

Приложение

Министерство образования и науки Российской Федерации
Муромский институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**

Кафедра экономики

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой экономики


подпись

Панягина А. Е.
инициалы, фамилия

« 27 » _____ 05 _____ 2016

Основание:

решение кафедры экономики

от « 27 » _____ 05 _____ 2016

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Бизнес-планирование в туризме

наименование дисциплины

43.03.02 Туризм

код и наименование направления подготовки

Профиль "Технология и организация туроператорских и турагентских услуг"

наименование профиля подготовки

бакалавр

уровень высшего образования

Муром, 2016 г.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств (ФОС) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес-планирование в туризме» разработан в соответствии с рабочей программой, входящей в ОПОП направления подготовки 43.03.02 Туризм.

№№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Сущность и содержание бизнес-планирования.	ОПК-2; ПК-1	вопросы к устному опросу
2	Анализ рынка и конкурентов.	ОПК-2; ПК-1	тест, задачи
3	Планирование производственной и маркетинговой деятельности.	ОПК-2; ПК-5	вопросы к устному опросу, задачи
4	Финансовое планирование и оценка эффективности реализации бизнес-проекта.	ОПК-2; ПК-3; ПК-5	тест, задачи

Фонд оценочных средств по дисциплине «Бизнес-планирование в туризме» предназначен для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям образовательной программы, в том числе рабочей программы дисциплины «Бизнес-планирование в туризме», для оценивания результатов обучения: знаний, умений, владений и уровня приобретенных компетенций.

Фонд оценочных средств по дисциплине «Бизнес-планирование в туризме» включает:

1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:

- комплект заданий репродуктивного уровня для выполнения на лабораторных и практических занятиях, позволяющих оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, распознавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;

- тесты как система стандартизированных знаний, позволяющая провести процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся;

- перечень тем для устного опроса обучающихся.

2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме:

вопросов к зачёту и экзамену по дисциплине

На основе контрольных вопросов формируются экзаменационные билеты.

Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» при освоении образовательной программы по направлению подготовки 43.03.02 Туризм:

<i>ОПК-2: способность к разработке туристского продукта</i>		
<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>
основные требования к разработке (в т.ч. международные стандарты) и структуру типичного бизнес-плана	обосновать с позиции маркетинга, организации, финансов целесообразность конкретного бизнес-проекта	методиками анализа, контроля и оценки эффективности бизнес-планов
<i>ПК-1: владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме</i>		
<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>
цели, задачи, функции и основные этапы бизнес-планирования	формулировать бизнес-идею	основными методиками разработки отдельных разделов бизнес-плана
<i>ПК-3: готовность к реализации проектов в туристской индустрии</i>		
<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>
специфику разработки бизнес-плана в сфере туристического бизнеса	оценивать эффективность предполагаемого бизнес-проекта	способами продвижения бизнес-планов на рынок услуг в сфере туризма и индустрии гостеприимства.
<i>ПК-5: способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение</i>		
<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>
виды бизнес-проектов и особенности различных видов бизнес-планов	выбирать оптимальную для предприятия туристской сферы структуру бизнес-плана	способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста

В результате освоения дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» формируется компетенция ОПК-2: способность к разработке туристского продукта; формируется компетенция ПК-1: владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме; формируется компетенция ПК-3: готовность к реализации проектов в туристской индустрии; формируется компетенция ПК-5: способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

Показатели, критерии и шкала оценивания компетенций текущего контроля знаний по учебной дисциплине «Бизнес-планирование в туризме»

Текущий контроль знаний, согласно положению о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (далее Положение) в рамках изучения дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» предполагает тестирование, устный опрос, курсовую работу, выполнение заданий по лабораторным работам и выполнение заданий по практическим работам.

Регламент проведения и оценивание устного опроса

В целях закрепления практического материала и углубления теоретических знаний по разделам дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» предполагается выполнение устных опросов студентов, что позволяет углубить процесс познания, раскрыть понимание прикладной значимости осваиваемой дисциплины.

Регламент проведения мероприятия

№	Вид работы	Продолжительность
1.	Устный опрос	50 мин.
2.	Устный опрос	50 мин.
	Итого (в расчете на один опрос)	100 мин.

Критерии оценки устного опроса (до 5 вопросов)

Оценка	Критерии оценивания
5 баллов	Ответ на вопрос раскрыт полностью, в представленном ответе обоснованно получен правильный ответ.
3 балла	Ответ дан полностью, но нет достаточного обоснования или при верном ответе допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений.
1 балл	Ответы даны частично.
0 баллов	Ответ неверен или отсутствует.

