

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Рабочая программа дисциплины (модуля)
**БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОМ
БИЗНЕСЕ**

Направление и направленность (профиль)
43.03.02 Туризм. Управление ресторанным и гостиничным бизнесом

Год набора на ОПОП
2023

Форма обучения
очная

Владивосток 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Бизнес-планирование в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020г. №970) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Гомилевская Г.А., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса, Galina.Gomilevskaya1@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса от 17.04.2024 , протокол № 9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Гомилевская Г.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	Galina_1575480626
Номер транзакции	0000000000C7CAB6
Владелец	Гомилевская Г.А.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения учебной дисциплины является: формирование у студентов компетенций, связанных с перспективным и текущим планированием социально-экономических, организационных и финансовых процессов на предприятии туризма и индустрии гостеприимства.

В процессе достижения цели решаются следующие задачи:

- 1) приобретение систематизированных знаний об управлении процесса бизнес-планирования;
- 2) овладение практическими навыками бизнес-планирования, методами и способами разработки бизнес-плана;
- 3) проведение проектного анализа при создании или развитии предприятия индустрии гостеприимства.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
43.03.02 «Туризм» (Б-ТУ)	ПКВ-2 : Способен организовать планирование и управление производственной и сбытовой деятельностью в предприятиях ресторанного и гостиничного бизнеса	ПКВ-2.1к : Осуществляет текущее и перспективное планирование деятельности предприятия	РД1	Знание	технологий, методов и способов текущего и перспективного планирования в рамках бизнес-планирования
			РД2	Умение	обеспечивать текущее и перспективное планирование в организациях сферы туризма и гостинично-ресторанного бизнеса
			РД3	Навык	текущего и перспективного планирования в рамках бизнес-планирования сферы туризма и гостинично-ресторанного бизнеса

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Бизнес-планирование в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Для успешного освоения курса студенты должны владеть компетенцией, формируемой при изучении дисциплины «Экономика и предпринимательство в туризме».

На компетенции, формируемой дисциплиной «Бизнес-планирование в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе», базируются выполнение курсовой работы и выпускной квалификационной работы.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
43.03.02 Туризм	ОФО	Б1.В	6	4	55	18	36	0	1	0	89	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия	РД1	2	4	0	7	участие в дискуссии, обсуждение результатов
2	Анализ внутренней среды предприятия. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг	РД2	2	6	0	14	решение разноуровневых задач и заданий, обсуждение результатов
3	Исследование конкурентной среды. Разработка туристских товаров и услуг	РД2, РД3	2	6	0	14	разноуровневые задачи и задания, обсуждение результатов
4	Ценовая политика в системе бизнес-планирования	РД2, РД3	4	6	0	14	реферат, обсуждение результатов
5	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	РД2, РД3	2	4	0	14	проект, обсуждение результатов
6	Производственный и организационный планы предприятия	РД1, РД2, РД3	4	6	0	14	разноуровневые задачи и задания, обсуждение результатов
7	Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками	РД2, РД3	2	4	0	12	участие в опросе, обсуждение результатов
Итого по таблице			18	36	0	89	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

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

Содержание темы: Предмет и содержание бизнес-планирования, социально-экономическая сущность бизнес-плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам. Подготовка к разработке и составлению бизнес-плана. Структура проекта. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги). Бизнес-идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов,

анализ рынка). Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план). Основные разделы бизнес-плана, инвестиционного проекта туристского предприятия.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: дискуссия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и/или письменного реферата.

Тема 2 Анализ внутренней среды предприятия. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг.

Содержание темы: Общая характеристика предприятия: история развития предприятия, организационно-правовая форма, организационная структура, сфера деятельности, основные продукты и услуги. Кредитная история. Экономический анализ деятельности предприятия. Анализ технико-экономических показателей: выручка, прибыль, рентабельность, показатели использования основных фондов и оборотных средств, численность персонала, фонд оплаты труда, производительность труда. Анализ финансовой деятельности: анализ структуры баланса, анализ ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности, деловой активности. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы. Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Общая структура спроса. Прогноз основных показателей рынка. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка. Общие и специфические факторы рынка. Процесс принятия решения о покупке. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления. Классификация потребителей в туризме. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционные занятия. Практические занятия: решение задач и заданий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме.

Тема 3 Исследование конкурентной среды. Разработка туристских товаров и услуг.

Содержание темы: Понятие конкурентной среды туристского предприятия. Виды конкуренции и характеристика типов туристских рынков. Виды предпринимательского поведения в туризме. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании. Анализ факторов конкурентной среды туристского предприятия. Определение доли рынка предприятия. Характеристика основных конкурентов. Анализ продукции и услуг конкурентов. Анализ ценовой политики, программ продвижения. Оценка конкурентоспособности предприятия при его проектировании или развитии. Классификация туристских товаров и услуг. Общая характеристика турпродукта. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы. Формирование товарной политики на туристском предприятии. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия. Порядок разработки и выбора турпродукта. Инновационная деятельность. Представление характеристики продукции и услуг в бизнес-плане. Сравнительный анализ по основным показателям с товарами-аналогами. Характеристика функциональных и потребительских свойств основных и дополнительных товаров и услуг.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: решение разноуровневых задач и заданий, выполнение заданий по проекту.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по

текущему контролю, подготовка к практическим занятиям, подготовка заданий проекта.

Тема 4 Ценовая политика в системе бизнес-планирования.

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

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: защита рефератов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка письменного реферата.

Тема 5 Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама.

Содержание темы: Сущность сбытовой деятельности предприятий туризма и индустрии гостеприимства. Каналы распространения туристских товаров и услуг, уровни каналов. Формы и методы реализации турпродукта. Способы и методы реализации (сбыта) турпродукта: директ-маркетинг, теле-маркетинг, косвенный сбыт, селективный сбыт, исключительный сбыт. Формирование программы сбыта. Годовая программа сбыта, учет сезонности при формировании сбыта. Разработка программы сбыта в натуральном и стоимостном виде. Виды продвижения в туризме: реклама, личная продажа, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта. Особенности разработки плана продвижения для предприятий туризма и индустрии гостеприимства. Определение цели продвижения, характеристика целевой аудитории, анализ и выбор каналов продвижения, разработка медиаплана, разработка итогового плана продвижения с учетом шага проекта. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционные занятия. Практические занятия: проект.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – подготовка к защите проектов.

Тема 6 Производственный и организационный планы предприятия.

Содержание темы: Характеристика технологии производства продукции и услуг. Обоснование строительных решений при возведении объектов по плану. Оценка потребности в технологическом и торговом оборудовании. Выбор поставщиков оборудования. Оценка и представление затрат на оборудование. Расчет потребности в сырье, материалах, комплектующих, производственных затратах. Организационная схема управления предприятием. План персонала, система подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала. Расчет потребности в затратах на оплату труда персонала. Организационный план управления проектом. Календарный график мероприятий по проекту. Инвестиционный план: потребность в финансировании, источники финансирования, условия и сроки финансирования, условия возврата инвестиций. Диаграмма GANT. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционные занятия. Практические занятия: выполнение разноуровневых задач и заданий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка к решению задач и заданий.

