

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Рабочая программа дисциплины (модуля)
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ МОДУЛЬ 2

Направление и направленность (профиль)
43.03.02 Туризм. Организация туристских и гостиничных комплексов

Год набора на ОПОП
2020

Форма обучения
очная

Владивосток 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Туристско-рекреационное проектирование модуль 2» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №516) 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 21.04.2023 , протокол № 9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Гомилевская Г.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	Galina_1575480626
Номер транзакции	000000000A4E3E8
Владелец	Гомилевская Г.А.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у студентов компетенций, связанных с исследованием и реализацией проектной деятельности в туристско-рекреационной сфере на основе изучения специфики и технологии разработки и финансирования туристско-рекреационных проектов и программ.

Задачи освоения дисциплины:

- формирование у студентов знаний методов проектной деятельности предприятий туристской индустрии;
- формирование у студентов умений по разработке туристско-рекреационных проектов с учетом продуктовой, маркетинговой, производственной и экономической оценки;
- освоение студентами навыков реализации проектов в производственной и управленческой деятельности предприятиях индустрии туризма.

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-3 : Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	ПКВ-3.1к : Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя	РД1	Знание	методы и инструменты анализа предприятий индустрии туризма и гостеприимства и предпочтений потребителя
			РД2	Умение	применять результаты анализа предприятий индустрии туризма и гостеприимства и предпочтений потребителя для выработки эффективных управленческих решений
			РД3	Навык	эффективного управления на основании анализа деятельности туристского предприятий индустрии туризма и гостеприимства и предпочтений потребителя
		ПКВ-3.2к : Участвует в разработке текущих и перспективных планов проектирования и реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг	РД16	Знание	методов и инструментов оценки и планирования деятельности департаментов в рамках проектирования объектов туристской и гостинично-ресторанной деятельности
			РД17	Умение	организовать оценку и планирование деятельности департаментов в рамках туристско-рекреационного проектирования
			РД18	Навык	оценки и планирования деятельности департамента при проектировании объектов туристско-рекреационной деятельности

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Структура курса дает возможность создать представление о методах приемах проектного анализа, проектирования и реализации проектной деятельности на предприятиях индустрии туризма.

Дисциплина "Туристско-рекреационное проектирование модуль 2" относится к элективным дисциплинам учебного плана.

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)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес-тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
43.03.02 Туризм	ОФО	Б1.ДВ.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 ре-зультата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Сущность и содержание туристско-рекреационного проектирования. Методика разработки туристско-рекреационного проекта	РД1, РД16	2	4	0	10	участие в собеседовании, обсуждение, оценка результатов
2	Анализ внутренней среды туристского предприятия	РД1, РД16	2	4	0	10	участие в дискуссии, выполнение контрольных заданий, обсуждение результатов.
3	Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг	РД1, РД2, РД3, РД17	2	4	0	10	участие в собеседовании, обсуждение, оценка результатов
4	Исследование конкурентной среды	РД2	2	4	0	10	участие в собеседовании, обсуждение, оценка результатов
5	Разработка туристских товаров и услуг	РД2, РД18	2	4	0	10	контрольные задания, оценка результатов
6	Ценообразование в туристско-рекреационном проектировании	РД2, РД3, РД17, РД18	2	4	0	10	решение ситуационных задач, участие в обсуждении, оценка результатов

7	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	РД1, РД2, РД3, РД17, РД18	2	4	0	10	разбор заданий, участие в дискуссии, оценка результатов
8	Производственный и организационный планы в туристско-рекреационном проектировании	РД2, РД16, РД17, РД18	2	4	0	10	участие в дискуссии, обсуждение, оценка результатов
9	Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками	РД2, РД17, РД18	2	4	0	9	участие в дискуссии, разбор задач, оценка результатов
Итого по таблице			18	36	0	89	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Сущность и содержание туристско-рекреационного проектирования. Методика разработки туристско-рекреационного проекта.

Содержание темы: Предмет и содержание туристско-рекреационного проектирования, социально-экономическая сущность туристско-рекреационного проекта. Основные принципы, функции, цели и задачи туристско-рекреационного проектирования. Общие требования, предъявляемые к туристско-рекреационным проектам. Подготовка к разработке и составлению туристско-рекреационного проекта. 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 туристско-рекреационного проекта.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по разработке бизнес-идеи туристско-рекреационного проекта, определение порядка проведения предпроектных исследований.

Тема 2 Анализ внутренней среды туристского предприятия.

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

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по анализу внутренней среды предприятия.

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

Содержание темы: 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: Лекционное занятие. Практическое занятие: проведение практического задания по сегментации рынка, анализа потребителей продуктов и услуг в рамках туристско-рекреационного проектирования.

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 4 Исследование конкурентной среды.

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.

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

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: сбор информации по конкурентам в рамках туристско-рекреационного проекта.

Тема 5 Разработка туристских товаров и услуг.

Содержание темы: 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 туристско-рекреационном проекте. 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: практическое занятие по анализу жизненного цикла туристского продукта.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение задания по описанию проектируемого продукта (услуги) в рамках туристско-рекреационного проекта.

Тема 6 Ценообразование в туристско-рекреационном проектировании.

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: выполнение практических заданий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение заданий по разработке ценообразования в рамках туристско-рекреационного проекта.

