисциплине «Экономика предприятий (организаций)» являются:

- **традиционные лекции,**
- **лекции-визуализации.**

Практические занятия по дисциплине «Экономика предприятий (организаций)» проводятся в специализированном кабинете, оснащённом стендами, мультимедийным техническим оборудованием и специализированным оборудованием.

Цель практических занятий: приобретение практических навыков в области управления человеческими ресурсами. Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

Основными видами практических занятий по дисциплине «Экономика предприятий (организаций)» являются:

Устный и письменный опрос - методы контроля, позволяющие не только опрашивать и контролировать знания учащихся, но и сразу же поправлять, повторять и закреплять знания, умения и навыки. Методы, при использовании которого человек отвечает на ряд задаваемых ему вопросов – устно или письменно, в соответствии с выбранным типом опроса.



Выступление с эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Цель доклада состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Решение тестовых заданий - метод педагогической диагностики, с помощью которого выбор поведения, презентующего предпосылки или результаты учебного процесса, должен максимально отвечать принципам сопоставления, объективности, надёжности и валидности измерений.

Решение задач – это способ получения ответа на вопрос задачи, удовлетворяющий ее условиям, позволяющий находить пути и средства для выполнения требований задачи.

Решение ситуационных задач - анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений.

- самостоятельная работа обучающихся

Целью самостоятельной работы обучающихся является формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и неординарных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий.

Формы самостоятельной работы

Самостоятельная работа заключается в изучении отдельных тем по заданию преподавателя по рекомендуемой им учебной литературе и включает:

- подготовку к устному опросу;
- ознакомление с литературой по дисциплине на сайте ЭБС znanium.com;
- подготовку к выступлениям, докладам, сообщениями по тематике, рекомендованной преподавателем;
- подготовку кейсов и презентаций по рекомендованным преподавателем темам;
- обзор научных статей и их аннотация.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «Экономика предприятий (организаций)» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
-----------------------------------	--



Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекторное оборудование/переносное видеопроекторное оборудование доска
Занятия семинарского типа	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекторное оборудование/переносное видеопроекторное оборудование доска
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроекторное оборудование, автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет", доска; Помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», интерактивная доска