Тема 7 Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками.

Содержание темы: План прибылей и убытков. Выручка от реализации туруслуг.

Производственные затраты. Валовая маржа. Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая прибыль. Налоговое окружение. План движения денежных средств. Критерии оценки инвестиционного проекта. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR). Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционные занятия. Практические занятия: тестирование, опрос.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим занятиям – работа с базами данных в сети Интернет, подготовка сообщений в устной форме и к решению заданий теста.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательное написание студентами бизнес-плана проекта развития предприятия туризма и индустрии гостеприимства. В начале выполнения индивидуального задания по разработке бизнес-плана необходимо выбрать предприятие индустрии туризма из приведенного ниже перечня.

1. Средство размещения.
2. Предприятие общественного питания.
3. Туристская фирма: туроператор.
4. Туристская фирма: турагент.
5. Экскурсионное бюро.
6. Предприятие индустрии отдыха.
7. Транспортное предприятие.
8. Оператор выставочной деятельности.
9. Праздничное агентство.
10. Туристско-рекреационный кластер.

Для выполнения индивидуального задания по разработке бизнес-плана проекта развития предприятия туризма и индустрии гостеприимства используется универсальный кейс «Технология разработки бизнес-плана предприятия туризма и индустрии гостеприимства», включающий этапы маркетингового, организационного, производственного и финансового проектирования бизнес-процессов предприятия.

Самостоятельная работа студентов осуществляется при подготовке к семинарских занятиям в пределах отведенных программой часов:

- Тема 1. Подготовка бизнес-идеи (4 часа).
- Тема 2. Анализ внешней среды предприятия (5 часов).
- Тема 3. Позиционирование продукции и услуг (6 часов).
- Тема 4. Разработка стратегии ценообразования (6 часов).
- Тема 5. Разработка плана сбыта и продвижения (10 часов).
- Тема 6. Разработка производственного и организационного плана (9 часов).
- Тема 7. Оценка эффективности проекта (10 часов).
- Тема 8. Презентация и подготовка доклада (7 часа).

- Информационные технологии: "Эксперт Систем" Project Expert 7 Tutorial Russian
- Информационные технологии: Microsoft Project 2010 Russian
- Материально-техническое обеспечение: Проектор

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Алиев, В. С. Бизнес-планирование: практикум с использованием программы Project Expert : учебное пособие / В.С. Алиев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 287 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1279953. - ISBN 978-5-16-016877-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2122963> (дата обращения: 18.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Горбунов, В. Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов : научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. — 2-е изд. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2024. — 288 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Наука и практика). — DOI: <https://doi.org/10.12737/0611-5>. - ISBN 978-5-369-01894-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2084493> (дата обращения: 18.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для вузов / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08683-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542326> (дата обращения: 18.06.2024).

4. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16062-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537710> (дата обращения: 18.06.2024).

7.2 *Дополнительная литература*

1. Бизнес-планирование в туризме : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. к.э.н., доцента Т. В. Харитоновой ; д.э.н., профессора А. В. Шарковой. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 308 с. - ISBN 978-5-394-05198-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082470> (дата обращения: 18.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Захаренкова, И. А. Планирование и прогнозирование на предприятии на основе данных : учебное пособие / И. А. Захаренкова, Т. П. Беляева. — Санкт-Петербург : СПбГЛТУ, 2023. — 76 с. — ISBN 978-5-9239-1434-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/393848> (дата обращения: 17.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Кузьмицкая, А. А. Бизнес-планирование : методические указания / А. А. Кузьмицкая. — Брянск : Брянский ГАУ, 2023. — 64 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/385529> (дата обращения: 17.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Научная электронная библиотека e-library.ru

5. Федорова, А. В., Теория организации и организационное проектирование : учебное пособие / А. В. Федорова. — Москва : КноРус, 2023. — 238 с. — ISBN 978-5-406-10772-0. — URL: <https://book.ru/book/946433> (дата обращения: 17.06.2024). — Текст : электронный.

7.3 *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):*

1. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/>

2. Библиотека стандартов ГОСТ URL: <http://www.gost.ru>

3. Информационно-справочная система «Консультант Плюс» – <http://www.consultant.ru/>

4. научная электронная библиотека киберленинка. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>

5. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"

6. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"

7. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"

8. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"

9. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

10. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Проектор
- Монитор облачный 23" LG23CAV42K/мышь Genius Optical Wheel проводная/клавиатура Genius KB110 проводная
- Мультимедийный проектор CASIO (Япония)

Программное обеспечение:

- "Эксперт Системс" Project Expert 7 Tutorial Russian
- Adobe Reader
- Microsoft Project 2010 Russian
- КонсультантПлюс

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

**БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОМ
БИЗНЕСЕ**

Направление и направленность (профиль)

43.03.02 Туризм. Управление ресторанным и гостиничным бизнесом

Год набора на ОПОП
2023

Форма обучения
очная

Владивосток 2024

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
43.03.02 «Туризм» (Б-ТУ)	ПКВ-2 : Способен организовать планирование и управление производственной и сбытовой деятельностью в предприятиях ресторанного и гостиничного бизнеса	ПКВ-2.1к : Осуществляет текущее и перспективное планирование деятельности предприятия

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ПКВ-2 «Способен организовать планирование и управление производственной и сбытовой деятельностью в предприятиях ресторанного и гостиничного бизнеса»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код результата	Тип результата	Результат	
ПКВ-2.1к : Осуществляет текущее и перспективное планирование деятельности предприятия	РД1	Знание	технологий, методов и способов текущего и перспективного планирования в рамках бизнес-планирования	знает технологии, методы и способы планирования
	РД2	Умение	обеспечивать текущее и перспективное планирование в организациях сферы туризма и гостинично-ресторанного бизнеса	умеет обеспечивать планирование в организациях сферы туризма и гостинично-ресторанного бизнеса
	РД3	Навык	текущего и перспективного планирования в рамках бизнес-планирования сферы туризма и гостинично-ресторанного бизнеса	самостоятельно осуществляет текущее и оперативное планирование в рамках бизнес-планирования

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС				
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация			
Очная форма обучения						
РД1	Знание : технологий, методов и способов текущего и перспективного планирования в рамках бизнес-планирования	1.1. Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки и бизнес-плана туристского предприятия	Дискуссия	Тест		
		1.6. Производственный и организационный планы предприятия	Дискуссия	Тест		
РД2	Умение : обеспечивать текущее и перспективное планирование в организациях сферы туризма и гостинично-ресторанного бизнеса	1.2. Анализ внутренней среды предприятия. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг	Разноуровневые задачи и задания	Проект		
			Реферат	Проект		
		1.3. Исследование конкурентной среды. Разработка туристских товаров и услуг	Разноуровневые задачи и задания	Проект		
			Реферат	Проект		
		1.4. Ценовая политика в системе бизнес-планирования	Разноуровневые задачи и задания	Проект		
			Реферат	Проект		
		1.5. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	Разноуровневые задачи и задания	Проект		
			Реферат	Проект		
		1.6. Производственный и организационный планы предприятия	Разноуровневые задачи и задания	Проект		
			Реферат	Проект		
		1.7. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками	Разноуровневые задачи и задания	Проект		
			Реферат	Проект		
		РД3	Навык : текущего и перспективного планирования в рамках бизнес-планирования сферы туризма и гостинично-ресторанного бизнеса	1.3. Исследование конкурентной среды. Разработка туристских товаров и услуг	Разноуровневые задачи и задания	Проект
				1.4. Ценовая политика в системе бизнес-планирования	Разноуровневые задачи и задания	Проект
1.5. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	Разноуровневые задачи и задания			Проект		
1.6. Производственный и организационный планы предприятия	Разноуровневые задачи и задания			Проект		