Тема 7 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, публик 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: Лекционное занятие: спикер-представитель предприятий туризма/партнеров кафедры Практическое занятие: практическое занятие по разработке медиа-плана туристско-рекреационного проекта.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение задания по сбору информации и разработке системы сбыта и продвижения туристско-рекреационного проекта.

Тема 8 Производственный и организационный планы в туристско-рекреационном проектировании.

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: Лекционное занятие. Практическое занятие: практическое занятие по разработке производственного плана туристско-рекреационного проекта.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение задания по производственному и организационному плану в рамках туристско-рекреационного проекта. Защита комплексного туристско-рекреационного проекта.

Тема 9 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: Лекционное занятие. Практическое занятие: практическое занятие по разработке финансового плана туристско-рекреационного проекта.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: выполнение задания по финансовому плану в рамках туристско-рекреационного проекта. Защита комплексного туристско-рекреационного проекта.

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

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

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекционные и практические занятия, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу.

В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение контрольных заданий, заданий по обзору, проекта, самостоятельное изучение некоторых разделов курса.

Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательное написание студентами туристско-рекреационного проекта. В начале выполнения индивидуального задания по разработке проекта необходимо выбрать предприятие туризма из приведенного ниже перечня.

1. Туристская фирма: туроператор.
2. Туристская фирма: турагент.
3. Экскурсионное бюро.
4. Предприятие индустрии отдыха.
5. Транспортное предприятие.
6. Оператор музейной и выставочной деятельности.
7. Праздничное агентство.

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

Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины:

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

14. Чем вызвана необходимость проведения анализа внутренней среды предприятия при разработке туристско-рекреационного проекта?
15. Каково назначение анализа финансового состояния предприятия?
16. Обоснуйте значение комплексного экономического анализа на предприятии.
17. Приведите перечень показателей комплексного экономического анализа на предприятии.
18. Приведите пример SWOT-анализа в туристско-рекреационном проектировании.
19. Укажите принципиальные различия организационно-правовых форм предпринимательства.
20. Каковы достоинства и недостатки использования различных организационных форм управления проектом?
21. Каковы существенные особенности технологии регистрации и открытия туристской фирмы?
22. В чем заключается сущность раздела туристско-рекреационного проекта «Характеристика продукции и услуг»?
23. Сравните жизненный цикл гостиничного и туристского продукта.
24. Укажите принципиальные различия методики разработки плана маркетинга в туристско-рекреационном проекте и в маркетинговой стратегии.
25. Приведите пример расчет емкости рынка при формировании туристско-рекреационного проекта.
26. Дайте характеристику программе сбыта товаров и услуг в туристско-рекреационном проекте.
27. Дайте характеристику видов и форм продвижения с точки зрения проектного анализа.
28. Приведите пример методики формирования производственного и организационного плана при подготовке туристско-рекреационного проекта.
29. Приведите пример организационного плана управления проектом.
30. Опишите метод планирования работы с персоналом предприятий туризма.
31. Каковы основные направления развития туризма, определенные государственной программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Приморском крае» на 2019-2025 годы?
32. Опишите процесс планирования прибыли и денежных потоков при разработке туристско-рекреационного проекта.
33. Чем вызвана необходимость инвестиционного планирования?
34. Приведите пример потребностей и источников финансирования.
35. Перечислите бюджетные и внебюджетные источники финансирования целевых программ развития туризма на федеральном и региональном уровнях.
36. Каков порядок представления туристско-рекреационных кластеров для целей финансирования из бюджетных источников?
37. Опишите метод планирования движения денежных средств на основе инвестиционного плана и плана прибылей.
38. Дайте определение понятия «эффективность проекта».
39. Перечислите основные показатели эффективности проекта.
40. В чем заключается сущность анализа чувствительности проекта на изменение базовых показателей?
41. Составьте перечень рисков при разработке и представлении туристско-рекреационного проекта.
42. Укажите принципиальные различия мер управления и страхования рисков.

При подготовке к занятиям и для выполнения индивидуальных заданий следует использовать рекомендуемые источники литературы по данному курсу, в том числе нормативные документы индустрии туризма. При подготовке к занятиям следует воспользоваться не только учебниками и учебными пособиями, приведенными в списке основной и дополнительной рекомендуемой литературы, но также периодическими

изданиями

Для проведения занятий лекционного типа используется учебно-наглядные пособия в форме презентационных материалов, методических пособий и учебников, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие темам лекций, представленным в настоящей РПД.

При реализации дисциплины (модуля) применяется электронный учебный курс, размещённый в системе электронного обучения Moodle.

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. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме : учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова ; под ред. профессора, заслуженного работника высшей школы РФ Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 214 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010337-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1841438> (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: по подписке.

2. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для вузов / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07413-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513379> (дата обращения: 24.01.2024).

3. Гомилевская Г.А., Квасов А.С., Терентьева Т.В. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме : Учебник [Электронный ресурс] : РИОР , 2019 - 190 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=330688>

4. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13120-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518748> (дата обращения: 24.01.2024).

5. Колесова, Ю. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие / Ю.А. Колесова. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2022. — 352 с. - ISBN 978-5-905554-55-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1946511> (дата обращения: 24.01.2024)

6. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 314 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16985-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532162> (дата обращения: 24.01.2024).