Регламент проведения и оценивание тестирования студентов

В целях закрепления практического материала и углубления теоретических знаний по разделам дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» предполагается выполнение тестирования студентов, что позволяет углубить процесс познания, раскрыть понимание прикладной значимости осваиваемой дисциплины.

Регламент проведения мероприятия

№	Вид работы	Продолжительность
1.	Тест	50 мин.
2.	Тест	50 мин.
	Итого (в расчете на тест)	100 мин.

Критерии оценки тестирования студентов

Оценка выполнения тестов	Критерии оценки
<i>1 балл за правильный ответ на 1 вопрос</i>	<i>правильно выбранный вариант ответа (в случае закрытого теста), правильно вписанный ответ (в случае открытого теста)</i>

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «Бизнес-планирование в туризме»

Примерный перечень вопросов для проведения устных опросов

Рейтинг-контроль 1.

Блок 1.

1. Сущность и содержание бизнес-планирования.
2. Процесс планирования.
3. Особенности бизнес-планирования на российских предприятиях.
4. Система планов в организации.
5. Основные виды планов.
6. Стратегический план.
7. Общефирменные планы.
8. Оперативные планы.
9. Программы и проекты.
10. Структура бизнес-плана.
11. Содержание разделов бизнес-плана.
12. Инновации в системе бизнес-планирования.
13. Этапы создания и реализации новой продукции.

Блок 2.

1. Особенности бизнес-планирования на российских предприятиях.
2. Титульный лист, резюме, описание вида деятельности и планируемого продукта.
3. Назначение и математическая модель бизнес-плана в системе управления организацией.
4. Рыночная конъюнктура, её специфика и динамика в России.
5. Анализ конкурентов и потребителей.
6. Брендинг как инструмент позиционирования на целевом рынке.
7. Анализ структуры и определение ёмкости рынка продукции и услуг.
8. Сегментация рынка потребителей.
9. Жизненный цикл продукции.
10. Формирование конкурентной стратегии предприятия.
11. Применение SWOT-анализа в бизнес-планировании.

Блок 3.

12. Практика отечественных организаций по сегментации рынка в России.
13. Оценка технико-эксплуатационных показателей информационной системы.
14. Ранжирование технико-эксплуатационных показателей.
15. Определение частного показателя конкурентоспособности.
16. Оценка экономических (стоимостных) показателей информационной системы.
17. Оценка уровня конкурентоспособности продукции предприятия.
18. Определение предельной цены продукции.
19. Формирование конкурентной стратегии предприятия.

Рейтинг-контроль 2.

Блок 1.

1. План производства продукции.
2. Виды затрат на создание новой продукции.
3. План маркетинговой деятельности.
4. Ценовая политика в системе бизнес-планирования.
5. Методы ценообразования, практика их применения в маркетинговой деятельности отечественных предприятий.
6. Система распределения и сбыта.
7. Маркетинговые коммуникации.
8. Продвижение и реклама.
9. Организационный план.

Блок 2.

1. Определение трудоёмкости (продолжительности) разработки.
2. Оценка затрат на оплату труда при разработке новой продукции.
3. Определение амортизации и прочих затрат на разработку новой продукции.
4. Определение точки безубыточности (самоокупаемости) проекта.

Блок 3.

1. Формирование себестоимости планируемой к выпуску продукции.
2. Особенности продвижения и реализации продукции на российском рынке.
3. Развитие связей с общественностью российскими организациями.
4. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций, её особенности в современной России.
5. Специфика формирования спроса и стимулирования сбыта в Российской Федерации.

Рейтинг-контроль 3.

Блок 1.

1. Статистические методы оценки рисков.
2. Вероятностные методы оценки рисков.
3. Оценка прибыли и рентабельности проекта.
4. Риски в бизнес-планировании.
5. Финансовый план.
6. План денежных потоков (Cash flow).
7. Методы оценки эффективности реализации бизнес-проекта.
8. Чистый дисконтированный доход проекта.
9. Индекс доходности проекта
10. Внутренняя норма доходности проекта.
11. Срок окупаемости проекта.
12. Учётный коэффициент окупаемости инвестиций
13. Реализация бизнес-проекта в условиях инфляции.

Блок 2.

1. Анализ безубыточности (самоокупаемости) бизнеса.
2. Оценка рисков бизнес-проекта.
3. Ранжирование рисков проекта.
4. Определение экономического эффекта от использования новой продукции.
5. Оценка стоимости денежных потоков во времени.
6. Учёт фактора инфляции.