		1.7. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками	Разноуровневые за дачи и задания	Проект
--	--	---	-------------------------------------	--------

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство										
	Дискуссия	Разноуровневые задачи и задания 1	Разноуровневые задачи и задания 2	Тестирование 1	Тестирование 2	Тестирование 3	Тестирование 4	Проект	Реферат	Итого	
Лекции	5									5	
Практические занятия	5	5	5					10	10	35	
Самостоятельная работа		5						5	5	15	
Промежуточная аттестация				10	10	10	10	5		45	
Итого	10	10	5	10	10	10	10	20	15	100	

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Дискуссия

1. Обоснуйте значение комплексного экономического анализа на предприятии.

2. Приведите перечень показателей комплексного экономического анализа на предприятии.
3. В чем заключается сущность раздела бизнес-плана «Характеристика продукции и услуг»?
4. Сравните жизненный цикл гостиничного и туристского продукта.
5. Укажите принципиальные различия методики разработки плана маркетинга в бизнес-плане и в маркетинговой стратегии.
6. Приведите пример расчета емкости рынка.
7. Дайте характеристику программе сбыта товаров и услуг предприятий туризма и гостеприимства при разработке бизнес-плана.
8. Опишите методы ценообразования предприятий туризма.
9. Выделите составные элементы классификации, состава и структуры затрат туристского предприятия.
 10. От чего зависит использование метода «директ-костинг» в управлении себестоимостью и прибылью?
 11. Дайте характеристику видов и форм продвижения с точки зрения проектного анализа.
 12. Приведите пример методики формирования производственного и организационного плана при планировании деятельности предприятий туризма и гостеприимства.
 13. Опишите метод планирования работы с персоналом предприятий туризма.
 14. Приведите пример организационного плана управления проектом.
 15. Укажите принципиальные различия видов и форм оплаты труда персонала на предприятиях туризма.
 16. В чем заключаются особенности учетной политики туристского предприятия?
 17. От чего зависит система налогообложения на предприятиях туризма?
 18. Выделите составные элементы структуры и объема затрат при планировании прибылей и убытков.
 19. Опишите процесс планирования прибыли и денежных потоков при разработке бизнес-плана предприятий туризма и гостеприимства.
 20. Чем вызвана необходимость инвестиционного планирования?
 21. Приведите пример потребностей и источников финансирования.
 22. Опишите метод планирования движения денежных средств на основе инвестиционного плана и плана прибылей.
 23. Дайте определение понятия «эффективность проекта».
 24. Перечислите основные показатели эффективности проекта.
 25. В чем заключается сущность анализа чувствительности проекта на изменение базовых показателей?
 26. Составьте перечень рисков при разработке и представлении бизнес-планов предприятий туризма.
 27. Укажите принципиальные различия мер управления и страхования рисков.

Краткие методические указания

Вопросы позволяют проверить знания студента по дисциплине.

При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литературы (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	5	Студент обнаружил глубокое знание учебного материала по предложенной тематике, использовал основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, провел анализ информационных источников сети Интернет, свободно владеет информацией, легко оперирует приобретенными знаниями и умениями.
4	4	Студент обнаружил хорошие знания учебного материала по предложенной тематике, использовал основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, в целом владеет профессиональной информацией, оперирует приобретенными знаниями и умениями.

3	3	Студент в целом владеет знаниями учебного материала по предложенной тематике, использовал основную и не использовал дополнительную литературу, рекомендованную программой, недостаточно владеет информацией, слабо оперирует приобретенными знаниями и умениями.
2	2	Студент обнаружил удовлетворительные знания учебного материала по предложенной тематике, использовал основную и не использовал дополнительную литературу, не провел анализ информационных источников сети Интернет, не владеет всей информацией, плохо оперирует приобретенными знаниями и умениями.
1	1	Студент обнаружил слабые знания учебного материала по предложенной тематике, использовал основную и не использовал дополнительную литературу, не провел анализ информационных источников сети Интернет, не владеет информацией, не оперирует приобретенными знаниями и умениями во время дискуссии.

5.2 Пример разноуровневых задач и заданий

Каталог Интернет-ресурсов представляет собой тематически подобранный студентом перечень Интернет-сайтов. В каталоге необходимо отразить:

- титульный лист;
- тему (параграф, вопрос и пр.);
- название сайта;
- электронный адрес и дату обращения к источнику;
- краткое содержание Интернет-сайта (перечень вопросов, на которые можно получить ответы по данной теме / дисциплине и пр.)

Краткие методические указания

Задание формирует у студента владения технологиями планирования в современных условиях постоянно меняющегося рынка услуг и подготавливают его к самостоятельной профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.

При решении заданий рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины), лекционные материалы

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций, обнаружил восторженное, глубокое знание учебного материала, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применил их в ситуационной задаче повышенной сложности и предложил единственно правильное решение.
4	8	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе знаний и умений нестандартные ситуации, предусмотренные в задании.
3	6	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе решения задачи допустил значительные ошибки, проявил отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям.
2	3	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков и представил непрофессиональное выполнение задания.
1	0	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. Задание не выполнено.

5.3 Пример разноуровневых задач и заданий

Результатом обзора периодической литературы является библиографический список.

Библиографический список – обязательный элемент любой научной работы – реферата, курсовой, дипломной работы, диссертации, монографии, обзора, научного отчета. Список включает литературу, используемую при подготовке текста: цитируемую, упоминаемую, а также имеющую непосредственное отношение к исследуемой теме или вопросу. Большое значение имеет правильное библиографическое описание документов и рациональный порядок расположения их в списке.

Библиографический список, по сути, представляет собой упорядоченные библиографические описания работ, выполненные в соответствии с государственными

стандартами. Для составления библиографического списка используется краткое библиографическое описание, состоящее только из обязательных элементов – выходных данных источника.

Например:

Громова Л.А., Бавина П.А., Кондрашкин А.В. Управление проектированием образовательных программ в рамках требований федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования третьего поколения (опыт факультета управления РГПУ им. А.И. Герцена): Методическое пособие. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2010. – 104с.