7.2 *Дополнительная литература*

1. Абабков, Ю. Н. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма : учебник / Ю. Н. Абабков, И. Г. Филиппова ; под ред. проф. Е. И. Богданова. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 144 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004386-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002614> (дата обращения: 24.01.2024)

2. Боголюбов В. С., Быстров С. А., Боголюбова С. А. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ. ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] , 2019 - 256 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/turistsko-rekreacionnoe-proektirovanie-ocenka-investitsiy-434705>

3. Гончарова, Л. М. Рекламная коммуникация сферы туризма : монография / Л.М. Гончарова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 158 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/18635. - ISBN 978-5-16-011969-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854966> (дата обращения: 24.01.2024)

4. Еремин, В. Н., Маркетинг: основы и маркетинг информации. : учебник / В. Н. Еремин. — Москва : КноРус, 2023. — 647 с. — ISBN 978-5-406-11436-0. — URL: <https://book.ru/book/950074> (дата обращения: 11.01.2024). — Текст : электронный.

5. Кощеев, Д. А. Проектирование туристских кластеров: системно-агломерационный подход : монография / Д.А. Кощеев, О.Ю. Исопескуль. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 326 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1019221. - ISBN 978-5-16-015195-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1842508> (дата обращения: 24.01.2024)

6. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : Учебно-методическая литература [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2020 - 166 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358128>

7. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510100> (дата обращения: 24.01.2024).

8. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515319> (дата обращения: 24.01.2024).

9. Развитие туризма в Приморском крае [Электронный ресурс] : хрестоматия: [для

бакалавров и магистров]: в 4 ч. . Ч. 1 : Современное состояние туристской отрасли Приморского края / сост. Т.Г. Стреленко; под общ. ред. Г.А. Гомилевской; Владивосток. гос. ун-т экономики и сервиса - Электрон. дан. - Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2017 - 1 CD-ROM 4,1 МБ - Систем. требования: Intel Pentium или аналог. процессор 500 МГц, 512 Мб операт. памяти, видеокарта SVGA, разрешение экрана 1280x1024, операц. система Windows XP и выше, Acrobai Rider либо его аналог, привод CD-ROM.

10. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513639> (дата обращения: 24.01.2024).

11. ЭБС "Университетская Библиотека Онлайн"

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

1. Библиотека стандартов ГОСТ URL: <http://www.gost.ru>
2. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг [Электронный ресурс] // Vsegost: библиотека ГОСТов. – Режим доступа: <http://vsegost.com/Catalog>
3. ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения [Электронный ресурс] // Vsegost: библиотека ГОСТов. – Режим доступа: <http://vsegost.com/Catalog>
4. Интернет журнал «МНЕНИЕ». Правовой журнал о туризме – <http://www.legalnn.ru/articles/journaldetail.php?ID=300>
5. Информационно-справочная система "КонсультантПлюс" – <http://www.consultant.ru/>
6. Книжный магазин [Электронный ресурс] режим доступа: <http://www.newbook.ru>
7. Научная электронная библиотека – <https://elibrary.ru/>
8. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
9. Онлайн-журнал о жизни в туризме – <http://www.hotline.travel/>
10. Официальный сайт Издательского дома «Гребенников» <https://www.grebennikoff.ru/product/25/>
11. Официальный сайт ООН. URL: <https://www.un.org/ru/>
12. Электронная библиотека Руконт <https://rucont.ru/>
13. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>
14. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
15. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
16. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM" - Режим доступа: <https://znanium.com/>
17. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: <https://urait.ru/>
18. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
19. 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:

- Компьютеры
- Проектор
- Мульти-медийный комплект № 2: Проектор Panasonic PT-LX26HE, потолочное крепление Tuarex Corsa, клеммный модуль Kramer WX -1N, коннектор VGA, экран Lumien Escopicture

Программное обеспечение:

- Microsoft Office Professional Plus 2013 Russian
- Microsoft Project 2010 Russian
- PDF Converter
- 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)

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ МОДУЛЬ 2

Направление и направленность (профиль)

43.03.02 Туризм. Организация туристских и гостиничных комплексов

Год набора на ОПОП
2020

Форма обучения
очная

Владивосток 2023

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-3 : Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	ПКВ-3.1к : Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя
		ПКВ-3.2к : Участвует в разработке текущих и перспективных планов проектирования и реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг

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-3 «Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения»

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-3.1к : Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя	РД1	Знание	методы и инструменты анализа предприятий индустрии туризма и гостеприимства и предпочтений потребителя	анализирует деятельность предприятий и предпочтений потребителя
	РД2	Умение	применять результаты анализа предприятий индустрии туризма и гостеприимства и предпочтений потребителя для выработки эффективных управленческих решений	корректно применяет результаты анализа предприятия и предпочтений потребителя
	РД3	Навык	эффективного управления на основании анализа деятельности туристского предприятий индустрии туризма и гостеприимства и предпочтений потребителя	вырабатывает эффективные управленческие решения

ПКВ-3.2к : Участвует в разработке текущих и перспективных планов проектирования и реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг	Р Д 16	Зн ан ие	методов и инструментов оценки и планирования деятельности департаментов в рамках проектирования объектов туристской и гостинично-ресторанной деятельности	знает методы и инструменты оценки и планирования
	Р Д 17	У м ен ие	организовать оценку и планирование деятельности департаментов в рамках туристско-рекреационного проектирования	правильно организует оценку и планирование деятельности туристско-рекреационного проектирования
	Р Д 18	Н ав ы к	оценки и планирования деятельности департамента при проектировании объектов туристско-рекреационной деятельности	самостоятельно оценивает и планирует деятельность департамента при проектировании

