



УТВЕРЖДЕНО:
Ученым советом Высшей школы
сервиса
Протокол № 3 от «10» октября
2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.О.18 Бизнес – планирование на предприятиях туризма и гостеприимства
основной образовательной программы высшего образования – программы
бакалавриата

по направлению подготовки: ***43.03.03 Гостиничное дело***
направленность (профиль): **Ресторанный бизнес**

Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки: 2023

Разработчики:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Доцент Высшей школы бизнеса, менеджмента и права</i>	<i>к.э.н. Филоненко Ю.В.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Доцент Высшей школы сервиса</i>	<i>к.т.н., доцент Сивченко С.В.</i>



1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина «Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства» является частью первого блока программы бакалавриата 43.03.03 Гостиничное дело профиль «Ресторанный бизнес» и относится к дисциплинам обязательной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на дисциплинах программы: «Право», «Менеджмент», «Экономика и предпринимательство», «Организационные и технологические основы гостиничного и ресторанного дела», «Управление ресурсами и подразделениями предприятий сферы гостеприимства и общественного питания», «Социально-экономическая статистика и статистика туризма».

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ОПК-5 - Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности в части:

ОПК-5.1. Выполняет экономические расчеты, понимает процесс ценообразования в сфере гостеприимства и общественного питания;

ОПК-5.2. Выполняет сопоставление экономических показателей и обосновано выбирает наиболее эффективное решение.

ПК-6. Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности в части:

ПК-6.1. Использует прикладные методы для исследования рынка, технологических и управленческих инноваций в избранной сфере деятельности.

ПК-6.3. Осуществляет нахождение требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в избранной сфере профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением основ бизнес-планирования, структурой и содержанием разделов бизнес-плана предприятия гостиничного и ресторанного бизнеса; освоением методик планирования финансово-экономических показателей деятельности предприятий индустрии гостеприимства и питания, расчётов эффективности от реализации предлагаемых управленческих решений.

Предлагаемая программа ориентирована на ознакомление студентов с научным подходом изучения и овладения знаниями и пониманием основных принципов и методов бизнес-планирования, базовыми умениями применять методы и технологии бизнес-планирования на практике в деятельности предприятий индустрии гостеприимства и питания. Данный курс позволит освоить студентам основы теоретических и практических знаний в области бизнес-планирования; развить практические навыки по выполнению расчетов различных финансово-экономических экономических показателей; получить практический опыт по использованию полученных знаний и навыков при разработке отдельных подразделов бизнес – планов предприятий.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Преподавание дисциплины ведётся на 3 курсе в 6 семестре продолжительностью 18 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов для очной / заочной форм обучения:

- лекции: поточная – 34 / 6 часов;
- практические занятия в форме: обсуждения докладов, решения кейсов, решения практических задач – 36 / 6 часов;
- консультации – 2 / 2 часа;
- промежуточная аттестация – 2 / 2 часа;



- самостоятельная работа – 106 / 164 часа.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме аудиторного тестирования, защиты проектов, промежуточная аттестация в форме экзамена в 6 семестре для очной и заочной форм обучения.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Организация снабжения и оперативное планирование на предприятиях ресторанной сферы
- Проектирование предприятий ресторанного и гостиничного бизнеса;
- Правовое обеспечение туризма и гостеприимства.

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

№ пп	Индекс компетенции, индикатора их достижения	Планируемые результаты обучения (компетенции, индикатора их достижения)
1	ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности в части: ОПК-5.1. Выполняет экономические расчеты, понимает процесс ценообразования в сфере гостеприимства и общественного питания. ОПК-5.2. Выполняет сопоставление экономических показателей и обосновано выбирает наиболее эффективное решение.
2	ПК-6	Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности в части: ПК-6.1 Использует прикладные методы для исследования рынка, технологических и управленческих инноваций в избранной сфере деятельности ПК-6.3. Осуществляет нахождение требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в избранной сфере профессиональной деятельности.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства» является частью первого блока программы бакалавриата 43.03.03 Гостиничное дело профиль «Ресторанный бизнес» и относится к дисциплинам обязательной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на дисциплинах программы: «Право», «Менеджмент», «Экономика и предпринимательство», «Организационные и технологические основы гостиничного и ресторанного дела», «Управление ресурсами и



подразделениями предприятий сферы гостеприимства и общественного питания», «Социально-экономическая статистика и статистика туризма».

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Организация снабжения и оперативное планирование на предприятиях ресторанной сферы
- Проектирование предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса;
- Правовое обеспечение туризма и гостеприимства.

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 5/180 зачетных единиц/ акад. часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Очная форма обучения

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			6			
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 (экзамен)	2	2			
			экзамен			
2	Самостоятельная работа обучающихся	106	106			
3	Общая трудоемкость час	180	180			
	з.е.	5	5			

Заочная форма обучения

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			5	6		
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	16	2	14		
	в том числе:	-	-	-	-	-



1.1	Занятия лекционного типа	6	2	4		
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	6		6		
	Семинары					
	Лабораторные работы					
	Практические занятия	6		6		
1.3	Консультации	2		2		
1.4	Форма промежуточной аттестации (экзамен)	2		2		
				э		
2	Самостоятельная работа обучающихся	164	34	130		
3	Общая трудоемкость	час	180	36	144	
		з.е.	5	1	4	



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

Очная форма

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	Форма	СРО, академ. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, академ. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академ. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, академ. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, академ. часов					Форма проведения лабораторной работы
1/6	1. Сущность и содержание бизнес-планирования.	1. Предмет, методы, сущность бизнес-плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования.	2	лекция	2	Обсуждение докладов							6	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала Подготовка докладов по тематике лекции, изучение научно-методической литературы
2/6		2. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам.	2	лекция	2	Обсуждение докладов							6	Подготовка к практическому занятию, предусматривающая



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	Форма	СРО, акад. часо	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				
		Структура проекта.											изучение научно-практического материала по заданным вопросам
3/6		Текущий контроль 1			2	Аудиторное тестирование						6	Изучение литературы по вопросам планирования в индустрии гостеприимства, обобщение собранного материала
4/6	2. Методика разработки бизнес- плана	1. Бизнес- идея проекта. Порядок проведения	4	лекция	2	Обсуждение докладов						6	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала



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	Форма	СРО, акад. часо	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				
	предприятия индустрии гостеприимства и питания	предпроектных исследований.											Подготовка докладов по тематике лекции, изучение научно-методической литературы
5,6/6		2. Анализ внутренней и внешней среды предприятия	4		2	Обсуждение докладов						6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, докладов по основному материалу
7,8/6		3. План маркетинга	4	лекция	2	Решение кейсов						6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, докладов по основному материалу



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	Форма	СРО, акад. часо	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				
		Текущий контроль 2			2	Аудиторное тестирование						6	Подготовка к тестированию
9/6		4. Разработка гостиничных и ресторанных услуг	2	лекция	2	Обсуждение докладов						6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту
10,11 /6		5. Организационный план	4	лекция	4	Решение кейсов						6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала подготовка материала к групповому проекту
		Текущий контроль 3			2	Аудиторное						6	Подготовка к



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	Форма	СРО, акад. часов	Форма проведения
			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				
					тестирование								тестированию
12,13 /6		6. Разработка финансового плана	4	Лекция	4	Решение практических задач						6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту
14,15 /6		7. Инвестирование проекта	4	Лекция	2	Решение практических задач						6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту
16,17 /6		8. Страхование и риски бизнес-планов	4	Лекция	4	Обсуждение докладов						6	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к



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	Формы проведения	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					
1-2	1. Сущность и содержание бизнес-планирования.	1. Предмет, методы, сущность бизнес-плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования. 2. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам. Структура проекта.	1,0	лекция	0,5	Обсуждение сообщений								14	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала



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	Формы проведения	СРО, академических часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академических часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, академических часов					Форма проведения лабораторной работы
5		Текущий контроль 1			0,5	Аудиторное тестирование						20	Ознакомление с ЭБС, обобщение лекционного материала	
10-11	2. Методика разработки бизнес- плана предприятия индустрии гостеприимства и питания	1. Бизнес- идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований. 2. Анализ внутренней и внешней среды предприятия 3. План маркетинга	1,0	Лекция	0,5	Решений кейсов							14	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала



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	Формы проведения	СРО, академических часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академических часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, академических часов				
12		Текущий контроль 2			0,5	Аудиторное тестирование						20	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала
13		4. Разработка гостиничных и ресторанных услуг 5. Организационный план	1,0	Потоковая лекция	0,5	Решений задач						14	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, докладов по основному материалу
14		Текущий контроль 3			0,5	Аудиторное						20	Подготовка к



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	Формы проведения	СРО, академ. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, академ. часов	Форма проведения занятия лекционного типа	Практические занятия, академ. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, академ. часов	Форма проведения семинара	Лабораторные работы, академ. часов					Форма проведения лабораторной работы
					тестирование								тестированию	
15		6. Разработка финансового плана 7. Инвестирование проекта 8. Страхование и риски бизнес-планов	3,0	Лекция	0,5	Решение практических задач							14	Работа в ЭБС, обобщение лекционного материала, подготовка материала к групповому проекту
16-17		Текущий контроль 4			2,5	Защита группового							48	Подготовка



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

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1.	Предмет, методы, сущность бизнес- плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования.– 6 часов/7 часов	Основная литература 1. Анисимов, А.Ю., Бизнес-планирование : учебник / А.Ю. Анисимов, О.А. Пятаева. — Москва: КноРус, 2022. — 167 с. — ISBN 978-5-406-08424-3. — URL:https://old.book.ru/book/942093 2. Бизнес-планирование: учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=368981 3. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. — 2-е изд. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2021. Режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=368600 Дополнительная литература 1. Инвестиционное бизнес-планирование: учебное пособие/ М.В. Чараева, Г.М. Лапицкая, Н. В. Крашениникова. — Москва: Альфа-М, 2022. Режим доступа: https://znanium.com/catalog/document?id=355887 2. Бизнес-планирование: учебное пособие / А. С. Волков, А. А. Марченко. - Москва: РИОР : ИНФРА-М, 2020. Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1099263
2.	Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам. Структура проекта.– 6 часов/7 часов	
	Текущий контроль 1 – аудиторное тестирование – 6 часов/ 20 часов	
1.	Бизнес- идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований. - 6 часов /4 часа	
2.	Анализ внутренней и внешней среды предприятия - 6 часов/4 часа	
3.	План маркетинга - 6 часов/6 часов	
	Текущий контроль 2 – аудиторное тестирование – 6 часов/20 часов	
4.	Разработка гостиничных и ресторанных услуг – 6 часов/7 часов	
5.	Организационный план – 6 часов/7 часов	
	Текущий контроль 3 – аудиторное тестирование – 6 часов/20 часов	
6.	Разработка финансового плана – 6 часов/3 часа	
7.	Инвестирование проекта - 6 часов/4часа	
8.	Страхование и риски бизнес-плана – 6 часов/ 7часов	
	Текущий контроль 4 –Защита группового проекта – 28 часов/48 часов	



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

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

№ пп	Индекс компетенции, индикатора их достижения	Содержание компетенции (индикатора их достижения)	Раздел дисциплины, обеспечивающий этапы формирование компетенции индикатора их достижения)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (индикатора их достижения) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1	ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности в части:				
	ОПК-5.1	Выполняет экономические расчеты, понимает процесс ценообразования в сфере гостеприимства и общественного питания	Все разделы	- принципы ценообразования в сфере гостеприимства и общественного питания;	- определять затраты предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания	- навыками использования методов расчёта затрат предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания
	ОПК-5.2	Выполняет сопоставление экономических показателей и обосновано выбирает наиболее эффективное решение		- теоретические основы определения затрат для разработки бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания	- анализировать экономические показатели и использовать для бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания	- навыками расчета показателей разделов бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания для совершенствования деятельности



2	ПК-6	Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности в части:				
	ПК-6.1	Использует прикладные методы для исследования рынка, технологических и управленческих инноваций в избранной сфере деятельности	Все разделы	- основы предпроектных исследований гостиничного и ресторанного рынка, основы анализа исходных данных	- использовать прикладные методы для исследования рынка, анализа внутренней и внешней среды гостиничного предприятия и предприятия питания	- методами исследования для решения основных задач бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания; методикой расчета показателей разделов бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания
	ПК-6.3	Осуществляет нахождение требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в избранной сфере профессиональной деятельности	Все разделы	- способы нахождения требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в сфере гостеприимства и общественного питания	- находить требуемую научную информацию в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в сфере гостеприимства и общественного питания	- способностью осуществлять нахождение требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации сферы гостеприимства и общественного питания.