Краткие методические указания

Задание формирует у студента владения технологиями поиска узконаправленной информации и подготавливают его к самостоятельной деятельности, связанной с научно-исследовательской работой в сфере туризма и гостеприимства по части бизнес-планирования. При подготовке задания рекомендованы научные базы знаний, открытые научные библиотеки (в списке литературы, представленном в рабочей программе дисциплины)

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	5	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций, обнаружил в сестороннее, глубокое знание учебного материала, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применил их в ситуационной задаче повышенной сложности и предложил единственно правильное выполнение
4	4	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе знаний и умений нестандартные ситуации, предусмотренные в задании.
3	3	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне : в ходе решения задачи допустил значительные ошибки, проявил отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям.
2	2	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков и представил непрофессиональное выполнение задания.
1	0	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. Задание не выполнено.

5.4 Примерные темы для опроса

- 1 Дайте определение понятия «бизнес-план».
- 2 Перечислите цели, задачи и функции бизнес-плана.
- 3 Опишите процесс подготовки к разработке и составлению бизнес-плана.
- 4 Каков порядок проведения предпроектных исследований?
- 5 Каково назначение маркетинговых исследований в системе бизнес-планирования?
- 6 Укажите структуру маркетинговой среды предприятия.
- 7 Перечислите факторы формирования макросреды при разработке бизнес-плана.
- 8 Обоснуйте необходимость нормативно-правового регулирования деятельности туризма на федеральном, региональном и местном уровнях.
- 9 Чем вызвана необходимость классификации предприятий сферы туризма и гостеприимства. Понятие «инфраструктура туризма».
- 10 В чем заключается сущность оценки конкурентной среды?
- 11 Каковы существенные особенности качественных и параметрических показателей конкурентной среды?
- 12 В чем заключается сущность оценки конкурентоспособности предприятия при разработке бизнес-плана предприятия туризма?
- 13 Каковы существенные особенности анализа потребителей продукции и услуг в бизнес-планировании?
- 14 Чем вызвана необходимость проведения анализа внутренней среды предприятия

при разработке бизнес-плана?

15 Приведите пример SWOT-анализа гостиничного предприятия.

16 Укажите принципиальные различия организационно-правовых форм предпринимательства.

17 Каковы достоинства и недостатки использования различных организационно-правовых форм?

18 Каковы существенные особенности технологии регистрации и открытия туристской фирмы?

19 Выделите составные элементы оценки текущей деятельности туристской фирмы.

20 Каково назначение анализа финансового состояния предприятия?

Краткие методические указания

Вопросы позволяют проверить знания студента по дисциплине.

При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литературы (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	5	Студент обнаружил глубокое знание учебного материала по предложенной тематике, использовал основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, провел анализ информационных источников сети Интернет, свободно владеет информацией, легко оперирует приобретенными знаниями и умениями.
4	4	Студент обнаружил хорошие знания учебного материала по предложенной тематике, использовал основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, в целом владеет профессиональной информацией, оперирует приобретенными знаниями и умениями.
3	3	Студент в целом владеет знаниями учебного материала по предложенной тематике, использовал основную и не использовал дополнительную литературу, рекомендованную программой, недостаточно владеет информацией, слабо оперирует приобретенными знаниями и умениями.
2	2	Студент обнаружил удовлетворительные знания учебного материала по предложенной тематике, использовал основную и не использовал дополнительную литературу, не провел анализ информационных источников сети Интернет, не владеет всей информацией, плохо оперирует приобретенными знаниями и умениями.
1	1	Студент обнаружил слабые знания учебного материала по предложенной тематике, использовал основную и не использовал дополнительную литературу, не провел анализ информационных источников сети Интернет, не владеет информацией, не оперирует приобретенными знаниями и умениями при опросе.

5.5 Примеры тестовых заданий

Тестирование 1

1. Первоочередным мероприятием при разработке бизнес-плана является

- 1) составление резюме
- 2) разработка бизнес-идеи
- 3) проведение маркетинговых исследований
- 4) разработка товарной стратегии

2. Главной задачей бизнес-плана является

- 1) разработка товара
- 2) совершенствование производства
- 3) организация сбытовой сети
- 4) оптимизация деятельности предприятия

3. Самым распространенным является следующий вид бизнес-плана

- 1) для внутренних целей компании
- 2) поиск партнеров
- 3) поиск инвестиций и получение кредита
- 4) экспертная оценка

4. Оптимальная структура бизнес-плана

- 1) производство исследование, сбыт
- 2) покупатель, рынок, поставщик

- 3) анализ рынка, товар, цена, сбыт, продвижение, производство, оценка
- 4) продукт, поддержка, ценообразование, сбыт, продвижение и стимулирование

5. При разработке бизнес-плана используются следующие методы

- 1) методы экономико-географического исследования
- 2) таксонирование
- 3) трансактный анализ
- 4) организационно-экономическое моделирование
- 5) ситуационный анализ
- 6) сегментирование

6. В резюме бизнес-плана должна быть представлена следующая информация

- 1) показатели эффективности проекта
- 2) материалы исследовательской части
- 3) источники внутренней информации
- 4) анализ рисков
- 5) цель и задачи проекта
- 6) краткая характеристика инициатора проекта

7. Основное ограничение при оценке бизнес-плана предприятия

- 1) отсутствие стратегии развития внутри компании, отсутствие или недостоверность информации
- 2) отсутствие предпринимательского опыта, нарушение технологического процесса
- 3) финансовое ограничение
- 4) изменчивость внешней среды

8. Нормативно-правовое регулирование при разработке бизнес-плана заключается в следующем

- 1) существуют законодательные акты, устанавливающие необходимость разработки бизнес-плана предприятия
- 2) прямые законодательные акты, устанавливающие необходимость разработки бизнес-плана предприятия, отсутствуют
- 3) существуют методические рекомендации Минэкономразвития по разработке бизнес-плана
- 4) методические рекомендации по разработке бизнес-плана устанавливает инвестор или кредитор
- 5) существует постановление правительства по разработке бизнес-плана
- 6) существует письмо Министерства Финансов, устанавливающее необходимость разработки бизнес-плана

9. Холизм это принцип бизнес-планирования

- 1) оптимальность
- 2) единство и полнота
- 3) координация и интеграция
- 4) связь уровней управления

10. Требования ЮНИДО к разработке бизнес-плана

- 1) структура отчета детализирована
- 2) строгая методика отсутствует
- 3) требования по сравнению вариантов отсутствуют
- 4) отсутствуют строгая методика и требования по сравнению вариантов

11. Ключевым в планировании маркетинга бизнес-плана является

- 1) НИОКР
- 2) маркетинговая информация
- 3) перспективные и среднесрочные планы
- 4) математическое обеспечение

12. Регистрация предприятия осуществляется в

- 1) в налоговых органах
- 2) в органах юстиции

3) в муниципальном органе

4) в налоговых органах и в органах юстиции

13. К иерархическому типу организационных структур относят

1) линейную

2) функциональную

3) дивизионную

4) матричную

14. Преимущество линейной организационной структуры

1) оперативность в принятии решений

2) согласованность действий исполнителей

3) четкая система взаимных связей

4) сложность системы взаимодействия структур

5) закрепление двух направлений производства

6) разделение управленческой деятельности

15. Маркетинговая среда фирмы способна влиять на

1) политические, экономические, культурные факторы;

2) демографические, экономические, научно-технические факторы

3) факторы внутренней среды

4) часть факторов микросреды

5) факторы внешней среды

6) поведение потребителей

16. Экономический анализ деятельности предприятия включает

1) анализ выручки, прибыли, рентабельности, показателей по труду, использования фондов

2) анализ показателей использования основных фондов, оборотных средств, анализ структуры баланса

3) анализ численности персонала, фонда оплаты труда, производительности труда

4) анализ ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности, деловой активности

17. При анализе внутренних возможностей предприятия используются методы

1) SWOT-анализ

2) Модель Анзоффа

3) PEST-анализ

4) Модель БКГ

18. Управленческий анализ это

1) анализ системы управления организацией

2) анализ информации для достижения целей организации

3) анализ управленческих затрат

4) анализ управления затратами

Краткие методические указания

Тестовые вопросы позволяют проверить знания студента по дисциплине.