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 : методы и инструменты анализа предприятий индустрии туризма и гостеприимства и предпочтений потребителя	1.1. Сущность и содержание туристско-рекреационного проектирования. Методика разработки туристско-рекреационного проекта	Собеседование	Опрос
		1.2. Анализ внутренней среды туристского предприятия	Собеседование	Опрос
		1.3. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителем туристских услуг	Собеседование	Опрос
		1.7. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	Собеседование	Опрос
РД2	Умение : применять результаты анализа предприятий индустрии туризма и гостеприимства и предпочтений потребителя для выработки эффективных управленческих решений	1.3. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителем туристских услуг	Разноуровневые задания и задания	Тест
		1.4. Исследование конкурентной среды	Разноуровневые задания и задания	Тест
		1.5. Разработка туристских товаров и услуг	Разноуровневые задания и задания	Тест

		1.6. Ценообразование в туристско-рекреационном проектировании	Разноуровневые задачи и задания	Тест
		1.7. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	Разноуровневые задачи и задания	Тест
		1.8. Производственный и организационный планы в туристско-рекреационном проектировании	Разноуровневые задачи и задания	Тест
		1.9. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками	Разноуровневые задачи и задания	Тест
РДЗ	Навык : эффективного управления на основании анализа деятельности туристского предприятий индустрии туризма и гостеприимства и предпочтений потребителя	1.3. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителем туристских услуг	Проект	Контрольная работа
		1.6. Ценообразование в туристско-рекреационном проектировании	Проект	Контрольная работа
		1.7. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	Проект	Контрольная работа
РД16	Знание : методик руководства трудовым коллективом в рамках проектирования объектов туристской деятельности	1.1. Сущность и содержание туристско-рекреационного проектирования. Методика разработки туристско-рекреационного проекта	Собеседование	Опрос
		1.2. Анализ внутренней среды туристского предприятия	Собеседование	Опрос
		1.8. Производственный и организационный планы в туристско-рекреационном проектировании	Собеседование	Опрос
РД17	Умение : организовать оценку и планирование деятельности департаментов в рамках туристско-рекреационного проектирования	1.3. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителем туристских услуг	Разноуровневые задачи и задания	Контрольная работа
		1.6. Ценообразование в туристско-рекреационном проектировании	Разноуровневые задачи и задания	Контрольная работа
		1.7. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	Разноуровневые задачи и задания	Контрольная работа
		1.8. Производственный и организационный планы в туристско-рекреационном проектировании	Разноуровневые задачи и задания	Контрольная работа
		1.9. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками	Разноуровневые задачи и задания	Контрольная работа
РД18	Навык : оценки и планирования деятельности департамента при проектировании объектов туристско-рекреационной дея	1.5. Разработка туристских товаров и услуг	Проект	Тест
		1.6. Ценообразование в туристско-рекреационном проектировании	Проект	Тест

	тельности	1.7. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	Проект	Тест
		1.8. Производственный и организационный планы в туристско-рекреационном проектировании	Проект	Тест
		1.9. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками	Проект	Тест

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						Итого
	Собеседование	Разноуровневые задачи и задания	Тест	Контрольная работа	Опрос	Проект с докладом и презентацией	
Лекции	5						5
Практические занятия		5		10	5		20
Самостоятельная работа				25		10	35
Промежуточная аттестация			20	10		10	40
Итого	5	5	20	45	5	20	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 Примерный перечень вопросов по темам

1. Дайте определение понятия «туристско-рекреационный проект».
2. Перечислите цели, задачи и функции туристско-рекреационного проекта.
3. Опишите процесс подготовки к разработке и составлению туристско-рекреационного проекта.
4. Каков порядок проведения предпроектных исследований?
5. Каково назначение маркетинговых исследований в системе проектного анализа?
6. Укажите структуру маркетинговой среды предприятия.
7. Перечислите факторы формирования макросреды при разработке туристско-рекреационного проекта.
8. Обоснуйте необходимость нормативно-правового регулирования деятельности туризма на федеральном, региональном и местном уровнях.
9. Чем вызвана необходимость классификации предприятий сферы туризма и гостеприимства, понятие инфраструктура туризма?
10. В чем заключается сущность оценки конкурентной среды?
11. Каковы существенные особенности качественным и параметрических показателей конкурентной среды?
12. В чем заключается сущность оценки конкурентоспособности предприятия при разработке туристско-рекреационного проекта?
13. Каковы существенные особенности анализа потребителей продукции и услуг в туристско-рекреационном проектировании?
14. Чем вызвана необходимость проведения анализа внутренней среды предприятия при разработке туристско-рекреационного проекта?
15. Каково назначение анализа финансового состояния предприятия?
16. Обоснуйте значение комплексного экономического анализа на предприятии.
17. Приведите перечень показателей комплексного экономического анализа на предприятии.
18. Приведите пример SWOT-анализа в туристско-рекреационном проектировании.
19. Укажите принципиальные различия организационно-правовых форм предпринимательства.
20. Каковы достоинства и недостатки использования различных организационных форм управления проектом?
21. Каковы существенные особенности технологии регистрации и открытия туристской фирмы?