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
<p>Знать принципы ценообразования в сфере гостеприимства и общественного питания</p> <p>Уметь определять затраты предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания</p> <p>Владеть навыками использования методов расчёта затрат предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Аудиторное тестирование, защита проекта</p>	<p>Студент продемонстрировал знание принципов ценообразования в сфере гостеприимства и общественного питания.</p> <p>Демонстрирует определять затраты предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания.</p> <p>Студент демонстрирует владение навыками использования методов расчёта затрат предприятий в сфере гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Закрепление способности выполнять экономические расчеты, понимает процесс ценообразования в сфере гостеприимства и общественного питания</p>
<p>Знать теоретические основы определения затрат для разработки бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания.</p> <p>Уметь анализировать экономические показатели и использовать для бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания.</p> <p>Владеть навыками расчета показателей разделов бизнес-плана гостиничного</p>	<p>Аудиторное тестирование, защита проекта</p>	<p>Студент продемонстрировал знание теоретических основ определения затрат для разработки бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания.</p> <p>Студент продемонстрировал умение анализировать экономические показатели и использовать для бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания.</p> <p>Студент продемонстрировал владение навыками расчета показателей разделов бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания для</p>	<p>Закрепление способности выполнять сопоставление экономических показателей и обосновано выбирает наиболее эффективное решение</p>



<p>предприятия и предприятия питания для совершенствования деятельности.</p>		<p>совершенствования деятельности.</p>	
<p>Знать основы предпроектных исследований гостиничного и ресторанного рынка, основы анализа исходных данных. Уметь использовать прикладные методы для исследования рынка, анализа внутренней и внешней среды гостиничного предприятия и предприятия питания. Владеть методами исследования для решения основных задач бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания; методикой расчета показателей разделов бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания</p>	<p>Аудиторное тестирование, защита проекта</p>	<p>Студент продемонстрировал знание основы предпроектных исследований гостиничного и ресторанного рынка, основы анализа исходных данных. Демонстрирует умение использовать прикладные методы для исследования рынка, анализа внутренней и внешней среды гостиничного предприятия и предприятия питания. Студент демонстрирует владение методами исследования для решения основных задач бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания; методикой расчета показателей разделов бизнес-плана гостиничного предприятия и предприятия питания</p>	<p>Закрепление навыков использовать прикладные методы для исследования рынка, технологических и управленческих инноваций в избранной сфере деятельности</p>



<p>Знать способы нахождения требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в сфере гостеприимства и общественного питания Уметь находить требуемую научную информацию в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в сфере гостеприимства и общественного питания Владеть способностью осуществлять нахождение требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации сферы гостеприимства и общественного питания.</p>	<p>Аудиторное тестирование, защита проекта</p>	<p>Студент продемонстрировал знание способов нахождения требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в сфере гостеприимства и общественного питания. Демонстрирует умение использовать требуемую научную информацию из глобальных информационных сетей и других источниках профессиональной информации в сфере гостеприимства и общественного питания. Студент демонстрирует владение способностью осуществлять нахождение требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации сферы гостеприимства и общественного питания.</p>	<p>Закрепление навыков осуществления нахождения требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации сферы гостеприимства и общественного питания.</p>
--	--	---	--

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

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

Средство оценивания – тестирование

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

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания – групповой проект

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

Критерии оценки	оценка
Разработан подробный бизнес-план с презентацией	14 – 15 баллов
Подготовленный проект с презентацией, имеются отдельные недочеты	11 – 13 баллов
Проект и презентация выполнены небрежно, не полностью раскрыты вопросы выбранной темы	8 – 10 баллов
Проект подготовлен не по теме, презентация отсутствует	0 баллов

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
8	Сущность и содержание бизнес-планирования	Контрольная точка 1 - Аудиторное тестирование	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трех-четырех предложенных.
11	Методика разработки бизнес-плана предприятия индустрии гостеприимства и питания	Контрольная точка 2 - Аудиторное тестирование	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трех-четырех предложенных.
15	Методика разработки бизнес-плана предприятия индустрии гостеприимства и питания	Контрольная точка 3 - Аудиторное тестирование	Тестирование состоит из 20 вопросов с несколькими вариантами ответа. Необходимо выбрать верный ответ из трех-четырех предложенных.
17	Методика разработки бизнес-плана предприятия индустрии гостеприимства и питания	Групповой проект	Оформление проектов и презентаций в соответствии с требованиями. Количество слайдов презентации – 15-20. Формат файла презентации MS Power Point. Доклад – 7-8 мин. Результаты выполнения группового проекта предоставляются преподавателю в электронной форме

Тестовые материалы

1. Тестовые задания

Вариант 1

1. Планирование деятельности гостиничного предприятия – это:

- определение целей фирмы на перспективу;
- ресурсное обеспечение поставленных целей;
- контроль за выполнением поставленных целей;
- способы достижения целей;
- Все вышеперечисленное.

2. Совокупность конкретных методов и способов разработки планов развития как по предприятию в целом и его структурным подразделениям, так и в разрезе временных периодов с целью обеспечения их взаимосвязи и преемственности – это:

- техника планирования;
- методология планирования;
- методика планирования;
- технология планирования;



д). техника и технология планирования.

3. Система требований к формированию планов, которая включает методы разработки плановых показателей и внутреннюю логику построения планов – это:

- а). техника планирования;
- б). методология планирования;
- в). методика планирования;
- г). технология планирования;
- д). техника и технология планирования.

4. Преимуществом бизнес-планирования является то, что оно:

- а) приучает сначала думать, а потом делать;
- б) позволяет сделать ошибки сначала на самом деле, а потом - на бумаге;
- в) приучает полагаться исключительно на интуицию;
- г) избавляет руководителя от необходимости стимулировать творческую активность подчиненных.

5. По утверждению консультанта по управлению Пола Барроу, действительно хороший бизнес-план:

- а) чаще всего получается с первой попытки;
- б) обычно удается со второй попытки;
- в) обычно удается с третьей попытки;
- г) получается, как правило, раза с десятого.

6. Бизнес-план, который составляется с целью повысить эффективность работы компании, должен иметь объем:

- а) значительно меньше 20-40 страниц;
- б) 20-40 страниц;
- в) значительно больше 20-40 страниц;
- г) 50 страниц.

7. Среди перечисленных ниже утверждений выберите неверное:

- а) резюме бизнес-плана может быть длинным, если бизнес-план составляется для привлечения капитала;
- б) резюме любого бизнес-плана должно быть коротким;
- в) резюме любого бизнес-плана должно занимать не более двух страниц;
- г) резюме любого бизнес-плана должно быть исключительно позитивным.

8. Если вы хотите привлечь долевые инвестиции, то должны в своем бизнес-плане составить финансовый прогноз на:

- а) 1 год;
- б) 3 года;
- в) 5 лет;
- г) 10 лет.

9. Коэффициент покрытия процентов показывает:

- а) способность компании вовремя выполнять краткосрочные обязательства за счет своих оборотных активов;
- б) рост продаж за год, выраженный в процентах;
- в) какую часть долгосрочного капитала составляют долгосрочные займы (выражается в процентах);
- г) способность компании выплачивать процентные платежи из прибыли (выражается в количестве раз).



10. Компания вполне рентабельна, у нее хороший денежный поток, но она не в состоянии финансировать необходимые- для развития капитальные вложения. Данную ситуацию можно исправить, в частности, с помощью:

- а) банковского кредита;
- б) овердрафта;
- в) лизинга;
- г) долевого финансирования.

11. Процесс объединения клиентов в группы с аналогичными характеристиками называется:

- а) позиционированием;
- б) структурированием;
- в) сегментацией;
- г) дефрагментацией.

12. В рамках PEST-анализа рассматриваются, в частности, следующие аспекты:

- а) тенденции в области здравоохранения, техники безопасности, охраны окружающей среды и защиты интересов потребителей, которые могут привести к принятию новых законов, влияющих на компанию;
- б) влияние на работу компании новых технологий в банковской сфере;
- в) расовые;
- г) движение «зеленых».

13. Обеспечить лояльность бренду - это задача:

- а) стратегии сбыта;
- б) стратегии дифференциации;
- в) нишевой стратегии;
- г) стратегии лидерства в области затрат.

14. Процесс разработки практически любого нового товара или услуги предполагает:

- а) создание опытного образца,
- б) проектирование;
- в) производство мелкой партии и пробный маркетинг;
- г) исследование рынка;
- д) полномасштабное производство и маркетинг.

15. Меморандум конфиденциальности защищает интересы ...

- а) инвестора
- б) банкира
- в) предпринимателя

16. Считается, что лучший способ удержать хороших сотрудников:

- а) предоставлять им возможность продвижения по службе;
- б) правильно ими управлять;
- в) предоставить им хороший пакет вознаграждения;
- г) способствовать их обучению и повышению квалификации.

17. Среди приведенных ниже утверждений выберите верное:

- а) как только вы подготовите бизнес-план, приступайте к составлению следующего;
- б) у бизнес-плана не всегда есть «конечный срок реализации»;
- в) если ваши продажи и прибыль окажутся выше предусмотренных прогнозами, то пересматривать бизнес-план не обязательно;
- г) бизнес-план составляется раз и навсегда.

18. Как правило, к причинам разработки бизнес- плана не относят стремление:

- а) повысить эффективность работы компании;



- б) увеличить штат сотрудников;
- в) получить одобрение вышестоящего руководства на реализацию той или иной идеи;
- г) привлечь капитал.

19. Текущая миссия и цели компании рассматриваются в разделе бизнес-плана с названием:

- а) «Конкурентная бизнес-стратегия»;
- б) «Рынки и конкуренты»;
- в) «Компания и ее руководство»;
- г) «Управление компанией».

20. Если компания разрабатывает бизнес-план, чтобы получить финансовую поддержку со стороны, то этот бизнес-план должен содержать:

- а) миссию, цели, задачи и планы действий компании;
- б) только цели и задачи компании;
- в) только миссию и цели компании;
- г) только миссию, цели и задачи компании.

Вариант 2

1. Сколько основных фаз жизненного цикла имеет проект?

- 1) 4 2) 3 3) 5

2. Основные принципы бизнес – планирования это:

- 1) Вариантность 2) Научная обоснованность 3) Неопределенность
- 4) Пошаговость 5) Системность

3. Предметом бизнес – планирования является:

- 1) Совокупность действий и задач, обладающая следующими отличительными чертами: четкие (уникальные) цели; определенные сроки, ограниченные ресурсы
- 2) Предварительный текст какого либо документа
- 3) Технические документы – чертежи, расчеты, макеты создаваемых зданий, сооружений, машин, приборов и т.д.

4. Разделы бизнес – плана, посвященные анализу общего положений предприятия

- 1) Резюме 2) План маркетинга 3) Организационный план
- 4) Производственный план 5) Финансовый план

5. Основная цель раздела «План маркетинга»

- 1) Разработка стратегий и мероприятий маркетингового комплекса
- 2) Организация систематизированных маркетинговых исследований
- 3) Обеспечение планируемого объема продаж за счет маркетинговых мероприятий

6. Маркетинговое планирование предполагает:

- 1) маркетинговые исследования макроокружения и внутренней среды;
- 2) проведение SWOT-анализа; 3) построение предположений;
- 3) определение финансовых прогнозов.