При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	Студент демонстрирует 100% правильных ответов
4	8	Студент демонстрирует от 80 до 100% правильных ответов
3	6	Студент демонстрирует от 60 до 80% правильных ответов
2	5	Студент демонстрирует от 40 до 60% правильных ответов
1	4	Студент демонстрирует от 20 до 40% правильных ответов

5.6 Примеры тестовых заданий

Тестирование 2

1. Объектами исследований в бизнес-планировании являются

- 1) экономическая ситуация
- 2) производство
- 3) рынок
- 4) конкуренты,
- 5) потребители
- 6) внутренний потенциал предприятия

2. Первичная информация обладает следующими недостатками

- 1) значительное время сбора
- 2) не целевой подход к сбору
- 3) недостоверность
- 4) отсутствие источников информации

21. Бизнес-план направлен на разработку продукта, рынок сбыта которого находится далеко за пределами территории, на которой размещено производство. При проведении маркетинговых исследований

- 1) необходим сбор только первичных данных
- 2) необходим сбор только вторичной информации
- 3) необходим сбор как первичных, так и вторичных данных
- 4) при условии, что бизнес-план носит разведывательный характер, на первом этапе можно обойтись лишь вторичной информацией

3. К шкале Степела относится следующий метод исследования

- 1) шкала суммарных оценок
- 2) семантическая дифференциальная шкала
- 3) многомерное шкалирование
- 4) униполярная рейтинговая шкала

4. Тип выборки, в категорию которой может попадать детерминированная выборка

- 1) вероятностная, квотная, преднамеренная
- 2) нерепрезентативная, квотная, преднамеренная
- 3) вероятностная, преднамеренная
- 4) нерепрезентативная, простая случайная, преднамеренная

5. В стандартизированной открытой анкете будут присутствовать

- 1) вопросы с многовариантным ответом
- 2) вопросы с открытым ответом
- 3) вопросы со словесными ассоциациями
- 4) тематические апперцептивные тесты

25. Количественный опрос используется

- 1) для определения емкости рынка
- 2) если не возможно провести качественный опрос
- 3) на различных географических сегментах рынка
- 4) исследования в фокус-группах

6. Количество вопросов в анкете оказывает влияние на

- 1) состав выборки
- 2) время сбора данных
- 3) размер выборки
- 4) уровень квалификации интервьюеров

7. Эксперимент используется для

- 1) нахождения причинно-следственных связей
- 2) проверки гипотезы
- 3) изменения независимой переменной
- 4) проверки гипотезы и нахождения причинно-следственных связей

8. Панельные исследования это

- 1) полевые исследования
- 2) исследования изменения мнений людей

- 3) однократное исследование
- 4) нахождения причинно-следственных связей

9. Основные признаки скрытого спроса

- 1) изменение спроса на конкретный товар
- 2) отсутствие заинтересованности в товаре, отказ от приобретения товара
- 3) отсутствие возможности удовлетворить потребности рынка имеющимися товарами
- 4) часть рынка готова понести дополнительные издержки, чтобы избежать спроса

10. Анализ рыночных возможностей осуществляется на основе

- 1) изучения тенденций спроса
- 2) анализа системы маркетинговой информации
- 3) оценки емкости рынка
- 4) анализа потенциала предприятия
- 5) оценки финансовой деятельности предприятия

11. При исследовании потребителя в бизнес-планировании определяются факторы

- 1) социальной среды
- 2) побудительные
- 3) экономической среды
- 4) культуры

12. К содержательным теориям мотивации относят

- 1) теории Альдерфера, Портера-Лоулера, Мак Клееланда
- 2) теории Врума, Портера-Лоулера, Адамса
- 3) теории Маслоу, Герцберга, Мак Клееланда
- 4) теории Герцберга, Адамса, Альдерфера

13. Потребительское поведение "важен имидж, оценка поведения личности другими людьми" относится к типу личности

- 1) гедонист
- 2) формалист
- 3) инструменталист
- 4) эссенциалист

14. Исследование процесса принятия решения о покупке необходимо для

- 1) разработки маркетинговой программы
- 2) изучения характера потребителя
- 3) выявления побудительных факторов, влияющих на потребительское поведение
- 4) управления спросом

15. Метод сегментации рынка - метод

- 1) a priori
- 2) шкалирования
- 3) биполярный
- 4) географический

16. Таксономия это

- 1) метод составления функциональных карт
- 2) кластерный анализ
- 3) анализ платежеспособности целевых групп
- 4) демографический анализ целевых групп

17. Вид целевого рынка, если товаром является семейный тур, подготовленный по индивидуальному заказу

- 1) концентрированный
- 2) массовый
- 3) дифференцированный
- 4) смешанный

18. Анализ туристского рынка показывает, что ассортимент турпродуктов беден, конкуренция отсутствует. Тип рынка

- 1) рынок продавца

- 2) рынок услуг
- 3) рынок покупателя
- 4) региональный рынок

19. Доля рынка это

- 1) часть рынка
- 2) часть объектов рынка
- 3) удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме реализации товара
- 4) часть субъектов рынка

20. Наиболее важен в конкурентной борьбе

- 1) продукт
- 2) цена
- 3) система сбыта
- 4) реклама

21. Емкость рынка характеризуется

- 1) размерами и оборотом
- 2) размерами спроса населения и величиной товарного предложения
- 3) численностью населения, состоянием сбытовой, торговой и сервисной сети
- 4) фактическим спросом населения

22. Конкурентоспособность товара – это

- 1) самый высокий уровень качества, самая низкая себестоимость
- 2) способность товара конкурировать на мировом рынке
- 3) способность товара конкурировать с аналогичными видами продукции на мировом

рынке

4) способность товара конкурировать с аналогами на конкретном рынке в определенный период времени

23. Товар, превосходящий по качеству конкурирующие аналоги,

- 1) может быть неконкурентоспособным на данном рынке
- 2) является конкурентоспособным
- 3) при определенных условиях может быть неконкурентоспособным
- 4) по параметрическим признакам является конкурентоспособным
- 5) по параметрическим признакам может быть не конкурентоспособным
- 5) по качественным методам оценки может быть не конкурентоспособным

24. Фирмам, турпродукт которых уступает аналогичной продукции конкурентов по качеству, степени технологичности, условиям обслуживания предпочтительнее выходить на