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 выразил своё мнение по проблеме и аргументировал его. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.
4	4	ответ характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Допущены одна-две ошибки
3	3	студент проводит довольно самостоятельный анализ основных смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретические обоснования выбранной темы. Допущено не более трех ошибок в смысле или содержании проблемы.
2	2	Ответ студента неполный. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая проблемы. Допущено более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы.
1	0	Ответ на поставленную проблему отсутствует

5.2 Примерные темы для опроса

1. В чем заключается сущность раздела туристско-рекреационного проекта «Характеристика продукции и услуг»?
2. Сравните жизненный цикл гостиничного и туристского продукта.
3. Укажите принципиальные различия методики разработки плана маркетинга в туристско-рекреационном проекте и в маркетинговой стратегии.
4. Приведите пример расчет емкости рынка при формировании туристско-рекреационного проекта.
5. Дайте характеристику программе сбыта товаров и услуг в туристско-рекреационном проекте.
5. Дайте характеристику видов и форм продвижения с точки зрения проектного анализа.
7. Приведите пример методики формирования производственного и организационного плана при подготовке туристско-рекреационного проекта.
8. Приведите пример организационного плана управления проектом.
9. Опишите метод планирования работы с персоналом предприятий туризма.
10. Каковы основные направления развития туризма, определенные государственной программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Приморском крае» на 2019-2025 годы?
11. Опишите процесс планирования прибыли и денежных потоков при разработке туристско-рекреационного проекта.
12. Чем вызвана необходимость инвестиционного планирования?
13. Приведите пример потребностей и источников финансирования.
14. Перечислите бюджетные и внебюджетные источники финансирования целевых программ развития туризма на федеральном и региональном уровнях.
15. Каков порядок представления туристско-рекреационных кластеров для целей финансирования из бюджетных источников?
16. Опишите метод планирования движения денежных средств на основе инвестиционного плана и плана прибылей.
17. Дайте определение понятия «эффективность проекта».
18. Перечислите основные показатели эффективности проекта.
19. В чем заключается сущность анализа чувствительности проекта на изменение базовых показателей?
20. Составьте перечень рисков при разработке и представлении туристско-рекреационного проекта.
21. 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 выразил своё мнение по проблеме и аргументировал его. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.
4	4	ответ характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Допущены одна-две ошибки
3	3	студент проводит довольно самостоятельный анализ основных смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретические обоснования выбранной темы. Допущено не более трех ошибок в смысле или содержании проблемы.
2	2	Ответ студента неполный. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая проблемы. Допущено более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы.

1	0	Ответ на поставленную проблему отсутствует
---	---	--

5.3 Темы групповых и/или индивидуальных проектов

Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательное написание студентами очной и заочной форм обучения туристско-рекреационного проекта. В начале выполнения индивидуального задания по разработке проекта необходимо выбрать предприятие туризма из приведенного ниже перечня.

1. Туристская фирма: туроператор.
2. Туристская фирма: турагент.
3. Экскурсионное бюро.
4. Предприятие индустрии отдыха.
5. Транспортное предприятие.
6. Оператор музейной и выставочной деятельности.
7. Праздничное агентство.

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

В туристско-рекреационном проекте необходимо раскрыть следующие вопросы:

1. Резюме проекта.
2. Анализ внешней маркетинговой среды предприятия.
3. Маркетинговый план проекта.
4. Производственный план.
5. Организационный план.
6. Инвестиционное обоснование проекта.
7. Финансовый план и анализ рисков.

Объем проекта составляет 25–30 с. Время выполнения: 30 часов. Работа выполняется на листах формат А4, в программе Microsoft Word, шрифт Times New Roman, размер шрифта №12. Структура бизнес-плана: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, список использованных источников (не менее 10 источников). Защита проекта в виде публичного доклада на 5–7 минут.

Элементы оценивания проекта:

1. Объем работы.
2. Структура работы.
3. Соответствие содержания теме проекта.
4. Достоверность и аргументированность содержания.
5. Ссылки на источники (научность).
6. Понимание содержания работы.
7. Способность отвечать на поставленные вопросы.

Краткие методические указания

Работа оформляется в соответствии с требованиями Системы вузовской учебной документации. Общие требования к оформлению текстовой части дипломных, курсовых работ, рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам. Структура и правила оформления.

К проекту предлагается разработать презентацию не более 20–25 слайдов, подготовленных в программе Power Point.

Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Шкала оценки

Оценки	Баллы	Описание
5	20	Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме и аргументировал его. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.
4	15	Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более одной ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.
3	12	Студент проводит довольно самостоятельный анализ основных смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретические обоснования выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более двух ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.
2	8	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.
1	0	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа, либо проблема не раскрыта, либо задание не выполнено.

5.4 Примеры заданий для выполнения контрольных работ

Задание к теме 1. Сущность и содержание туристско-рекреационного проектирования. Методика разработки туристско-рекреационного проекта

Определите суть предлагаемого проекта (профиль компании, продукты и услуги). Разработайте бизнес-идею проекта (2 стр.) Определите порядок проведения предпроектных исследований.