7. Формирование стратегии продаж предусматривает:

- 1) определение целей бизнеса;
- 2) разработку стратегий маркетинга;
- 3) определение маркетинговых программ;
- 4) составление бюджетов;
- 5) пересмотр результатов и целей, маркетинговых стратегий и программ.

8. В каком разделе бизнес-плана будут представлены ожидаемые финансовые результаты проекта?

- 1) Производственном плане 2) Финансовом плане 3) В резюме
- 4) Плане маркетинга



9. Резюме составляют на основе:

- 1) данных консультантов
- 2) предварительно собранных материалов
- 2) готовых пунктов плана

10. В каких случаях необходим маркетинговый контроль на предприятии?

- 1) при определении доли предприятия на рынке
- 2) при определении расходов на маркетинг
- 3) при возникновении отклонений от плана маркетинга в ходе его выполнения

11. Предлагаемая в бизнес-плане организационная структура должна создать условия для производства продуктов при ...

- 1) уникальности продукта
- 2) создании нового рынка
- 3) минимизации издержек

12. Имеет ли смысл разрабатывать бизнес-план при отсутствии плана маркетинга?

- 1) Да.
- 2) Нет.
- 3) Это зависит от решения руководства предприятия

13. К внешней среде бизнеса относят:

- 1) сферу, в которой предприятие осуществляет свою деятельность;
- 2) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, на которые само предприятие не может влиять непосредственно;
- 3) сферу, в которой предприятие не осуществляет свою деятельность;
- 4) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, на которые само предприятие может влиять непосредственно.

14. К внутренней среде бизнеса относят:

- 1) общая среда, которая находится в рамках предприятия;
- 2) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, которые непосредственно подконтрольны предприятию;
- 3) часть общей среды, которая находится в рамках предприятия;
- 4) совокупность «факторов влияния» внутри предприятия, которые непосредственно подконтрольны предприятию

15. Проектирование организационной структуры управления предполагает планирование:

- 1) Системы управления бизнесом или проектом;
- 2) Численности персонала проекта;
- 3) Взаимосвязей управленческих группам и управленческих командам;
- 4) Все ответы верны+

16. При разработке календарного плана учитываются:

- 1) Затраты времени на выполнение работ;
- 2) Сроки выполнения;
- 3) Последовательность проведения работ;
- 4) Учитываются все варианты+

17. План производства содержит

- 1) описание продукта
- 2) технологию производства
- 3) расчет материальных затрат
- 4) описание местоположения бизнеса
- 5) все перечисленное

18. План маркетинга должен отражать вопросы, связанные с:

- 1) ценообразованием
- 2) продвижением продукта
- 3) технологией производства

4) все перечисленное

19. Резюме проекта составляется

- 1) в начале написания бизнес-плана
- 2) в конце написания бизнес-плана

20. В каком разделе бизнес-плана используется SWOT-анализ?

- 1) план маркетинга
- 2) план производства

Вариант 3.

1. Целью финансового раздела бизнес – плана является:

- 1) Обоснование финансовой состоятельности проекта
- 2) Обоснование размера инвестиционных расходов
- 3) Разработка кредитный план проекта

2. Вписать недостающие элементы финансового раздела бизнес - плана

- 1) План прибылей (убытков)
- 2) Прогноз денежных потоков
- 3) Прогнозный баланс активов и пассивов

3. Группировка статей плана денежных потоков

- 1) Денежные потоки от основной деятельности
- 2) Денежные потоки от инвестиционной деятельности
- 3) Денежные потоки от финансовой деятельности
- 4) Денежные потоки от маркетинговой деятельности
- 5) Денежные потоки от прочей деятельности

4. Назначение прогнозного баланса проекта:

- 1) Проверка синхронности изменения активов и пассивов
- 2) Анализ финансового положения проекта
- 3) Расчет финансовых коэффициентов
- 4) Расчет точки безубыточности
- 5) Оценка эффективности проекта

5. Существуют ли стандарты на структуру и содержание разделов бизнес-планов?

- 1) структура и содержание определена стандартами IAS и GAAP
- 2) определяется Положениями по бухгалтерскому учету (ПБУ)
- 3) стандарта не существует
- 4) структура и содержание разделов определяется инвесторами

6. В каком разделе бизнес-плана будут представлены ожидаемые финансовые результаты (бюджет проекта)?

- 1) в описании производства
- 2) в описании предприятия
- 3) в резюме
- 4) в финансовом плане

7. Какие основные плановые документы должны быть в финансовом плане?

- 1) план продаж
- 2) план прибылей и убытков
- 3) план балансов
- 4) план денежных потоков
- 5) все перечисленные выше

8. Какой документ в финансовом плане – самый важный для финансового менеджера?



- 1) план прибылей и убытков
- 2) план балансов
- 3) план денежных потоков
- 4) план распределения прибыли
- 5) все перечисленные выше планы

9. Какие финансовые решения относятся к разряду основных решений?

- 1) формирования оборотного капитала
- 2) создание основного капитала
- 3) оптимизация структуры капитала
- 4) распределение прибыли

10. При определении денежного потока учитывается ли амортизация?

- 1) да
- 2) нет

11. Укажите основные (возможные) причины образования дефицита денежных средств на расчетном счете предприятия (наличие отрицательного денежного потока в балансе наличности)?

- 1) снижение цен на рынке
- 2) низкие доходы
- 3) увеличение производственных расходов
- 4) высокие расходы
- 5) рост дебиторской задолженности
- 6) рост запасов
- 7) нерациональное использование средств

12. Основанием для начала работы над бизнес-планом является ...

- 1) бизнес-идея
- 2) низкий объем продаж
- 3) отсутствие прибыли

13. В каком плановом документе отражается способность предприятия генерировать денежные средства?

- 1) в плане прибылей и убытков
- 2) в плане балансов
- 3) в плане денежных потоков
- 4) в плане распределения прибыли

14. Какие документы финансового плана используются для оценки финансово-хозяйственной деятельности проекта (бизнес-плана)?

- 1) план продаж
- 2) план производства
- 3) план инвестиционных затрат
- 4) план прибылей и убытков
- 5) план балансов
- 6) план денежных потоков
- 7) план распределения прибыли

15. Какие значения коэффициента текущей (общей) ликвидности считаются допустимыми?

- 1) от 0,5 до 0,2
- 2) от 0,7 до 0,8
- 3) от 1 до 2 или 3

16. Что такое срок окупаемости проекта?

- 1) это время, в течение которого будут оплачиваться начальные инвестиции
- 2) это период времени, необходимый для возмещения затрат по проекту
- 3) это период времени, начиная с которого предприятие будет работать только на себя

17. Приоритетную ориентацию на привлечение ресурсов в бизнес рекомендуется использовать ... предприятиям

- 1) вновь создаваемым
- 2) любым
- 3) давно работающим на рынке

18. Аналитическая часть бизнес-плана завершается ...

- 1) описанием проектируемого продукта
- 2) описанием стратегии выхода на рынок
- 3) исследованием рынка



19. В состав мер по реализации стратегии маркетинга входит ...

- 1) разработка концепции финансового плана
- 2) тактика работы с инвестором
- 3) участие в конкурсе по получению гранта

20. Под финансовой устойчивостью предприятия подразумевается состояние счетов предприятия, гарантирующее ...

- 1) быструю реализацию активов
- 2) его ликвидность
- 3) постоянное покрытие убытков
- 4) независимость предприятия от внешних источников финансирования

Примерная тематика групповых проектов

1. Разработка бизнес-плана создания гостиничного/ ресторанный предприятия.
2. Разработка бизнес-плана строительства гостиницы/предприятия питания.
3. Разработка бизнес-плана развития гостиницы /предприятия питания.
4. Разработка бизнес-плана спортивного развлекательного центра в гостинице.
5. Разработка бизнес-плана культурного центра.
6. Разработка бизнес-плана летнего кафе на базе отеля.
7. Разработка проекта бизнес-плана по строительству СПА- комплекса на базе отеля
8. Техничко-экономическое обоснование потребности в кредите на приобретение транспортных средств для нужд отеля/ресторана.
9. Разработка маркетинговой стратегии гостиничного предприятия/ предприятия питания.
10. Организация рекламной кампании отеля/ ресторана в сети Internet.
11. Разработка рекламных мероприятий на примере конкретной гостиницы/ предприятия питания.
12. Разработка бизнес-плана финансового оздоровления гостиничного предприятия/ предприятия питания
13. Разработка мероприятий по совершенствованию качества приема и обслуживания туристов.
14. Разработка бизнес-плана турфирмы с целью привлечения капитала в развитие лечебно-оздоровительных услуг.
15. Разработка бизнес-плана фирмы с целью расширения сферы деятельности.

Промежуточная аттестация
Ситуационные задачи

Задача 1.

Какой вариант цены следует выбрать гостинице, чтобы завоевать рынок сбыта: повысить цену одного номера до 3000 рублей или снизить цену продажи до 2500 руб. Конкурент предлагает аналогичные номера по цене 2600 руб. в сутки

Условия: постоянные затраты составляют 2500 тыс. руб., переменные – 85 руб./ед. При улучшении качества номера постоянные затраты возрастут до 3100 тыс. руб., удельные переменные издержки – 100 руб.

Задача 2.

Собственные средства гостиничного предприятия составляют 34 886 883 руб., заемные средства 8 889 508 руб.,



валюта баланса 43 776 391 руб.,
краткосрочные обязательства 3 095 938 руб.,
внеоборотные активы 26 971 216 руб.

Определите показатели финансовой независимости и устойчивости (автономии, зависимости, текущей задолженности, собственные оборотные средства).

Задание 3

Заполните таблицы, необходимые для составления бизнес-плана по созданию нового предприятия

Стимулы для разработки бизнес-плана

Стимул	Приведите примеры указанных стимулов
Наличие спроса на услуги, которые планируются к реализации	
Наличие предварительных соглашений (гарантийных писем) с потенциальными поставщиками	
Наличие необходимой документации для оказания услуг	
Наличие мощностей (или возможностей их создания в короткие сроки), сырья и трудовых ресурсов	
Выведение на рынок новых видов услуг	
Поиск инвесторов	
Необходимость стратегического планирования и прогнозирования деятельности предприятия	

Жизненный цикл бизнес-плана

Этап	Сущность этапа
1. Возникновение собственно идеи, разработка бизнес-идеи и составление бизнес-плана.	
2. Разработка бизнес-плана и представление его на внедрение	
3. Внедрение бизнес-проекта и выход на рынок.	
4. Функционирование и развитие предложенного в бизнес-проекте дела	
5. Уход с рынка бизнеса	

Задача 4.

Рассчитайте величину плановой рентабельности проекта и срок окупаемости проекта для следующих условий:

Общая стоимость проекта – 20 000 000 руб.;

Загрузка – рассчитано на 14 двухместных номеров (28 мест), 12 люксов (28–56 мест), 2 VIP люкса (4–12 мест).



В целом, по ценовой политике, усреднено для простоты расчетов, можно взять общее количество мест – 96.

Средняя стоимость одного места – полный пансион (проживание, питание) в день – 2100 руб. (75 \$).

Учитывая сезонный характер эксплуатационного периода, а также необходимость понижающего коэффициента заполняемости – 0,7, примем за количество рабочих дней в месяц – 20 дней.

Как правило, общая сумма себестоимости услуг, а также различные налоги и отчисления составляют не более 50% от суммы дохода.

Задача 5.

На сколько изменится рентабельность затрат при росте заполняемости отеля на 10% (с 60% до 70%), если 60% заполняемости соответствует 235 номерам, постоянные затраты составляют в месяц 354000 руб., а себестоимость обслуживания номера в месяц составляет 350 руб., стоимость номера в сутки составляет 234 рубля, в месяце 30 дней?