- 1) рынки с высокой эластичностью спроса
- 2) рынки с низкой эластичностью спроса
- 3) рынки со средней эластичностью спроса
- 4) региональные рынки

25. Рынок монополистической конкуренции характеризуется следующими показателями

- 1) конкуренция свободная, в основном в области цен
- 2) конкуренция ограничена особыми свойствами товара
- 3) конкуренция ограничена, либо производители вступают в сговор, либо объявляется ценовая "война"

4) конкуренция отсутствует

26. Компания может обладать конкурентными преимуществами, если она

- 1) имеет одинаковые абсолютные показатели конкурентоспособности
- 2) имеет одинаковые относительные показатели конкурентоспособности
- 3) относительные показатели конкурентоспособности в компании выше, чем у конкурентов

4) относительные показатели конкурентоспособности в компании ниже, чем у конкурентов

- 5) абсолютные показатели конкурентоспособности в компании выше, чем у

конкурентов

б) абсолютные показатели конкурентоспособности в компании ниже, чем у конкурентов

27. Согласно модели М.Портера к силам конкуренции относят

1) угрозы появления новых конкурентов, действия покупателей

2) угрозы появления новых конкурентов, товаров-заменителей, нерациональные действия поставщиков

3) неценовые факторы, угрозы изменения внешней среды, угрозы появления новых конкурентов

4) действия покупателей, неценовые факторы

28. К параметрическим методам оценки конкурентоспособности относятся

1) рейтинговый

2) матричный

3) индикаторный

4) индексный

Краткие методические указания

Тестовые вопросы позволяют проверить знания студента по дисциплине.

При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	Студент демонстрирует 100% правильных ответов
4	8	Студент демонстрирует от 80 до 100% правильных ответов
3	6	Студент демонстрирует от 60 до 80% правильных ответов
2	5	Студент демонстрирует от 40 до 60% правильных ответов
1	4	Студент демонстрирует от 20 до 40% правильных ответов

5.7 Примеры тестовых заданий

Тестирование 3

1. Решение о позиционировании турпродукта принимается на основании

1) спроса

2) исследования макросреды

3) выбора целевого сегмента

4) оценки конкурентов

5) выбора целевого рынка и оценки конкурентов

2. Туристская фирма, работающая на внутренних маршрутах, осуществляет деятельность на рынке в период его сокращения. Продвигая турпродукт на рынок, фирма должна основной упор делать на

1) низкие цены

2) ценность для потребителя и удовлетворение специфических туристских потребностей

3) престижность приобретения турпродукта

4) разнообразие услуг

3. Значимость стимулирования сбыта возрастает на стадии ЖЦТ

1) внедрения

2) спада

3) зрелости

4) роста

4. С турпродуктом, исчерпавшим рыночные возможности, необходимо

1) усилить его рекламу

2) улучшить упаковку

3) принять решение об изъятии его из программы

- 4) продолжить его выпуск малой серией
- 5.** Специфическими для туристской услуги являются
- 1) постоянство качества
 - 2) разрыв между производством и потреблением
 - 3) разрыв во времени между фактом купли-продажи и фактом потребления
 - 4) совпадение во времени акта производства и продажи
- 6.** Проявление закона спроса и предложения в гостиничном бизнесе
- 1) спрос на гостиничные услуги неэластичен
 - 2) предложение гостиничных услуг негибкое
 - 3) предложение гостиничных услуг гибкое
 - 4) спрос на гостиничные услуги неэластичен, а предложение услуги гибкое
- 7.** В гостиничном предприятии в перспективе планируется пройти сертификацию на категорию. Согласно стратегической матрице Анзоффа такое направление относится к
- 1) стратегии развития рынка
 - 2) стратегии развития продукта
 - 3) стратегии глубокого проникновения
 - 4) стратегии диверсификации
- 8.** Позиционирование товара в туризме направлено на
- 1) внедрение в сознание целевых потребителей особого образа компании, товара, услуги, отличающегося от того что, предлагают конкуренты
 - 2) формирование в сознании целевых потребителей и широкого круга общественности положительного образа компании, товара, услуги
 - 3) маркетинговые усилия по информированию потребителей об особом образе компании, товаре, услуг, отличающемся от того, что предлагают конкуренты
 - 4) маркетинговые усилия по информированию потребителей о товаре и формированию положительного образа компании
- 9.** В соответствии с принятыми в маркетинге уровнями товара к «товару с подкреплением» для услуги размещения в гостинице относится
- 1) услуги мини-бара
 - 2) уборка номера
 - 3) бронирование номера на сайте
 - 4) консультация администратора о возможностях размещения
- 10.** При высокой эластичности спроса
- 1) цены понижаются незначительно – объем продаж увеличивается
 - 2) цены понижаются незначительно – объем продаж существенно не растет
 - 3) цены понижаются – объем продаж не меняется
 - 4) цены повышаются – объем продаж меняется незначительно
- 11.** Система “директ-костинг” направлена на
- 1) определение точки безубыточности
 - 2) выбор оптимальной системы сбыта
 - 3) расчет бюджета рекламы
 - 4) определения цены методом потребительской оценки
- 12.** Эластичный спрос имеет место при ценовой эластичности
- 1) 0,9
 - 2) 1
 - 3) 1,2
 - 4) 1 и 1,2
 - 5) 0,9 и 1
- 13.** Цель ценообразования на рынке индивидуального туристского предложения
- 1) максимизация продаж
 - 2) максимизация прибыли
 - 3) учет существующего положения
 - 4) быстрое получение денежного дохода

14. При использовании сезонной дифференциации цен на гостиничные услуги сезонные скидки будут максимальными в гостиницах

- 1) пять звезд
- 2) четыре звезды
- 3) три звезды
- 4) две звезды

15. При определении цены методом потребительской оценки в качестве источников информации наиболее целесообразно использовать

- 1) наблюдение
- 2) опрос
- 3) эксперимент
- 4) панель

16. При определении цены затратным методом используют

- 1) калькуляцию
- 2) смету
- 3) технологическую карту
- 4) смету и технологическую карту
- 5) калькуляцию и смету

17. Структура себестоимости определяется по

- 1) видам затрат
- 2) статьям затрат
- 3) элементам затрат
- 4) статьям затрат и по элементам затрат

18. Арендная плата помещения относится к

- 1) постоянным затратам
- 2) переменным затратам
- 3) прочим затратам
- 4) прочим и постоянным затратам

19. Найдите правильное значение цены номера в гостинице А, рассчитанное балловым методом, если факторы выбора гостиницы (качество обслуживания и место расположения) в гостинице А оценены на 5 и 7 баллов, а в гостинице Б – на 6 и 8 баллов. Цена номера в гостинице Б составляет 1400 руб.