Структура бизнес-идеи

1. Цель проекта
2. Описание выбора продуктовой концепции
Перечень предоставляемых услуг
1. Потребительская стратегия
Целевые группы
Мотивация по видам услуг
1. Основные конкуренты (предприятия размещения и отдыха, предприятия питания и т.д.)
Место расположения
Услуги
Материально-техническая база
Сезонность
Цены
Потребительские группы
1. Описание места расположения объектов
Характеристика объектов (каждый отдельно)
Объем обслуживания (количество мест обслуживания)
Площадь объекта
Основные строительные решения (материалы, этажность, архитектурный стиль)
1. Необходимое оборудование
2. Потребность в персонале

Количество
Уровень квалификации
Профессиональная подготовка
Принципы мотивации
8. Финансирование проекта
Объем собственных средств
Объем заемных средств

Задание к теме 2. Анализ внутренней среды туристского предприятия

Проведите анализ внутренней среды предприятия. В этом разделе должны быть представлены:

1. История развития предприятия. Кредитная история.
2. Организационно-правовая форма. Организационная структура.
3. Сфера деятельности, основные продукты и услуги.
4. Техничко-экономические показатели, анализ финансовой деятельности.
5. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы.

Задание к теме 3. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг

1. Проведите анализ отрасли. Оцените общую структуру спроса. Определите факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса.
2. На основании материала, представленного в задании 3, а также используя дополнительную информацию о состоянии отрасли, проведите ПЭСТ-анализ проекта по показателям: политика, экономика, социальная обстановка, технологии, природные факторы.
3. Проведите сегментацию рынка, проанализируйте потребителей продуктов и услуг, предлагаемых в ходе реализации проекта

Задание к теме 4. Исследование конкурентной среды

Проведите анализ конкурентной среды туристского предприятия. Определите основных конкурентов по сегментам деятельности, определите их сильные и слабые стороны (достоинства и недостатки), представьте сравнительный анализ по основным факторам конкуренции.

Задание к теме 5. Разработка туристских товаров и услуг

Разработайте проект создания или развития продукции и услуг, предлагаемых в Вашем проекте.

1. Определите сущность товара (продукции, услуги)
2. Опишите основные физические свойства продукции (услуг)
3. Определите, какие потребности проектируемые товары (услуги) удовлетворяют.
4. Проанализируйте товары (услуги) с позиции цены, преимуществ, предполагаемого срока жизни, необходимости модернизации.
5. Рассчитайте примерные объемы реализации.

Задание к теме 6. Ценообразование в туристско-рекреационном проектировании

Разработайте стратегию ценообразования предлагаемой в проекте продукции и услуг.

1. Определите цели ценообразования
2. Обоснуйте ценовые стратегии
3. Выберите методы определения цены, в т.ч. затратные, конкурентного анализа, потребительской оценки, директ-костинг.
4. Используйте принципы дифференцирования цены.

Задание к теме 7. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама

1. Разработайте план сбыта продукции и услуг по выбранному проекту
 - определите методы сбыта,
 - рассчитайте мощность производственно-сбытовой базы,

- рассчитайте план сбыта по проектируемым продуктам (услугам) в натуральном выражении;
- рассчитайте план сбыта по проектируемым продуктам (услугам) в стоимостном выражении

2. Разработайте план продвижения продукции и услуг по проекту

- определите, какие виды продвижения будут использованы для стимулирования сбыта,
- опишите средства распространения рекламы,
- какие дополнительные виды продвижения будут использованы,
- рассчитайте бюджет продвижения,
- разработайте календарный план продвижения.

Задание к теме 8. Производственный и организационный планы в туристско-рекреационном проектировании

1. Разработайте производственный план проекта

- охарактеризуйте технологию производства продукции и услуг.
- определите потребность в объектах.
- рассчитайте площади помещений по проекту

2. Определите потребность в технологическом оборудовании

- проведите сравнительный анализ аналогичного оборудования, представленного на рынке

3. Разработайте организационный план по проекту

- разработайте организационную структуру проекта,
- разработайте проект штатного расписания персонала, определите численность персонала

- определите основные функциональные обязанности персонала

4. Рассчитайте затраты

- определите стоимость строительно-монтажных работ укрупненным (аналоговым) методом

- рассчитайте стоимость затрат на оборудование

- рассчитайте итоговую стоимость капитальных затрат по проекту

- рассчитайте затраты на персонал

Задание к теме 9. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками

1. Рассчитайте текущие затраты по проекту: прямые, производственные расходы; административные расходы; расходы на персонал; коммерческие расходы. Сведите все расходы в общую группу.

2. Разработайте план прибылей и убытков и план движения денежных средств, используя программные продукты по разработке финансового плана проекта (Project-Expert, Альт-Инвест, Финансы в Excel и др.)

3. Разработайте инвестиционный план по проекту

- разработайте сводную ведомость инвестиционных издержек
- определите схему поступления и возврата инвестиций

4. Рассчитайте основные показатели эффективности проекта:

- Расчетный уровень дохода на инвестицию (Accounting Rate of Return – ARR)

- Внутренняя норма рентабельности (Internal Rate of Return – IRR)

- Чистая приведенная стоимость (Net Present Value – NPV)

- Срок окупаемости проекта (Payback Period – PP)

- Индекс прибыльности (Profitability Index – PI)

5. Определите анализ рисков

- чувствительность проекта на изменение показателей: объем инвестиций, затрат, объема продаж, цены от (-30%) до (+30%) по каждому показателю с шагом 5%.

Краткие методические указания

Выполнение задания предполагает проверку качества освоения теоретического материала, умения и навыка его применения. При выполнении проекта рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	45	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций, обнаружил в сестороннее, глубокое знание учебного материала, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применил их в контрольном задании и предложил творческое решение.
4	35	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	25	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе решения задания допустил значительные ошибки, проявил отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям.
2	5	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков и предложил непрофессиональное решение в задании.