Кейс 1

Какие изменения можно прогнозировать в туристском бизнесе России с учётом современных проблем в экономике, а также политической обстановки в мире? Предложите меры, способствующие развитию гостиничного бизнеса в новых условиях. Какие мероприятия помогут повысить продажи услуг отелей?

Кейс 2

Ваше предприятие хочет участвовать в конкурсном распределении инвестиционных централизованных ресурсов для реконструкции гостиницы «Москва». Каким макетом бизнес-плана нужно воспользоваться, чтобы принять участие в конкурсе? Составьте резюме проекта.

Кейс 3

Grand Hotel De Bordeaux & Spa расположен в старинном здании в самом сердце мировой винной столицы Бордо. Отель ориентируется на гостей с достатком выше среднего, даже начальные цены за одну ночь на порядок выше среднерыночных. Основными постояльцами на сегодняшний день являются представители Китая и Великобритании. Также услугами отеля пользуется немало туристов из других стран Европы, иногда из России.

Регион Бордо пока уступает по популярности Лазурному берегу Франции и горнолыжным курортам среди российской аудитории. Вероятно, это связано с не слишком большой осведомленностью о возможностях времяпрепровождения в Бордо, помимо посещения винных шато.

Первоочередной задачей PR-кампании была организация знакомства с регионом, освещение сотрудничества отеля с культурным центром города, и как следствие привлечение платежеспособной аудитории, в том числе часто путешествующих и проживающих за пределами родины россиян (большинство из них, прибыв в Бордо, останавливается не в отелях, а при шато).

Достичь этого предполагалось, рассказав не только об уникальных предложениях и конкурентных преимуществах отеля Grand Hotel De Bordeaux & Spa, но также в целом о регионе Бордо, его наследии, развлечениях и, конечно, о вине. К тому же, требовалось напомнить основной массе туристов из Китая и Великобритании об отеле, рассказать о ряде нововведений и повысить узнаваемость гостиницы в целом.



Что необходимо сделать для успешного решения поставленной цели? Ваши действия.

Задания по оценке сформированности компетенции ОПК – 5 (закрытого типа)

1	Инвестиционные риски в зависимости от их уровня могут быть (возможно несколько вариантов ответа):
1	Безрисковые и высокорисковые
2	Долгосрочные и операционные
3	Народнохозяйственные и региональные
4	Региональные и внутрипроизводственные
2	Издержки, связанные с выполнением внутренних контрактов, это:
1	транзакционные издержки
2	долгосрочные издержки
3	организационные издержки
4	бухгалтерские издержки
3	Коммерческие расходы относятся на себестоимость продукции пропорционально:
1	Производственной себестоимости продукции
2	Основной зарплате основных производственных рабочих
3	Материальным затратам
4	Верно а, б, в
4	Уровнем производительности труда является
1	объем выпуска продукции предприятием
2	выработка продукции на одного работающего (рабочего)
3	производительность оборудования
4	себестоимость продукции
5	В смету затрат предприятия, составленную по экономическим элементам, входят
1	Амортизация основных производственных фондов
2	Общепроизводственные расходы
3	Общехозяйственные расходы
4	Верно а, б, в
6	Рентабельность продукции определяется как процентное отношение прибыли от реализации продукции:
1	К выручке от реализации
2	Себестоимости реализованной продукции
3	Стоимости основных фондов
4	К нормативу оборотных средств
7	Размер инвестиций составляет 115 тыс. руб. Ставка дисконтирования — 14 % годовых. Доходы от инвестиций в первый год — 32 тыс. руб. Коэффициент дисконтирования в первый год равен 0,877. С учетом дисконтирования доходы от инвестиций в первый год — 28,07, во второй — 41 тыс. руб. Коэффициент дисконтирования — 0,769. Сумма с учетом дисконтирования — 31,55 тыс. руб. В третий год — 43,75 тыс. руб. Коэффициент дисконтирования — 0,675. Сумма с учетом дисконтирования — 29,53. В четвертый год — 48,25 тыс. руб. Коэффициент дисконтирования



	— 0,592. Сумма с учетом дисконтирования — 28,564 тыс. руб. Определить Дисконтированный срок окупаемости (DPP) проекта. Кол-во правильных ответов - 1
1	3,9 года
2	3 года
3	0,9 года
4	1 год
8	Что такое минимально эффективный выпуск?
1	объем выпуска, при котором положительная отдача от масштаба сменяется возрастающей, фирма достигает среднего уровня долгосрочных средних издержек
2	объем выпуска, который предполагает максимально возможный объем прибыли
3	объем выпуска, при котором положительная отдача от масштаба сменяется постоянной или убывающей, фирма достигает минимального уровня долгосрочных средних издержек
4	нет верного ответа
9	Форма кривой долгосрочных издержек показывает, что:
1	до и после определенного объема производства наблюдается возрастающая отдача от масштаба
2	до определенного объема производства наблюдается возрастающая отдача от масштаба, а после - убывающая
3	до определенного объема производства наблюдается убывающая отдача от масштаба, а после - возрастающая
4	до определенного объема производства наблюдается неизменная отдача от масштаба, а после - убывающая
10	При каком значении индекса рентабельности (PI) проект бесперспективен, капиталовложения нецелесообразны:
1	PI меньше 1
2	PI=1
3	PI больше 1
4	PI больше 100
11	Какой из методов является наиболее эффективным при планировании прибыли
1	Расчет амортизационных отчислений линейным способом на минимальный срок
2	Определение точки безубыточности
3	Бюджетирование и контроллинг
4	Метод минимизации издержек
12	Методы финансового планирования на предприятии
1	Балансовый, расчетно-аналитический, нормативный, программно-целевой
2	Издержек и прибылей, балансовый, базисно-индексный
3	Программно-целевой, балансовый, графический, аналитический
4	Аналитический, нормативный, балансовый
13	Каким образом лучше оценивать эффективность разработанных планов?
1	Через систему натуральных и финансовых показателей



2	Через систему натуральных и стоимостных показателей
3	Через систему нормативных индексов и коэффициентов
4	Через систему базисных и индексных коэффициентов
14	Что характеризует финансовое положение предприятия на определенную дату?
1	План денежных потоков
2	План прибылей и убытков
3	Реестр цен
4	Баланс
15	Проект является убыточным, если: Кол-во правильных ответов - 1
1	$NPV < 0$
2	$NPV = 0$
3	$NPV > 0$
4	NPV не рассчитан

Задания открытого типа

Задание 1. На предприятии за год произвели 10 000 десертов, данные по себестоимости одного изделия приведены в таблице:

Затраты	Руб.
Сырье	40
Топливо и энергия	15
Вспомогательные материалы	0,5
З.п. основных производственных рабочих	10
Взносы в социальные фонды	3,6
Общепроизводственные затраты	4,5
Общехозяйственные затраты	4,2
Коммерческие затраты	2,2
Итого	80

Цена десерта – 100 рублей./шт.

Определить: критический выпуск продукции (точку безубыточности) проекта; и затраты на производство одного изделия (себестоимость изделий) при выпуске в год 12000 изделий.

Задание 2. В целях конкурентного анализа отрасли определите индекс концентрации для трех фирм (CR_3) в 2022 и 2023гг

Производство оборудования для общепита :

	Наименование предприятия	Динамика выпуска продукции, млн. руб			
		2022	рыночная доля i-той фирмы,%	2023	рыночная доля i-той фирмы%
1	Атеси (Atesy)	100		110	



2	Гриль Мастер	90		80	
3	Чувашторгтехника	80		70	
4	Бирюса	130		140	
5	Гольфстрим	70		70	
6	Тверьторгмаш	60		-	-
7	Пищевые технологии	80		85	
8	Итерма	50		110	
Общий выпуск					

Заполнив графы рыночных долей, рассчитайте индексы концентрации для трех фирм (CR_3) в отрасли в 2020 и 2021 гг и охарактеризуйте тип рынка по степени концентрации. Как изменится индекс НИИ в 2022 по сравнению с 2021 г?

Задание 3. Размер вложенных средств в проект по открытию ресторана - 600 000 тыс. руб. Ставка дисконтирования — 17 % годовых. Доходы от вложенных средств: год первый = 168 тыс. руб. Коэффициент дисконтирования в первый год – 0,854. Доход с учетом дисконтирования 143,47 тыс руб. Год второй = 223 тыс. руб. Коэффициент дисконтирования - 0,730. Доход с учетом дисконтирования = 162,79 тыс руб. Год третий = 291 тыс. руб., Коэффициент дисконтирования 0,624. Доход с учетом дисконтирования = 181,58 тыс руб. Год четвертый = 330 тыс. руб. Коэффициент дисконтирования 0,533. Доход с учетом дисконтирования = 175,89 тыс руб. Определим период, по истечении которого вложенные средства окупятся.
Определить Дисконтированный срок окупаемости (DPP) проекта.

Задание 4. Установите соответствие:

а) чистый дисконтированный доход	1) время, за которое вложенные деньги вернутся. Чем ниже этот период, тем лучше
б) внутренняя норма доходности	2) разница между текущей стоимостью денежных потоков, получаемых от инвестирования в какой-либо проект, и вычетом суммы самих инвестиций.
в) срок окупаемости	3) время, прошедшее с момента инвестирования до полной окупаемости с учетом дисконтирования. Ставка дисконтирования – это минимальный процент, за который инвестор готов вложить в проект определенную сумму денег
г) Дисконтированный срок окупаемости	4) ставка процента, при которой чистый проектный доход, приведенный к ценам сегодняшнего дня, равен 0

Задание 5. Установите соответствие:

а) чистый дисконтированный доход	1) IRR
б) внутренняя норма доходности	2) PP
в) срок окупаемости	3) NPV



d) Дисконтированный срок окупаемости	4) DPP
--------------------------------------	--------

Задание 6.

Заполните утверждение:

Балансовая прибыль представляет собой сумму прибыли от реализации продукции, прибыли от прочей реализации и прибыли от _____.

Задание 7.

Заполните утверждение:

При планировании роста суммы прибыли учитываются следующие факторы: снижение переменных затрат, рост цен на продукцию, снижение постоянных расходов на единицу продукции, повышение доли продукции повышенного спроса и увеличение _____.

Задание 8.

Заполните утверждение:

К плановым показателям рентабельности относятся: рентабельность изделий (продукции), рентабельность продаж, рентабельность основных фондов и рентабельность _____.

Задание 9.

Заполните утверждение:

При планировании себестоимости продукции (работ, услуг) путем составления калькуляции определяют цеховую, производственную и _____ себестоимость продукции.

Задание 10.

Эффект операционного рычага показывает _____.

Задание 11.

Напишите формулу производственной мощности

Задание 12.

Себестоимость продукции включает в себя:

Задание 13.

Методика маржинального анализа базируется на изучении соотношения между следующими группами показателей _____.

Задание 14.

Установите соответствие:

a) чистый дисконтированный доход	1) время, за которое вложенные деньги вернутся. Чем ниже этот период, тем лучше
b) внутренняя норма доходности	2) разница между текущей стоимостью денежных потоков, получаемых от инвестирования в какой-либо проект, и вычетом суммы самих инвестиций.
c) срок окупаемости	3) время, прошедшее с момента инвестирования до полной окупаемости с учетом дисконтирования. Ставка



	дисконтирования – это минимальный процент, за который инвестор готов вложить в проект определенную сумму денег
d) дисконтированный срок окупаемости	4) ставка процента, при которой чистый проектный доход, приведенный к ценам сегодняшнего дня, равен 0

Задание 15.

Выполните расчет аннуитета проекта двумя способами:

Дано: NPV = 100 тыс.руб.; R = 25%; T = 5 лет

Задание 16.

В управлении рисками проекта критерий принятия решения в условиях неопределенности, основанный на выборе максимального среднего значения, называется:

Задание 17.

Установите соответствие:

a) чистый дисконтированный доход	1) IRR
b) внутренняя норма доходности	2) PP
c) срок окупаемости	3) NPV
d) дисконтированный срок окупаемости	4) DPP

Задание 18.

Методами управления рисками проекта являются _____.