- 1) 1250
- 2) 1200
- 3) 1100
- 4) 1050

20. Распределительная функция цены устанавливает

- 1) распределение валового внутреннего продукта между отраслями и комплексами
- 2) развитие производства и потребления одних товаров и сдерживание производства других
- 3) соотношение между спросом и предложением
- 4) распределение валового внутреннего продукта с учетом соотношения производственных мощностей потребностям рынка

21. Главными объектами изучения товародвижения и продаж в системе бизнес-планирования являются

- 1) товар, поставщик, конкурент
- 2) торговые каналы, посредники, продавцы, формы и методы продажи, издержки обращения
- 3) затраты на производство и сбыт товаров, поведение и реакция потребителей и изменение цены на товар
- 4) товар, затраты на производство и сбыт, поведение потребителей, конкурент

22. Канал распределения “производитель-посредник-потребитель” или другими словами “туроператор-турагент-турист” скорее выберет турфирма, выпускающая

- 1) престижные турпродукты
- 2) турпродукты для других регионов
- 3) гостиничные услуги
- 4) чартерный турпродукт

23. Определите третий этап маркетинговой коммуникации при разработке бизнес-плана

- 1) определить комплекс продвижения
- 2) выбрать выразительные средства коммуникаций
- 3) определить этапы процесса коммуникаций
- 4) определить целевые аудитории для воздействия

24. Франчайзинг в туризме не используется, когда

- 1) туроператор обязуется продавать услуги гостиницы и поддерживать ее торговую марку
- 2) площади для размещения гостиницы, ресторана и т.д. на условиях аренды сдаются фирмам, но собственность на них остается у головного предприятия
- 3) поставщик туруслуг может определять многочисленные стороны производственной и коммерческой деятельности посредника
- 4) головное предприятие (гостиница, ресторан, туроператор) передает другим фирмам свое имя, технологии

25. Охват аудитории это

- 1) отношение числа лиц, обративших внимание на рекламный материал, к общему числу лиц, имевших контакт с носителем рекламы
- 2) число лиц, имевших контакт с носителем рекламы в течение определенного промежутка времени
- 3) отношение доли лиц, имевших контакт с носителем рекламы, к доле целевого рынка
- 4) отношение числа лиц, обративших внимание на рекламный материал, к доле целевого рынка

26. Закон расширения брэнда компании

- 1) брэнд не знает, что такое граница
- 2) между брэндом и компанией существуют четкие границы
- 3) лучший способ разрушить брэнд это растянуть его до бесконечности
- 4) мощь брэнда обратно пропорциональна сфере его применения

27. Рентабельность рекламных мероприятий определяется как

- 1) отношение прироста прибыли в послерекламный период к издержкам на рекламу
- 2) разница между приростом оборота в послерекламный период и уровнем рекламных издержек
- 3) отношение прироста оборота в послерекламный период к издержкам на рекламу
- 4) отношение прироста прибыли в послерекламный период к общим издержкам

28. Расчет дневной программы сбыта предприятия общественного питания осуществляется

- 1) произведением количества мест в зале, коэффициента оборачиваемости места в зале в течение часа, загрузки зала в час, часов работы предприятия в течение рабочего дня
- 2) произведением количества мест в зале, среднего коэффициента загрузки зала, оборачиваемости места в зале в течение рабочего дня
- 3) произведением количества мест в зале и среднего коэффициента загрузки зала в течение рабочего дня
- 4) произведением количества мест в зале и оборачиваемости места в зале в течение рабочего дня
- 5) произведением количества мест в зале, загрузки зала в час, часов работы предприятия в течение рабочего дня
- 6) произведением количества мест в зале, коэффициента оборачиваемости места в зале в течение часа, часов работы предприятия в течение рабочего дня

39. Правильное значение коэффициента сезонности для III квартала при

распределении объемов продаж: I квартал – 2100 ед., II квартал – 1900 ед., III квартал – 2300 ед.,

IV – 1700 ед

- 1) 0,95
- 2) 1,05
- 3) 1,15
- 4) 0,85

30. Модель AIDMA расшифровывается как

- 1) внимание, интерес, решение, память, действие
- 2) мотив, убеждение, отношение, знание, осознание
- 3) внушение, интерес, решение, мотив, действие
- 4) привлечение, отношение, участие, мотив, покупка

Краткие методические указания

Тестовые вопросы позволяют проверить знания студента по дисциплине.

При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	Студент демонстрирует 100% правильных ответов
4	8	Студент демонстрирует от 80 до 100% правильных ответов
3	6	Студент демонстрирует от 60 до 80% правильных ответов
2	5	Студент демонстрирует от 40 до 60% правильных ответов
1	4	Студент демонстрирует от 20 до 40% правильных ответов

5.8 Примеры тестовых заданий

Тестирование 4

1. Производственная мощность предприятия это

- 1) максимально возможный годовой выпуск продукции
- 2) плановый выпуск продукции
- 3) фактический выпуск продукции
- 4) площадь предприятия

2. При определении затрат на строительство и модернизацию производства на предпроектной стадии используются методы

- 1) экспертный
- 2) аналоговый
- 3) метод укрупненной сметной стоимости
- 4) метод оценки по удельным затратам
- 5) затратный
- 6) рыночный

3. Коэффициент комплектности в плане формирования товарных запасов определяется как

- 1) отношение частоты поставки ко времени нахождения товара в пути
- 2) промежуток между поставками, умноженный на отношение количества разновидностей товара
- 3) отношение количества разновидностей товара к пополнению товарного ассортимента
- 3) запас пополнения, умноженный на однодневный товарооборот

4. Наиболее часто используемый метод амортизации основных фондов по

- 1) первоначальной стоимости
- 2) восстановительной стоимости
- 3) остаточной стоимости
- 4) ускоренной амортизации

5. Работники классифицируются

- 1) рабочие, руководящие работники, инженерно-технические работники, исполнители
- 2) рабочие, руководящие работники, специалисты, служащие
- 3) основные и вспомогательные рабочие, руководитель предприятия, руководители подразделений, инженерно-технические работники, служащие
- 4) рабочие, руководители, инженерно-технические работники, служащие

6. Основные условия совмещения профессий

- 1) полная занятость
- 2) общность содержательности труда
- 3) одновременность выполнения совмещаемых функций
- 4) полная занятость и одновременность выполнения совмещаемых функций

7. К первому квалификационному уровню должностей туроператора относятся

- 1) менеджер по кадрам
- 2) оператор по продажам
- 3) бухгалтер
- 4) юрист

87. Договоры подряда, поручения, аренды регулируются

- 1) Трудовым Кодексом
- 2) Гражданским Кодексом
- 3) Административным Кодексом
- 4) Трудовым и Гражданским Кодексами

9. Если часовая норма выработки (например, обслуживания клиентов в баре) равна 20, то норма времени

- 1) обратно пропорциональна норме выработки
- 2) равна 0,05 часа
- 3) равна 3 мин.
- 4) прямо пропорциональна норме выработки
- 5) равна 2 мин
- 6) равна 0,3 часа

10. Минимальное количество работников, осуществляющих туристскую деятельность в фирме-туроператоре, должно составлять

- 1) 7 человек
- 2) 10 человек
- 3) 5 человек
- 4) 6 человек

11. Оплата труда, при которой начисляется выполнение нормы выработки по прямым расценкам, а сверх нормы - по повышенным, но не свыше двойной оплаты