5.5 Пример разноуровневых задач и заданий

Выполнение задания позволяет оценить качество владения знаниями по дисциплине.

Необходимо составить библиографический список, состоящий из литературы, позволяющей в полной мере раскрыть тематику дисциплины и составить рецензию на одну из статей.

Задание по обзору периодической литературы и профессиональных изданий (библиографического списка)

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.

Гомилевская Г.А. Возможности государственно-частного партнерства при создании региональных предпринимательских проектов на примере концепции приграничного кластера «Джалинда» в Амурской области // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. Изд-во: ВГУЭС. – Владивосток, 2016. - Т. 8. - № 4 (35). - С. 92-109.

Краткие методические указания

Выполнение задания позволяет оценить качество владения знаниями по дисциплине.

Необходимо составить библиографический список, состоящий из литературы,

позволяющей в полной мере раскрыть тематику дисциплины и составить рецензию на одну из статей.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	5	В библиографическом списке представлено более 15 источников, тематически соответствующих теме, оформленных в соответствии с требованиями к оформлению библиографии.
4	4	В библиографическом списке представлено менее 15 источников, но более 10 из них соответствуют тематически, оформлены в соответствии с требованиями к оформлению библиографии
3	3	В библиографическом списке представлено менее 15 источников, но более 10, тематически частично соответствуют тематике, оформлены с незначительными нарушениями требований к оформлению библиографии.
2	2	В библиографическом списке представлено менее 10 источников, тематически частично соответствующих теме, оформлены с грубыми ошибками и требованиями.
1	0	Задание не выполнено

5.6 Примеры тестовых заданий

Тема 1: Сущность и содержание туристско-рекреационного проекта. Методика разработки туристско-рекреационного проекта.

1. Первоочередным мероприятием при разработке туристско-рекреационного проекта является

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

2. Главной задачей туристско-рекреационного проекта является

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

3. Самым распространенным является следующий вид туристско-рекреационного проекта

- 1) для внутренних целей компании
 - 2) поиск партнеров
 - 3) поиск инвестиций и получение кредита
 - 4) экспертная оценка
4. Оптимальная структура туристско-рекреационного проекта
- 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 туристско-рекреационного проекта используются следующие методы

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

6. В резюме туристско-рекреационного проекта 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 туристско-рекреационного проекта

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 туристско-рекреационного проекта заключается в следующем

1) существуют законодательные акты, устанавливающие необходимость разработки туристско-рекреационного проекта

2) прямые законодательные акты, устанавливающие необходимость разработки туристско-рекреационного проекта, отсутствуют

3) существуют методические рекомендации Минэкономразвития по разработке туристско-рекреационного проекта

4) методические рекомендации по разработке туристско-рекреационного проекта устанавливает инвестор или кредитор

5) существует постановление правительства по разработке туристско-рекреационного проекта

6) существует письмо Министерства Финансов, устанавливающее необходимость разработки туристско-рекреационного проекта

9. Холизм это принцип туристско-рекреационного проекта

1) оптимальность

2) единство и полнота

3) координация и интеграция

4) связь уровней управления

10. Требования к разработке туристско-рекреационного проекта

1) структура отчета детализирована

2) строгая методика отсутствует

3) требования по сравнению вариантов отсутствуют

4) отсутствуют строгая методика и требования по сравнению вариантов

Тема 2: Анализ внутренней среды предприятия.

11. Ключевым в планировании маркетинга туристско-рекреационного проекта 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

Тема 3: Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка.

Выбор потребителей туристских услуг

19. Объектами исследований в туристско-рекреационном проекте являются

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

20. Туристом называют посетителя, остающегося в данной местности не менее:

- 1) 6 часов
- 2) 12 часов
- 3) 24 часов
- 4) 48 часов
- 5) трех суток

21. Туристом может называться человек, путешествующий ради удовольствия с любыми целями, кроме:

- 1) спортивных
- 2) оздоровительных
- 3) образовательных
- 4) воспитательных
- 5) заработка в месте временного нахождения

22. Первичная информация обладает следующими недостатками

- 1) значительное время сбора
- 2) не целевой подход к сбору

3)недостоверность

4)отсутствие источников информации

23. Туристско-рекреационный проект 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

24. К шкале Степела относится следующий метод исследования

1)шкала суммарных оценок

2)семантическая дифференциальная шкала

3)многомерное шкалирование

4) униполярная рейтинговая шкала

25. 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

26. 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

27. 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

28. Количество вопросов в анкете оказывает влияние на

1)состав выборки

2) время сбора данных

3)размер выборки

4)уровень квалификации интервьюеров

29. Эксперимент используется для

1) нахождения причинно-следственных связей

2)проверки гипотезы

3)изменения независимой переменной

4) проверки гипотезы и нахождения причинно-следственных связей

30. Панельные исследования это

1)полевые исследования

2) исследования изменения мнений людей

3)однократное исследование

4) нахождения причинно-следственных связей

31. 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

32. Экзогенными факторами туристского рынка называют:

1) внешние

2) внутренние

- 3) малозначимые
- 4) крайне важные
- 5) наиболее актуальные

33. 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

34. При исследовании потребителя в туристско-рекреационном проекте определяются факторы