Задание 19.

Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы – на 5 %. Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж – 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте. В третьем сегменте емкость рынка 45 млн. шт., доля фирмы – 18%. Изменений не предвидится. Определить объем продаж фирмы в текущем году при вышеуказанных условиях.

Задание 20.

Выручка от реализации продукции – 500 тыс. руб., затраты на производство продукции – 350 тыс. руб., прибыль от реализации материальных ценностей – 15 тыс. руб., прибыль, полученная от сдачи имущества в аренду – 5 тыс. руб., налоговые платежи составили 70 тыс. руб., величина собственного капитала предприятия – 1600 тыс. руб.

Определить: балансовую и чистую прибыль, рентабельность продаж и рентабельность собственного капитала предприятия.

Задание 21.

Фактическая себестоимость продукции – 2000 руб., минимально приемлемая выручка



от реализации продукции – 2500 руб.

Определить: минимально приемлемую рентабельность продаж.

Задание 22.

В базовом периоде переменные затраты составляли 450 тыс. руб., постоянные – 200 тыс. руб., а выручка от реализации – 700 тыс. руб. Определите, как изменится прибыль от реализации в рассматриваемом периоде, если реализация продукции увеличится на 20%.

Задание 23.

Если увеличиваются постоянные издержки, то

Задание 24.

Чистый денежный поток - это разница между:

Задание 25.

В конкурентном анализе показатели концентрации основаны на сопоставлении

Задание 26.

Оцените справедливость суждений:

Предельные издержки на выпуск продукции

- 1 Больше средних издержек
- 2 Меньше средних издержек
- 3 Могут совпадать со средними издержками

Задание 27.

Напишите формулу Фонда заработной платы

Задание 28.

Планируется производить молоко с жирностью 1,5-3,2% в городе, где 500 тысяч взрослого населения. В нормах указано, что объем потребления такого товара — 50 кг в год на человека. Один пакет молока в среднем весит 1 кг и стоит 66 рублей. Определить емкость рынка.

Задание 29.

На основе анализа пяти сил М.Портера оценить текущее состояние и перспективы проекта по организации.

Сила конкуренции	Факторы
Внутриотраслевая конкуренция	Привлекательность рынка для работающих на нем организаций-конкурентов
	Степень насыщенности и концентрации рынка (число и рыночная доля крупных банков, конкурирующих на рынке)
	Разнообразие сопутствующих услуг, предлагаемых конкурентами рынку
Влияние со стороны потенциальных конкурентов (угроза появления нового игрока)	Барьеры входа на рынок (включая: потребность в инвестициях, знание рынка, наличие опыта и знаний технологий, наличие репутации на этом рынке)
Влияние товаров-заменителей	Переход на новые способы подачи информации
Влияние покупателей	Количество аудитории
Влияние поставщиков	Качество товара

Оценить каждый из рассматриваемых факторов по каждой из пяти сил конкуренции по бальной шкале (диапазон оценок от 1 до 3 баллов): «1» балл означает отсутствию проявления фактора; «2» балла – слабое влияние фактора; «3» балла – значительное влияние фактора. Затем на основании результатов мнения экспертов рассчитать средний балл оценок каждого фактора и каждой силы конкуренции (как пример – таблица 1 кейса 9).

Таблица 1. Анализ пяти сил М. Портера для ООО «Гостеприимство»

Силы конкуренции по М. Портеру	Виды риска и факторы	Степень воздействия сил на компанию			Средний балл
		эксперт 1	эксперт 2	эксперт 3	
Конкуренция среди действующих в отрасли компаний	Привлекательность рынка для работающих на нем организаций-конкурентов	2	1	1	1,33
	Степень насыщенности и концентрации рынка	2	2	1	1,67
	Разнообразие сопутствующих услуг, предлагаемых конкурентами рынку	1	2	2	1,67
Средний балл 1,44					



Возможность входа на рынок потенциальных конкурентов	Барьеры входа на рынок	1	1	1	1
Средний балл 1					
Угроза появления заменяющих продуктов (товаров-субститутов)	Влияние товаров-субститутов, переход на новые способы удовлетворения услуги	3	3	2	2,67
Средний балл 2,67					
Сила поставщиков	Качество товара и услуги	1	2	2	1,67
Сила покупателей	Число покупателей	2	3	3	2,67
Итого, средний балл:	1,89 Данный показатель средний, что говорит о влиянии внешних условий на ООО «Гостеприимство» и это влияние будет усиливаться, что требует реализации конкурентах стратегий защиты от всех пяти конкурентных сил и рисков				

Сделать вывод. Как пример: рынок услуг гостеприимства имеет устойчивую конкуренцию, характеризуется как монополистическая конкуренция в силу дифференциации товаров и услуг. Ряд фирм являются укоренившимися, но существует возможность входа новых конкурентов, так же как и выхода слабых игроков. Ряд компаний используют демпинг, уменьшение качества и завышение цен, сетевизацию деятельности, большинство компаний имеют разветвленную товарную номенклатуру, для оптимизации издержек компании контактируют с новыми поставщиками, удешевляют производство, уменьшают качество, сокращают номенклатуру и др. Таким образом, исследуемый сектор чувствителен к незначительным изменениям рыночной конъюнктуры, что требует выявления, формирования и упрочения конкурентных преимуществ базирующихся в нем фирм.

Предложить приоритетные (первоочередные) направления проекта.

Задание 30.

PESTEL-факторы как стратегический инструмент для анализа внешней среды проекта.

Для оценки влияния внешних и внутренних факторов на проект применить PESTEL-анализа устойчивого развития субъектов предпринимательства, выявить политическое, экономическое, социальное и технологическое влияние, оказываемое на организацию внешней средой (как пример – таблица 1 кейса 10).

Таблица 1 кейса 10. PESTEL-анализ макросреды ООО «Гостеприимство»

Группа	Факторы
---------------	----------------



Политические факторы	Внешняя политика страны и ее партнеров Снижение потенциала международных торговых отношений. Недостаточная поддержка предпринимательства государством.
Экономические факторы	Удорожание процесса оказания ветеринарных услуг Рост конкуренции со стороны укоренившихся игроков и новых (усиление конкуренции) Падение интереса инвесторов Высокие процентные ставки
Социальные факторы	Увеличение мобильности предпочтений. Рутинизация покупок интернет-магазинов. Рост потребительской грамотности, притязательности покупателей и клиентов, сопоставление ими таких характеристик, как местоположение, уровень доходов, средняя стоимость покупки
Технологические факторы, факторы инновационности сервиса	Ориентир на высококачественную
Правовые факторы	Ужесточение нормативов экологичности для производства. Введение некоторых новых поправок в соответствующих нормативных актах, ужесточающих требования к чистоте производства

С помощью PESTEL-анализа оценивается влияние различных внешних факторов на рассматриваемый проект и осуществляется оценка влияния этого фактора, его использование или преодоление с учётом современных тенденций экономического развития. Так, основными вызовами внешней среды для ООО «Гостеприимство» являются растущие издержки и снижение спроса, экономическая неопределенность. Внешняя среда, таким образом, всегда оказывает существенное влияние на проект.

Задание 31.

Предприятие в течение года реализует картофель на сумму 100 тыс. руб.. Затраты на производство и реализацию составляют 80 тыс. руб., в т. ч. постоянные - 20 тыс. руб, переменные - 60 тыс. руб. Определить точку безубыточности производства картофеля (критическую программу производства), коэффициенты маржинальной прибыли и безопасности производства. По результатам расчётов сделать соответствующие выводы.

Задание 32.

В управлении рисками проекта критерий, направленный на минимизацию потерь от неверно принятого решения, называется:

Задание 33.

Оценка эффективности инвестиций в инвестиционных проектах включает расчет следующих показателей:



Задание 34.

Кафе работает 12 часов в день, количество мест – 35. Среднее время приема пищи одним посетителем - 30 мин, среднее кол-во блюд на 1-го посетителя – 2,5. Плановое кол-во рабочих дней в году – 365. Коэффициент пропускной способности – 0,8.
Определить годовой план выпуска блюд.

Задание 35.

Проект убыточен, если _____.

Задание 36.

Установите соответствие:

а) Планирование управления рисками	1. количественный анализ потенциального влияния идентифицированных рисков на общие цели проекта
б) Идентификация рисков	2. расположение рисков по степени их приоритета для дальнейшего анализа или обработки путем оценки и суммирования вероятности их возникновения и воздействия на проект
в) Качественный анализ рисков	3. определение того, какие риски могут повлиять на проект, и документальное оформление их характеристик
г) Количественный анализ рисков	4. выбор подхода, планирование и выполнение операций по управлению рисками проекта

Задание 37.

Общее понятие, отражающее метод изучения тех или иных экономических явлений путем сопоставления или противопоставления показателей, характеризующих разные стороны этих явлений называют -.....

Задание 38.

Заполнить значения текущих нормативных значений, обеспечивающие устойчивое финансовое состояние организации

Финансовый показатель	Обозначение	Текущий норматив
Коэффициент текущей ликвидности		
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами		
Коэффициент финансовой независимости		
Коэффициент абсолютной ликвидности		
Коэффициент быстрой ликвидности		
Коэффициент маневренности собственных		



оборотных средств

Задание 39.

Задание По условиям предыдущей задачи определить при помощи силы операционного рычага, насколько изменится прибыль, если предприятие планирует увеличить выручку на 10%.

Задание 40.

Впишите формулы расчета показателей:

а) Рентабельность проекта	
б) Производственный левверидж или эффект производственного рычага	
с) Запас финансовой прочности	
д) Точка безубыточности	
е) Валовая маржа	

Задания по оценке сформированности компетенции ПК – 6 (закрытого типа).

1	Стратегическое бизнес-планирование – это
1	Разновидность практической деятельности
2	Функция управления бизнесом
3	Процесс разработки стратегических бизнес-решений
4	Инструмент технического, организационного, экономического, финансового, управленческого обоснования дела
2	Ключевая проблема планирования продукта, маркетинга и сбыта в бизнес-плане предприятия сводится к
1	Идентификации целевого (стратегического) разрыва
2	Поиску приемлемого варианта создания нового потенциала для устранения целевого (стратегического) разры
3	Пересмотру желаемых целей для приведения их в соответствие с достижимыми в



	стратегической перспек
4	Определению необходимого для выживания и успешного долговременного функционирования предприятия финансового результата его деятельности в стратегической перспективе
3	Анализ состояния рынка проводится с использованием следующих приемов:
1	SWOT-анализа
2	PESTEL-анализа
3	Матрицы BCG
4	Верны все предыдущие ответы
4	Прогноз объема продаж содержит следующие составные части
1	объемы продаж по период
2	объемы продаж по продуктам и услугам
3	объемы продаж по группам потребителей
4	верны все предыдущие ответы
5	Прибыль, получаемая фирмой определяется как разность между:
1	предельным доходом и предельными издержками за каждую дополнительно произведенную единицу продукции
2	предельным доходом и общими издержками на весь выпуск продукции
3	рыночной ценой и предельными издержками за каждую дополнительно произведенную единицу продукции
4	предельным доходом и средними издержками выпуска продукции
6	Планирование численности персонала необходимо для обоснования:
1	потребности в основных фондах
2	величины себестоимости
3	объемов выпуска продукции
4	размера прибыли
7	В конкурентном анализе показатели концентрации основаны на сопоставлении:
1	количества фирм на рынке с количеством потребителей
2	размера фирмы с размером рынка, на котором она действует
3	размера фирмы-конкурента с размером рынка, на котором она действует
4	размера рынка с размером отрасли
8	В структуру финансового раздела проекта входят
1	Ценовая политика
2	Анализ инвестиционных рисков
3	План денежных потоков
4	Прогноз новой продукции
9	Каким образом лучше оценивать эффективность разработанных планов?
1	Через систему натуральных и финансовых показателей
2	Через систему натуральных и стоимостных показателей
3	Через систему нормативных индексов и коэффициентов
4	Через систему базисных и индексных коэффициентов
10	Матрица BCG как инструмент для стратегического анализа и планирования в маркетинге содержит
1	Расчет относительной доли рынка
2	Расчет темпов роста рынка
3	Объем продаж