- 1) сдельная
- 2) сдельно-премиальная
- 3) аккордная
- 4) сдельно-прогрессивная

12. Фондоотдача это

1) количество основных фондов приходящееся на единицу объема реализации продукции

2) объем реализации продукции, приходящийся на 1 рубль стоимости основных фондов

3) стоимость оборотных фондов на одного работающего

4) стоимость основных фондов на одного работающего

13. При использовании нового оборудования можно увеличить объем производства на предприятии. При условии, что переменные затраты на единицу продукции не меняются, себестоимость единицы продукции

- 1) снизится
- 2) повысится

3) не изменится

Начало формы

Конец формы

14. Кредиторская задолженность это

1) кредит покупателю

2) кредит от поставщика, использование чужих средств

3) авансирование платежа продавцом

4) использование чужих средств

15. Рентабельность продаж на предприятии повысится, если увеличится

1) сумма оборотных средств

2) стоимость основных средств

3) прибыль

4) стоимость активов

16. Система управления рисками должна

1) устранять несоответствия качества товаров и услуг после их обнаружения

2) предупреждать возникновение рисков

3) обеспечивать безопасность

4) своевременно реагировать на возникновение рисков и устранять их

17. В плане прибылей и убытков учитываются:

1) кредит

2) амортизация, выплаты по кредиту

3) остаток средств на начало и конец периода

4) кредит и выплаты процента по кредиту

18. В плане движения денежных средств учитываются

1) кредит

2) амортизация

3) выплаты по кредиту

4) поступления инвестиционных средств

5) предоплата за сырье и материалы

6) налоговые платежи

19. При определении привлекательности проекта значение внутреннего коэффициента рентабельности должно превышать

1) условную стоимость капитала инвестора

2) ставку по долгосрочным банковским кредитам

3) ставку дисконтирования

4) срок окупаемости

20. Оборотные активы включают

1) затраты на производство и реализацию

2) остатки денежных средств

3) краткосрочные кредиты и займы

4) отложенные налоговые активы

21. RevPAR это показатель

1) доходности гостиницы по видам услуг

2) эффективности использования номерного фонда

3) доходности с одного доступного мета

4) эффективности продаж, приходящийся на одного клиента

Краткие методические указания

Тестовые вопросы позволяют проверить знания студента по дисциплине.

При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	Студент демонстрирует 100% правильных ответов

4	8	Студент демонстрирует от 80 до 100% правильных ответов
3	6	Студент демонстрирует от 60 до 80% правильных ответов
2	5	Студент демонстрирует от 40 до 60% правильных ответов
1	4	Студент демонстрирует от 20 до 40% правильных ответов

5.9 Проект

Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательное написание студентами очной и заочной форм обучения бизнес-плана проекта развития предприятия туризма и индустрии гостеприимства. В начале выполнения индивидуального задания по разработке бизнес-плана необходимо выбрать предприятие индустрии туризма из приведенного ниже перечня.

1. Средство размещения.
2. Предприятие общественного питания.
3. Туристская фирма: туроператор.
4. Туристская фирма: турагент.
5. Экскурсионное бюро.
6. Предприятие индустрии отдыха.
7. Транспортное предприятие.
8. Оператор выставочной деятельности.
9. Праздничное агентство.
10. Туристско-рекреационный кластер.

Для выполнения индивидуального задания по разработке бизнес-плана проекта развития предприятия туризма и индустрии гостеприимства используется универсальный кейс «Технология разработки бизнес-плана предприятия туризма и индустрии гостеприимства», включающий этапы маркетингового, организационного, производственного и финансового проектирования бизнес-процессов предприятия.

Краткие методические указания

Выполнение проекта позволяет проверить качество освоения учебной дисциплины.

Необходимо разделиться на группы, выполнить поставленные условия. Представить проект в виде текстового файла с учетом всех указанных пунктов и презентационным материалом. Объем работы от 30 страниц. Оригинальность работы составляет не менее 50%.

При выполнении задания следует опираться на основную и дополнительную литературу (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	20	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций, обнаружил в сестороннее, глубокое знание учебного материала, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применил их в ситуационной задаче повышенной сложности и предложил единственно правильное решение.
4	15	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе знаний и умений нестандартные ситуации, предусмотренные в задаче.
3	10	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе решения задачи допустил значительные ошибки, проявил отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям.
2	6	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков и предложил непрофессиональное решение ситуационной задачи.
1	0	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. Задача не решена.

5.10 Перечень тем рефератов

1. Основные подходы к бизнес-планированию
2. Сущность, структура и содержание бизнес-плана

3. Механизм бизнес-планирования
4. Бизнес-планирование на современных предприятиях
5. Бизнес-планирование и его роль в рыночной экономике
6. Специфические источники финансирования мероприятий бизнес-плана
7. Метод SWOT-, PEST- анализа при разработке бизнес-плана
8. Оценка риска и страхование в бизнес-планировании
9. Факторы, влияющие на возникновение рисков в бизнес-планировании
10. Инструментарий для анализа проектов
11. Современный бизнес и его эффективность

Краткие методические указания

Реферат рассматривается как конечный продукт, получаемый в результате выполнения исследовательского задания, позволяющий оценить умения студента самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения исследовательской задачи, ориентироваться в информационном пространстве; уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления.

Студенту предлагается из представленного списка тематики рефератов выбрать одну и раскрыть результаты исследуемой проблемы. Реферат предоставляется преподавателю на проверку согласно графику защит, установленного преподавателей в начале изучения дисциплины. Работа оформляется согласно правилам СТО. Объем реферата 15-20 стр. Оригинальность составляет не менее 50%.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	15	Студент при защите работы демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне, обозначенном темой реферата; обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание материала, использовал современную основную, дополнительную литературу и другие информационные источники в достаточном объеме, свободно владеет профессиональной терминологией в области представленных исследований; отлично отвечает на все поставленные вопросы.
4	12	Студент при защите работы в целом демонстрирует форсированность дисциплинарных компетенций на уровне, обозначенном темой реферата; обнаруживает систематическое и глубокое знание материала, использовал современную основную, дополнительную литературу и другие информационные источники в достаточном объеме, хорошо владеет профессиональной терминологией в области представленных исследований; хорошо отвечает на все поставленные вопросы.
3	9	Студент при защите работы демонстрирует удовлетворительный уровень дисциплинарных компетенций, обозначенных темой реферата; обнаруживает определенное знание материала, использовал основную, дополнительную литературу и другие информационные источники в недостаточном объеме, слабо владеет профессиональной терминологией в области представленных исследований; нетвердо отвечает на все поставленные вопросы.
2	5	Студент при защите работы демонстрирует удовлетворительный уровень дисциплинарных компетенций, обозначенных темой реферата; не использовал дополнительную литературу и другие информационные источники; слабо владеет профессиональной терминологией в области представленных исследований; плохо отвечает на все поставленные вопросы.
1	2	Студент при защите работы демонстрирует неудовлетворительный уровень дисциплинарных компетенций, обозначенных темой реферата; плохо владеет профессиональной терминологией в области представленных исследований; не отвечает на все поставленные вопросы.