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

35. 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

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

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

37. 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

38. Метод сегментации рынка - метод

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

39. Таксономия это

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

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

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

Тема 4: Исследование конкурентной среды

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

- 1) рынок продавца
- 2) рынок услуг
- 3) рынок покупателя

4) региональный рынок

42. Доля рынка это

1) часть рынка

2) часть объектов рынка

3) удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме реализации товара

4) часть субъектов рынка

43. Наиболее важен в конкурентной борьбе

1) продукт

2) цена

3) система сбыта

4) реклама

44. 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

45. 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

46. 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

47. 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

48. 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

49. 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

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

конкурентов

50. 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

51. К параметрическим методам оценки конкурентоспособности относятся

- 1) рейтинговый
- 2) матричный
- 3) индикаторный
- 4) индексный

Тема 5: Разработка туристских товаров и услуг

52. 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

53. 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

54. Значимость стимулирования сбыта возрастает на стадии ЖЦТ

- 1) внедрения
- 2) спада
- 3) зрелости
- 4) роста

55. Разделение туристской территории по однородным признакам и характеру использования называется:

- 1) туристско-рекреационным районированием
- 2) рекреационным природопользованием
- 3) туристско-рекреационной деятельностью
- 4) рекреационным потенциалом
- 5) рекреационным развитием

56. Территориальные единицы, состоящие из взаимосвязанных элементов, способствующих их рекреационному освоению, называют:

- 1) территориальными рекреационными системами
- 2) таксонами
- 3) федеративными республиками
- 4) рекреационными районами
- 5) особо охраняемыми рекреационными зонами

57. 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

58. 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

59. 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

60. 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

61. 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

62. 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

Тема 6. Ценообразование в туристско-рекреационном проектировании

63. 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

64. Система “директ-костинг” направлена на

- 1) определение точки безубыточности
- 2) выбор оптимальной системы сбыта
- 3) расчет бюджета рекламы
- 4) определения цены методом потребительской оценки

65. 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

66. Цель ценообразования на рынке индивидуального туристского предложения

- 1) максимизация продаж
- 2) максимизация прибыли
- 3) учет существующего положения
- 4) быстрое получение денежного дохода

67. 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

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

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

69. При определении цены затратным методом используют

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

70. Структура себестоимости определяется по

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

71. Арендная плата помещения относится к

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

72. 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 2800 руб.

- 1) 2500
- 2) 2400
- 3) 2200
- 4) 2100

73. 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

Тема 7: Система распределения и сбыта.

Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама

74. Главными объектами изучения товародвижения и продаж в туристско-рекреационном проекте 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

75. 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

76. 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

77. 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

78. 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

79. 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

80. 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

81. 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

82. 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

83. Модель AIDMA расширяется 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

84. Недобросовестной признается реклама, которая

- 1) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента
- 2) содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара
- 3) побуждает к совершению противоправных действий
- 4) содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара и побуждает к совершению противоправных действий

Тема 8: Производственный и организационный планы в туристско-рекреационном проектировании

85. Производственная мощность предприятия это

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

86. 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

87. 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

88. Наиболее часто используемый метод амортизации основных фондов по

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

89. 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

90. Основные условия совмещения профессий

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

91. К первому квалификационному уровню должностей туроператора относятся

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

92. Договоры подряда, поручения, аренды регулируются

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

93. 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

94. Аутгоинговый туроператор специализируется на разработке, продвижении реализации:

- 1) внутренних индивидуальных туров
- 2) внутренних групповых туров
- 3) выездных международных туров
- 4) спортивных туров
- 5) культурно-познавательных туров

95. Аутгоинговый туроператор, являющийся активным фрахтователем воздушных судов, называется:

- 1) чартер
- 2) коносамент
- 3) индипендент
- 4) флайтер
- 5) брокер

96. Функция туроператора по разработке, продвижению и организации туров на территории собственной страны для иностранных туристов называется:

- 1) резолютинг
- 2) документинг
- 3) промоушинг
- 4) караванинг
- 5) инкаминг

97. Туроператор, планирующий, продвигающий и реализующий внутренний продукт – то есть туры по территории своей страны для своих сограждан, называется:

- 1) резолютинг
- 2) инсайдинг
- 3) промоушинг
- 4) караванинг
- 5) инкаминг

98. Минимальное количество работников, осуществляющих туристскую деятельность

в фирме-туроператоре, должно составлять

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

99. 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

Тема 9. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками

100. 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

101. 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

102. Кредиторская задолженность это

- 1) кредит покупателю
- 2) кредит от поставщика, использование чужих средств
- 3) авансирование платежа продавцом
- 4) использование чужих средств

103. Рентабельность продаж на предприятии повысится, если увеличится

- 1) сумма оборотных средств
- 2) стоимость основных средств
- 3) прибыль
- 4) стоимость активов

104. 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

105. 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

106. 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

107. 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

108. Обратные активы включают

- 1) затраты на производство и реализацию
- 2) остатки денежных средств
- 3) краткосрочные кредиты и займы
- 4) отложенные налоговые активы

109. RevPAR это показатель

- 1) доходности гостиницы по видам услуг
- 2) эффективности использования номерного фонда
- 3) доходности с одного доступного места
- 4) эффективности продаж, приходящийся на одного клиента

Краткие методические указания

Вопросы теста 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	20	из общего числа вопросов тестируемого модуля правильные ответы даны на 96-100% вопросов
4	15	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано 75-95% правильных ответов
3	10	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано 50-74% правильных ответов
2	5	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано менее 50 % правильных ответов
1	0	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано менее 30 % правильных ответов