4	верны все предыдущие ответы
11	Методы финансового планирования на предприятии
1	Балансовый, расчетно-аналитический, нормативный, программно-целевой
2	Издержек и прибылей, балансовый, базисно-индексный
3	Программно-целевой, балансовый, графический, аналитический
4	Аналитический, нормативный, балансовый
12	Стратегическое бизнес-планирование – это
1	Разновидность практической деятельности по разработке стратегических бизнес-решений
2	Инструмент финансового, технического, организационного, экономического, управленческого обоснования дела
3	Искусство управления бизнесом
4	Функция управления бизнесом
13	На какой стадии проводится оценка экономической эффективности
1	Ликвидационной
2	Операционной
3	Предынвестиционной
4	Инвестиционной
14	Отметьте низкоконцентрированный тип рынка в показателях индекса концентрации и индекса Херфиндаля-Хиршмана
1	при $CR < 50\%$; $HHI = 10000$
2	при $70\% < CR < 100\%$; $1800 < HHI < 10$
3	при $45\% < CR < 70\%$; $1000 < HHI < 18$
4	при $CR < 45\%$; $HHI < 1000$
15	Бенчмаркинг как альтернативный метод стратегического планирования включает
1	анализ отрасли
2	анализ конкурентов
3	выработка стратегии
4	верны все предыдущие ответы

Задания открытого типа

Задание 1. Размер вложенных средств в проект по открытию кафе - 600 000 тыс. руб. Ставка дисконтирования — 17 % годовых. Доходы от вложенных средств: год первый = 168 тыс. руб. Коэффициент дисконтирования в первый год – 0,854. Доход с учетом дисконтирования 143,47 тыс руб. Год второй = 223 тыс. руб. Коэффициент дисконтирования - 0,730. Доход с учетом дисконтирования = 162,79 тыс руб. Год третий = 291 тыс. руб., Коэффициент дисконтирования 0,624. Доход с учетом дисконтирования = 181,58 тыс руб. Год четвертый = 330 тыс. руб. Коэффициент дисконтирования 0,533. Доход с учетом дисконтирования = 175,89 тыс руб. Определим период, по истечении которого вложенные средства окупятся

Определить Дисконтированный срок окупаемости (DPP) проекта.

Задание 2.

Установите соответствие:



а) чистый дисконтированный доход	1) время, за которое вложенные деньги вернутся. Чем ниже этот период, тем лучше
б) внутренняя норма доходности	2) разница между текущей стоимостью денежных потоков, получаемых от инвестирования в какой-либо проект, и вычетом суммы самих инвестиций.
с) срок окупаемости	3) время, прошедшее с момента инвестирования до полной окупаемости с учетом дисконтирования. Ставка дисконтирования – это минимальный процент, за который инвестор готов вложить в проект определенную сумму денег
д) Дисконтированный срок окупаемости	4) ставка процента, при которой чистый проектный доход, приведенный к ценам сегодняшнего дня, равен 0

Задание 3.

Выполните расчет аннуитета проекта двумя способами:

Дано: NPV = 100 тыс.руб.; R = 25%; T = 5 лет

Задание 4.

Перед организацией Б стал выбор: бизнес-план X, бизнес-план Y; вложение денег в банк. Какой вариант наиболее эффективный, если $r=20\%$, $r=30\%$, $r=50\%$ (используя относительный метод и метод ликвидности). IX = 200; IY = 400.

Исходные данные:

X:

Годы	1	2	3	4	5	6
Д _t	100	200	300	300	300	300
ИП _t	50	100	220	255	255	290

Y:

Годы	1	2	3	4	5
Д _t	450	600	600	600	600
ИП _t	300	400	450	450	520

Задание 5.

В управлении рисками бизнес-плана в условиях неопределенности, решение, основанное на выборе максимального среднего значения, называется:

Задание 6.

Методами управления рисками бизнес-плана являются:



Задание 7.

Установите соответствие:

а) чистый дисконтированный доход	1) IRR
б) внутренняя норма доходности	2) PP
с) срок окупаемости	3) NPV
д) Дисконтированный срок окупаемости	4) DPP

Задание 8.

Графически представьте цикл ДЕМИНГА PDCA и охарактеризуйте фазы цикла

Задание 9.

Впишите формулы расчета показателей:

а) Рентабельность проекта	
б) Производственный леверидж или эффект производственного рычага	
с) Запас финансовой прочности	
д) Точка безубыточности	
е) Валовая маржа	

Задание 10.

Выручка от реализации продукции – 500 тыс. руб., затраты на производство продукции – 350 тыс. руб., прибыль от реализации материальных ценностей – 15 тыс. руб., прибыль, полученная от сдачи имущества в аренду – 5 тыс. руб., налоговые платежи составили 70 тыс. руб., величина собственного капитала предприятия – 1600 тыс. руб.



Определить: балансовую и чистую прибыль, рентабельность продаж и рентабельность собственного капитала предприятия.

Задание 11.

Фактическая себестоимость продукции – 2000 руб., минимально приемлемая выручка от реализации продукции – 2500 руб.

Определить: минимально приемлемую рентабельность продаж.

Задание 12.

В базовом периоде переменные затраты составляли 450 тыс. руб., постоянные – 200 тыс. руб., а выручка от реализации – 700 тыс. руб. Определите, как изменится прибыль от реализации в рассматриваемом периоде, если реализация продукции увеличится на 20%.

Задание 13.

Компания «Атриум» намеревается производить продукцию X и Y. Величина средних переменных издержек (AVC) по продукции X и Y составляет соответственно 30 д.е., 20 д.е., постоянных издержек (FC): 800 000 и 1000 000 д.е. Жизненный цикл проекта – 6 месяцев. Прогнозируемые рыночные цены реализации – 100 д.е. и 80 д.е. соответственно. Предполагается, что они стабильны в течение жизненного цикла и соответствуют месячной величине спроса: товар X – 5000 шт; товар Y – 2700 шт. Являются ли производства X и Y эффективными?

Задание 14.

На основе анализа пяти сил М.Портера оценить текущее состояние и перспективы проекта по развитию фирмы в сфере ресторанного бизнеса ООО «Золотой Теленок».

Сила конкуренции	Факторы
Внутриотраслевая конкуренция	Привлекательность рынка для работающих на нем организаций-конкурентов
	Степень насыщенности и концентрации рынка (число и рыночная доля крупных банков, конкурирующих на рынке)
	Разнообразие сопутствующих услуг, предлагаемых конкурентами рынку
Влияние со стороны потенциальных конкурентов (угроза появления нового игрока)	Барьеры входа на рынок (включая: потребность в инвестициях, знание рынка, наличие опыта и знаний технологий, наличие репутации на этом рынке)
Влияние товаров-заменителей	Переход на новые способы подачи информации
Влияние покупателей	Количество аудитории
Влияние поставщиков	Качество товара

Оценить каждый из рассматриваемых факторов по каждой из пяти сил конкуренции по бальной шкале (диапазон оценок от 1 до 3 баллов): «1» балл означает



отсутствию проявления фактора; «2» балла – слабое влияние фактора; «3» балла – значительное влияние фактора. Затем на основании результатов мнения экспертов рассчитать средний балл оценок каждого фактора и каждой силы конкуренции (как пример – таблица 1 кейса 9).

Таблица 1 задания 14. Анализ пяти сил М. Портера для ООО «Золотой Теленок»

Силы конкуренции по М. Портеру	Виды риска и факторы	Степень воздействия сил на компанию			Средний балл
		эксперт 1	эксперт 2	эксперт 3	
Конкуренция среди действующих в отрасли компаний	Привлекательность рынка для работающих на нем организаций-конкурентов	2	1	1	1,33
	Степень насыщенности и концентрации рынка	2	2	1	1,67
	Разнообразие сопутствующих услуг, предлагаемых конкурентами рынку	1	2	2	1,67
Средний балл 1,44					
Возможность входа на рынок потенциальных конкурентов	Барьеры входа на рынок	1	1	1	1
Средний балл 1					
Угроза появления заменяющих благ, услуг, продуктов (товаров-субститутов)	Влияние товаров-субститутов, переход на новые способы удовлетворения услуги	3	3	2	2,67
Средний балл 2,67					
Сила поставщиков	Качество товара и услуги	1	2	2	1,67
Сила покупателей	Число покупателей	2	3	3	2,67
Итого, средний балл:	1,89 Данный показатель средний, что говорит о влиянии внешних условий на ООО «Золотой теленок» и это влияние будет усиливаться, что требует реализации конкурентах стратегий защиты от всех пяти конкурентных сил и рисков				

Сделать вывод. Как пример: рынок ресторанных услуг имеет устойчивую конкуренцию, характеризуется как монополистическая конкуренция в силу дифференциации товаров и услуг. Ряд фирм являются укоренившимися, но существует



возможность входа новых конкурентов, так же как и выхода слабых игроков. Ряд компаний используют демпинг, уменьшение качества и завышение цен, сетевизацию деятельности, большинство компаний имеют разветвленную товарную номенклатуру, для оптимизации издержек компании контактируют с новыми поставщиками, удешевляют производство, уменьшают качество, сокращают номенклатуру и др. Таким образом, исследуемый сектор чувствителен к незначительным изменениям рыночной конъюнктуры, что требует выявления, формирования и упрочения конкурентных преимуществ базирующихся в нем фирм.

Предложить приоритетные (первоочередные) направления проекта.

Задание 15.

PESTEL-факторы как стратегический инструмент для анализа внешней среды проекта.

Для оценки влияния внешних и внутренних факторов на проект применить PESTEL-анализа устойчивого развития субъектов предпринимательства, выявить политическое, экономическое, социальное и технологическое влияние, оказываемое на организацию внешней средой (как пример – таблица 1 кейса 10).

Таблица 1 задания 15. PESTEL-анализ макросреды ООО «Золотой Теленок»

Группа	Факторы
Политические факторы	
Экономические факторы	
Социальные факторы	
Технологические факторы, факторы инновационности сервиса	
Правовые факторы	

Задание 16.

Для оценки влияния внешних и внутренних факторов на проект применить SWOT-анализ устойчивого развития субъектов предпринимательства:

Матрица SWOT – анализа фирмы (выбрать современную компанию)



СИЛА ВЛИЯНИЯ КАЖДОГО ФАКТОРА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИРМЫ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ПО 5-ТИ БАЛЛЬНОЙ ШКАЛЕ: 5 – ОЧЕНЬ СИЛЬНАЯ; 4- СИЛЬНАЯ; 3 – СРЕДНЯЯ; 2 – СЛАБАЯ; 1 – ОЧЕНЬ СЛАБАЯ; 0 – НЕТ ВЛИЯНИЯ ИЛИ ФАКТОР ОТСУТСТВУЕТ

Преимущества (STRENGTHS)	Балл +	Балл -	Недостатки (Weakness)
Сумма баллов по преимуществам (+), %			Сумма баллов по угрозам (-), %
Разница баллов			

Возможности (OPPORTUNITIES)	Балл +	Балл -	Угрозы/риски (THREATS)
Сумма баллов по преимуществам (+), %			Сумма баллов по угрозам (-), %
Разница баллов			

Задание 17.

Выберите правильный ответ и нарисуйте. Средние издержки выпуска имеют:

Задание 18.

В конкурентном анализе показатели концентрации основаны на сопоставлении

Задание 19.

Оцените справедливость суждений:

Предельные издержки на выпуск продукции

- 1 Больше средних издержек
- 2 Меньше средних издержек
- 3 Могут совпадать со средними издержками



Задание 20.

Напишите формулу среднесписочной численности

Задание 21.

Заполните таблицу показателей движения персонала

Название коэффициента	Формула
Коэффициент оборота по приему	
Коэффициент оборота по выбытию	
Коэффициент текучести кадров	
Коэффициент постоянства состава персонала предприятия	

Задание 22.

Напишите формулу Фонда заработной платы

Задание 23. Дайте понятие и состав ФОТ – Фонда оплаты труда и обоснуйте его отличие от ФЗП

Задание 24. Нарисуйте матрицу выбора целевого сегмента рынка

Задание 25. Планируется производить молоко с жирностью 1,5-3,2% в городе, где 500 тысяч взрослого населения. В нормах [указано](#), что объем потребления такого товара — 50 кг в год на человека. Один пакет молока в среднем весит 1 кг и стоит 66 рублей. Определить емкость рынка

Задание 26. Рассчитать потенциальную емкость рынка

Этап 1. Расчет максимальной потенциальной емкости.

Для вычисления общей потенциальной емкости рынка вашего товара на определенной территории необходимо применить следующую формулу:

Общая потенциальная емкость рынка = КА × ЧП × СЦ.

- Исследуемый временной промежуток: один квартал;
- Исследуемый географический рынок: город S с населением в 320 тыс. человек;
- Объем потенциальных клиентов: 106 тыс. домовладений (если вы не обладаете такими сведениями касательно вашей территории, то можете использовать



среднестатистические данные России, согласно которым в одном домовладении живет три человека);

- Регулярность использования: один раз в течение месяца – абонентский платеж, то есть, три оплаты за один квартал (в случае если ваша услуга приобретается реже, то частота может быть указана не в целых числах: годовой абонемент в салон красоты в переводе на квартальный временной период будет 0,25);
- Средняя стоимость: 180 руб.;
- Средний объем и вид услуги: стандартный пакет на 120 телевизионных каналов;
- Вычисляем: 106 тыс. покупателей умножаем на три покупки за один квартал и умножаем на 180 рублей, получаем 57 млн 240 тыс. руб. Так мы рассчитали потенциальную емкость рынка, то есть такую сумму могут получить все компании, занимающиеся предоставлением услуг кабельного ТВ в том случае, если данной услугой пожелают воспользоваться абсолютно все жители города S. Теперь нам нужно адаптировать эти суммы к реальности.

Этап 2. Определение аудитории, пользующейся продуктом.

Далее мы продолжим исследовать емкость рынка на примере компании, которая занимается кабельным ТВ в конкретном городе S. Выбираем потенциальных клиентов, которые нуждаются в услуге данного предприятия, при помощи различных методов – опросов, наблюдений, имеющейся статистики – и подводим их к конкретному объему.

Предположим, по итогам реализованного социального анкетирования вы выяснили, что 45 % от всего объема опрошенных жителей города S подключили или хотят провести кабельное ТВ: 106 тыс. клиентов делим на 100 и умножаем на 45, получаем 47 тыс. 700 домов – это числовой показатель вашего рынка, на котором осуществляют деятельность все конкуренты вашей фирмы.

Задание 27. На предприятии за год произвели 10 000 изделий, данные по себестоимости одного изделия приведены в таблице:

Затраты	Руб.
Сырье	40
Топливо и энергия	15
Вспомогательные материалы	0,5
З.п. основных производственных рабочих	10
Взносы в социальные фонды	3,6
Общепроизводственные затраты	4,5
Общехозяйственные затраты	4,2
Коммерческие затраты	2,2
Итого	80



Цена изделия – 100 рублей./шт.

Определить: критический выпуск продукции (точку безубыточности); и затраты на производство одного изделия (себестоимость изделий) при выпуске в год 12000 изделий.

Задание 28.

Фирма при реализации оборудования для пищевого производства ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы – на 5 %. Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж – 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте. В третьем сегменте емкость рынка 45 млн. шт., доля фирмы – 18%. Изменений не предвидится. Определить объем продаж фирмы в текущем году при вышеуказанных условиях.

Задание 29.

Вставьте пропущенные понятия:

Основные показатели рентабельности:

- рентабельность _____ ;
- рентабельность _____ ;
- рентабельность _____ ;
- рентабельность _____ .

Задание 30.

Определить списочную численность всех рабочих в продуктивном цехе, если явочный состав основных рабочих составляет 36 человек. Для расчета вспомогательных рабочих используется норма – один подсобный рабочий для четырех основных. Выходные и праздничные дни за год составили 111 дней, планируемые невыходы в среднем на одного рабочего составили 32 дня.

Задание 31.

При открытии кафе предприниматель вложил капитал в 200 т.р. Кафе будет функционировать в помещении, которое предприниматель раньше сдавал в аренду. Размер арендной платы составлял 50 т.р. в год. При этом предприниматель раньше работал экономистом, получал зарплату 100 т.р. в год. При открытии собственного кафе он намерен уволиться с прежнего места работы. Предполагаемые показатели деятельности открываемого предприятия приведены в таблице:

Показатель	Величина
Выпуск продукции, единиц	10 000
Цена единицы продукции без НДС, рублей.	100
Среднегодовая стоимость основных средств, т.р.	600
Средние остатки оборотных средств, т.р.	200



<i>Издержки, т.р.:</i>	
издержки на сырье и материалы	250
издержки на выплату заработной платы сотрудникам	150
размер начисленной амортизации	160
<i>Прочие издержки</i>	140
Доходы от продажи излишнего имущества, т.р.	50
Проценты, выплачиваемые по банковскому кредиту, т.р.	10
Налоги, выплачиваемые из прибыли, %	24
Процентная ставка по срочным депозитам, %	18

Найти: прибыль от продажи продукции, валовую прибыль (прибыль до налогообложения), прибыль чистую; рентабельность производства, рентабельность предприятия; рентабельность продукции. Оценить целесообразность открытия предприятия (рассчитайте экономическую прибыль).

Задание 32.

В организации производится 20 000 изделий в год. Годовые издержки на производство изделий составляют 18000 рублей. Руководитель принял решение осуществить повысить уровень специализации предприятия, что привело к снижению себестоимости единицы продукции на 19%.

Однако на предприятии поменялся поставщик материалов, что привело к повышению транспортных издержек на единицу продукции с 10 до 20 копеек.

Рассчитайте величину экономии текущих издержек, которая возникает в связи с внедрением процессов по повышению уровня специализации, при объеме производства продукции на 15% больше текущего значения.

Задание 33.

Кафе работает 12 часов в день, количество мест – 35. Среднее время приема пищи одним посетителем - 30 мин, среднее кол-во блюд на 1-го посетителя – 2,5. Плановое кол-во рабочих дней в году – 365. Коэффициент пропускной способности – 0,8.

Определить годовой план выпуска блюд.

Задание 34.

Предприятие в течение года реализует картофель на сумму 100 тыс. руб.. Затраты на производство и реализацию составляют 80 тыс. руб., в т. ч. постоянные - 20 тыс. руб, переменные - 60 тыс. руб. Определить точку безубыточности производства картофеля (критическую программу производства), коэффициенты маржинальной прибыли и безопасности производства. По результатам расчётов сделать соответствующие выводы.

Задание 35.

Компания производит товар X. Планируется заказ на изготовление 300 единиц товаров. Определите цеховую, производственную и полную себестоимость единицы товара исходя из следующих данных:

расход материалов на единицу продукции – 15 т.р.,



ФОТ производственных рабочих на весь заказ: 1 800 т.р., амортизация и текущий ремонт оборудования – 108 т.р. на весь объем заказа, оплата труда административных работников – 1 200 т.р. содержание зданий и сооружений цеха и текущий ремонт – 110 т.р., амортизация зданий, сооружений и инвентаря цехового назначения – 70 т.р. в год, заработная плата аппарата управления – 1 200 т.р, командировочные затраты – 90 т.р., охрана и сигнализация – 122 т.р., амортизация и текущий ремонт зданий и инвентаря общезаводского назначения – 80 т.р., повышение квалификации и переподготовка кадров – 58 т.р., реклама – 215 т.р. Обязательные страховые взносы составляют 30,2%.
15 000+6 000+360+4 000+

Задание 36.

На предприятии за год планируется произвести 11 300 десертов по цене 380 руб. Данные по себестоимости одного десерта: сырье и энергия – 120 руб., оплата труда основных производственных рабочих 80 руб., общепроизводственные затраты 31 руб., общехозяйственные затраты 21 руб., коммерческие затраты 18 руб. Обязательные страховые взносы составляют 30,2%. Определите точку безубыточности и запас финансовой прочности при указанном объеме производства, а также себестоимость календаря при выпуске в год 12 300 десертов.

Задание 37.

Определить эффект операционного рычага, если известны следующие данные по работе предприятия ООО «Вкусноедов» за предыдущий год:

Выручка – 15 000 тыс. руб.,

Переменные затраты – 12 300 тыс. руб.,

Постоянные затраты – 1 500 тыс. руб.

Задание 38.

Задание По условиям предыдущей задачи определить при помощи силы операционного рычага, насколько изменится прибыль, если предприятие планирует увеличить выручку на 10%.

Решение Формула операционного рычага отражает количество процентов, на которое изменится прибыль при 1% изменении выручки.

Тогда, если предприятие увеличит выручку на 10%, то прибыль вырастет на:
 $10 * 2,25 = 22,5\%$

Задание 39.

Торговая фирма закупает товар по цене 200 руб. за единицу и продает в количестве 500 штук еженедельно по цене 255 руб. В результате проведенного исследования отдел маркетинга предложил повысить цену на 7%. Эластичность спроса равна 0,9. Необходимо рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать предприятию, чтобы сохранить свою прибыль на том же уровне. Какую прибыль может получить фирма после изменения цены на 7% с учетом состояния спроса?



7.4. Содержание занятий семинарского типа.

Занятия семинарского типа – одна из форм учебных занятий, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение различных умений и навыков.

Занятие семинарского типа представляет собой комплексную форму и завершающее звено в изучении предусмотренных в рабочей программе тем дисциплины. Комплексность данной формы занятий определяется тем, что в ходе проведения занятия сочетаются выступления студентов и преподавателя; положительное толкование (рассмотрение) обсуждаемой проблемы и анализ различных, часто дискуссионных позиций; обсуждение мнений студентов и разъяснение (консультация) преподавателя; углубленное изучение теории и приобретение навыков умения ее использовать в практической работе.

Количество часов занятий семинарского типа по дисциплине определено рабочим учебным планом направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

Занятия семинарского типа проводятся в форме практических занятий.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

Тематика практических занятий

1. Сущность и содержание бизнес-планирования.

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Предмет, методы, сущность бизнес-плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования.

Вопросы для обсуждения:

1. Основы и цель бизнес-планирования
2. Внешние и внутренние цели бизнес-плана
3. История развития бизнес-планирования в России
4. Требования мировой практики к бизнес-планированию
5. Принципы и функции бизнес-планирования.
6. Задачи бизнес-планирования.
7. Специфика организованных покупателей на рынке гостиничных услуг

Цель занятия: повторение и углубление базовых понятий бизнес-планирования

Практические навыки: знать понятийный аппарат бизнес-планирования, сущность и методы разработки бизнес-планов, основные функции и задачи бизнес-планирования в процессе практического занятия.

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам.

Структура проекта.

Вопросы для обсуждения:

1. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам
2. Виды бизнес-планов
3. Схемы бизнес-плана
4. Структура бизнес-плана

Цель занятия: изучение общих требований к проектам, видов бизнес-планов и схем.



Практические навыки: знать общие требования к проектам, виды бизнес-планов и схемы в процессе практического занятия.

2. Методика разработки бизнес- плана предприятия индустрии гостеприимства и питания

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Бизнес-идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований.

Вопросы для обсуждения:

1. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги).
2. Бизнес-идея проекта.
3. Порядок проведения предпроектных исследований.
4. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка).
5. Разработка стратегии.

Цель занятия: изучение порядка проведения предпроектных исследований.

Практические навыки: знать порядок проведения предпроектных исследований и умение его применять в процессе практического занятия.

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов.

Тема и содержание занятия: Анализ внутренней и внешней среды предприятия

Вопросы для обсуждения:

1. Внутренняя и внешняя среда гостиничного предприятия.
2. Анализ рынка.
4. Анализ конкурентов.
5. Методы анализа внутренней среды и внешнего окружения предприятия.

Цель занятия: изучение вопросов анализа внутренней и внешней среды гостиничного предприятия и предприятия питания.

Практические навыки: умение анализировать внешнюю и внутреннюю среду предприятия.

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: Решение кейсов

Тема и содержание занятия: План маркетинга.

Вопросы для обсуждения:

1. Сегментация рынка гостиничных и ресторанных услуг.
2. Анализ и оценка рынков сбыта услуг и продукта гостиницы и ресторана
2. Анализ рыночной конъюнктуры,
3. Характеристика конкурентов, их стратегии и тактики.

Цель занятия: изучение вопросов составления плана маркетинга гостиничного предприятия и предприятия питания.



Практические навыки: умение составлять план маркетинга предприятия.

Примеры кейсов

Кейс 1

Какие изменения можно прогнозировать в туристском бизнесе России с учётом современных проблем в экономике, а также политической обстановки в мире? Предложите меры, способствующие развитию гостиничного бизнеса в новых условиях. Какие мероприятия помогут повысить продажи услуг отелей?

Кейс 2

Grand Hotel De Bordeaux & Spa расположен в старинном здании в самом сердце мировой винной столицы Бордо. Отель ориентируется на гостей с достатком выше среднего, даже начальные цены за одну ночь на порядок выше среднерыночных. Основными постояльцами на сегодняшний день являются представители Китая и Великобритании. Также услугами отеля пользуется немало туристов из других стран Европы, иногда из России.

Регион Бордо пока уступает по популярности Лазурному берегу Франции и горнолыжным курортам среди российской аудитории. Вероятно, это связано с не слишком большой осведомленностью о возможностях времяпрепровождения в Бордо, помимо посещений винных шато.

Первоочередной задачей PR-кампании была организация знакомства с регионом, освещение сотрудничества отеля с культурным центром города, и как следствие привлечение платежеспособной аудитории, в том числе часто путешествующих и проживающих за пределами родины россиян (большинство из них, прибыв в Бордо, останавливается не в отелях, а при шато).

Достичь этого предполагалось, рассказав не только об уникальных предложениях и конкурентных преимуществах отеля Grand Hotel De Bordeaux & Spa, но также в целом о регионе Бордо, его наследии, развлечениях и, конечно, о вине. К тому же, требовалось напомнить основной массе туристов из Китая и Великобритании об отеле, рассказать о ряде нововведений и повысить узнаваемость гостиницы в целом.

Что необходимо сделать для успешного решения поставленной цели? Ваши действия.

Кейс 3

Представить рекламную стратегию гостиницы по выбору студента в виде таблицы:

Вид рекламы	Как реализован	Эффективность (преимущества и недостатки)
Рассылка рекламных писем – предложений отдельным покупателям		
Вывески в торговых точках		
Теле- и радиореклама		
Рекламные объявления в газетах и журналах		
Рекламные щиты на улицах вдоль автомагистралей, издание плакатов		
Реклама на мелких товарах (календарях, ручках)		



Издание брошюр		
Реклама в телефонных справочниках		
Издание рекламных проспектов		

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: Решение кейсов

Тема и содержание занятия: Разработка гостиничных и ресторанных услуг.

Вопросы для обсуждения:

1. Виды услуг, оказываемых гостиницами и ресторанами.
2. Материально-техническое обеспечение гостиничного предприятия и предприятия питания.
3. Источники формирования материальной базы гостиничного предприятия и предприятия питания.
4. Затраты на приобретение необходимого оборудования.

Цель занятия: изучение вопросов разработки услуг гостиничного предприятия и предприятия питания.

Практические навыки: умение составлять план создания новых видов услуг гостиничного предприятия и предприятия питания.

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: Решение кейсов

Тема и содержание занятия: Организационный план.

Вопросы для обсуждения:

1. Организационная структура гостиничного предприятия и предприятия питания;
2. Ключевой управленческий персонал;
3. Профессиональные советники и услуги;
4. Персонал гостиницы/ ресторана;
5. Кадровая политика гостиницы/ предприятия питания;
6. Календарный план;
7. План социального развития;
8. Правовое обеспечение деятельности гостиничного предприятия/ предприятия питания.

Цель занятия: изучение вопросов составления организационного плана гостиничного предприятия и предприятия питания.

Практические навыки: умение составлять организационный план предприятия.

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: Решение практических задач

Тема и содержание занятия: Разработка финансового плана

Вопросы для обсуждения:

1. Прогнозирование объема продаж



2. Оценка прямых материальных затрат
3. Расходы по оплате труда
4. Оценка накладных расходов
5. Смета себестоимости предоставленных услуг
6. Расчёт коммерческих и управленческих расходов
7. План доходов и расходов
8. Денежные потоки гостиницы/ ресторана
9. Отчет о прибылях и убытках
10. Баланс денежных расходов и поступлений
11. Прогнозный баланс активов и пассивов (для предприятия)
12. Анализ безубыточности
13. Стратегия финансирования

Практическое задание

Задача 1. Определите прибыль (убыток) планируемого года, если:

№№	Показатель	Сумма (тыс.руб.)
1.	Выручка от реализации товаров Себестоимость товаров	350000 220000
2.	Прибыль (убыток) от реализации услуг	
3.	Доходы от внереализационных операций, в т.ч. - доходы по ценным бумагам - доходы от долевого участия в деятельности других предприятий	 580 420
4.	Операционные доходы: - от прочей реализации -арендные платежи	 550 700
5.	Операционные расходы: - по прочей реализации -амортизация и обслуживание имущества, сданного в аренду	 90 210
6.	Внереализационные доходы: - поступления в возмещение причиненных предприятию убытков - курсовые разницы	 2 100 2 600
7.	Внереализационные расходы: - курсовые разницы - налог на имущество организаций	 1 800 650
8.	Прибыль (убыток) планируемого года	

Ситуация 1. Распределите затраты на постоянные (Р пост.) или переменные (Р пер.):

- а) административно-управленческие расходы;
- б) сдельная заработная плата рабочих;
- в) повременная заработная плата рабочих;
- г) материальные затраты (сырье и основные материалы);
- д) амортизационные отчисления;
- е) арендные платежи;

- ж) имущественные и местные налоги;
- з) оплата труда служащих;
- и) топливо и энергия на технологические нужды.

Ситуация 2. Сгруппируйте затраты по элементам:

- а) сырье и материалы;
- б) топливо и энергия на технологические нужды;
- в) отопление и освещение заводоуправления;
- г) заработная плата персонала транспортного цеха;
- д) амортизация оборудования цеха;
- е) канцелярские расходы;
- ж) начисление социального налога на зарплату;
- з) страховые взносы на добровольное личное страхование работников;
- и) заработная плата служащих;
- к) комплектующие изделия;
- л) тара;
- м) амортизация электронно-вычислительной техники;
- н) рекламные расходы.

Цель занятия: изучение вопросов составления финансового плана гостиничного предприятия.

Практические навыки: умение составлять финансовый план предприятия..

Практическое занятие 7.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Инвестирование проекта

Вопросы для обсуждения:

- 1.Виды инвестиций в гостиничный и ресторанный бизнес.
- 2.Формы инвестиций.
- 3.Этапы инвестиционной фазы проекта.

Цель занятия: изучение вопросов составления инвестиционного плана гостиничного предприятия и предприятия питания.

Практические навыки: умение составлять инвестиционный план предприятия.

Практическое занятие 8.

Вид практического занятия: Обсуждение докладов

Тема и содержание занятия: Страхование и риски бизнес-планов

Вопросы для обсуждения:

- 1.Виды рисков
2. Политические риски
- 3.Производственные риски
- 4.Имущественный риск
- 5.Финансовый риск
- 6.Валютный риск.
- 7.Методы страхования рисков: балансовый, опытно-статистический, нормативный, экономико-математический.

Цель занятия: изучение вопросов страхования и возможных рисков бизнес-плана гостиничного предприятия.

Практические навыки: умение выявлять возможные риски бизнес-плана предприятия.



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 информационных справочных систем (при необходимости)

8.1. Основная литература

1. Анисимов, А.Ю., Бизнес-планирование : учебник / А.Ю. Анисимов, О.А. Пятаева. — Москва: КноРус, 2022. — 167 с. — ISBN 978-5-406-08424-3. —
[URL:https://old.book.ru/book/942093](https://old.book.ru/book/942093)
2. Бизнес-планирование: учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=368981>
3. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. — 2-е изд. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2021. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=368600>

8.2. Дополнительная литература

1. Инвестиционное бизнес-планирование: учебное пособие/ М.В. Чараева, Г.М. Лапицкая, Н. В. Крашенникова. — Москва: Альфа-М, 2022. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=355887>
2. Бизнес-планирование: учебное пособие / А. С. Волков, А. А. Марченко. - Москва: РИОР : ИНФРА-М, 2020. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1099263>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронно-библиотечная система ZNANIUM: Режим доступа: <https://znanium.com/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.ru: Режим доступа: <https://book.ru/>
3. Научная электронная библиотека E-library (информационно-справочная система): Режим доступа: <http://www.e-library.ru/>

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

Microsoft Windows

Microsoft Office

1. Профессиональная база данных «Федеральная служба государственной статистики»
Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>
2. Профессиональная база социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) Режим доступа: <https://bd.wciom.ru/>
3. База данных открытых проектов «ВЦИОМ» (профессиональная база данных) Режим доступа: https://profi.wciom.ru/open_projects/
4. Информационная справочная система «Интернет-версия справочно-правовой системы «Гарант»» (информационно-правовой портал «Гарант.ру») Режим доступа: <http://www.garant.ru>



5. Справочная правовая система (СПС) Консультант Плюс: Режим доступа: <https://www.consultant.ru/>
6. Федерация рестораторов и отельеров России (ФРИО). Защищаем интересы бизнеса HoReCa с 1996 года): Режим доступа: <http://frio.ru/>
7. Научный журнал «Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса»: Режим доступа: <https://vestnik.rgutspubl.org/index.php/1>
8. Научный журнал «Современные проблемы сервиса и туризма»: Режим доступа: <https://stcc.rgutspubl.org/index.php/1>
9. Национальная экономическая энциклопедия (информационно-справочная система) Режим доступа: <https://vocable.ru/>
10. Министерство экономического развития Российской Федерации: Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/>

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

Процесс изучения дисциплины Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства предусматривает аудиторную (работа на лекциях и практических занятиях) и внеаудиторную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям) работу обучающегося.

В качестве основной методики обучения была выбрана методика, включающая - совокупность приёмов, с помощью которых происходит целенаправленно организованный, планомерно и систематически осуществляемый процесс овладения знаниями, умениями и навыками.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства» в предлагаемой методике обучения выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а также самостоятельная работа обучающихся.

Лекции

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 экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Изложение лекционного материала рекомендуется проводить в мультимедийной форме (презентаций). Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала.

- занятия семинарского типа:

Практические занятия по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства» проводятся с целью приобретения практических навыков в области бизнес-планирования, основных разделов бизнес-плана предприятия туризма и гостеприимства.

Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий, направленных на усвоение научно-теоретических основ бизнес-планирования, приобретение практических навыков и



овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Выполнения практической работы студенты производят в письменном виде, в виде презентаций и докладов, а также эссе и рефератов. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет, в электронном и печатном виде - лекции: поточная;

- практические занятия в форме обсуждения докладов, решения кейсов, решения практических задач.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой практикума выступают типовые задачи, которые должен уметь решать специалист в области сервиса.

- самостоятельная работа обучающихся

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической литературой и технической документацией, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- овладение фундаментальными знаниями;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

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

Учебные занятия по дисциплине «Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства» 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	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование



консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	доска
Занятия семинарского типа	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроjectionное оборудование/переносное видеопроjectionное оборудование доска
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроjectionное 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