Блок 3.

1. Формирование плана денежных потоков (Cash flow).
2. Использование чистого дисконтированного дохода для оценки эффективности реализации проекта.
3. Оценка индекса доходности проекта.
4. Определение срока окупаемости проекта.
5. Определение внутренней нормы доходности.
6. Определение учётного коэффициента окупаемости инвестиций.
7. Оценка эффективности реализации проекта на базе Microsoft Excel.
8. Определение показателя WACC для оценки эффективности проекта.
9. Определение экономической добавленной стоимости.

Примерный перечень вопросов для проведения тестирования

Рейтинг 3.

Блок 1.

1. Что такое инновации?
 - а) новые продукты и технологии
 - б) нововведение, обеспечивающее рост эффективности
 - в) новые продукты и способы организации труда
 - г) любое нововведение
2. Целевым ориентиром производителя в модели оценки эффективности инвестиционного проекта по созданию информационной системы является:
 - а) обеспечение достаточной нормы прибыли для инвестора
 - б) максимизация нормы прибыли для инвестора
 - в) обеспечение достаточной нормы прибыли для производителя
 - г) максимизация нормы прибыли для производителя
 - д) минимизации доли инвестора в общем капитале, предназначенном для осуществления бизнес-идеи
 - е) минимизации доли производителя в общем капитале, предназначенном для осуществления бизнес-идеи
3. Какая стадия разработки туристского продукта включает обработку сведений обследования и подготовку технико-экономического обоснования?
 - а) техническое задание
 - б) эскизное проектирование
 - в) техническое проектирование
 - г) рабочее проектирование
 - д) внедрение
4. Какие расходы на разработку туристского продукта связаны с деятельностью туроператора и распределяются между темами или заказами?
 - а) материальные
 - б) на оплату труда исполнителей
 - в) отчисления на социальные нужды
 - г) на технологию
 - д) на работы и услуги сторонних организаций
 - е) накладные
 - ж) прочие

5. В производстве продукции могут применяться следующие способы определения затрат:

- а) по калькуляционным статьям затрат
- б) весовой метод
- в) метод твердых оценок
- г) комбинированный

6. Основным ориентиром в процессе рыночного ценообразования информационной системы является:

- а) соотношение спроса и предложения
- б) цены конкурентов
- в) издержки производства и реализации

7. Системы управления конкурентоспособностью внедряются для:

- а) улучшения качества продукции
- б) достижения минимально возможных издержек при создании продукции или оказании услуг
- в) достижения оптимального соотношения между качеством продукции (услуги) и издержками, а также повышения экономичности и оперативности обслуживания

8. Расчет по калькуляционным статьям затрат предназначен для:

- а) исчисления цены на отдельные детали и узлы
- б) расчета прямых и косвенных расходов
- в) расчета себестоимости конкретного вида продукции
- г) составления сметы затрат на производство

9. Коммерческая себестоимость продукции складывается из следующих затрат:

- а) на производство и реализацию продукции
- б) на производство продукции
- в) на содержание аппарата управления

10. В классификацию по элементам затрат включаются:

- а) материальные затраты
- б) оплата труда
- в) расходы на содержание и эксплуатацию оборудования
- г) отчисления на социальные нужды
- д) общепроизводственные расходы

11. В издержки производства продукции включаются:

- а) непосредственное производство продукции
- б) расходы на подготовку и освоение производства
- в) расходы на управление производством
- г) расходы на продажу
- д) расходы на рекламу

12. В классификацию по калькуляционным статьям затрат включаются:

- а) сырье и материалы
- б) возвратные отходы
- в) заработная плата основных исполнителей

- г) расходы на содержание и эксплуатацию оборудования
- д) заработная плата дирекции

13. под понятием «прибыль от реализации продукции» подразумевается:

- а) выручка от реализации продукции
- б) чистый доход предприятия
- в) разность между объемом реализованной продукции в стоимостном выражении (без НДС и акциза) и её себестоимостью

14. под рентабельностью продаж понимают:

- а) прибыль, получаемую предприятием
- б) отношение прибыли к средней стоимости основных средств и оборотных средств
- в) балансовую прибыль на 1 рубль объема реализованной продукции
- г) отношение чистой прибыли к цене продукции

15. В состав денежных потоков от операционной деятельности входят:

- а) целевое финансирование и выплаты в бюджет и внебюджетные фонды
- б) денежная выручка от реализации и приобретение основных средств
- в) авансы от покупателей и уплата процентов за кредит

16. Какое из определений подходит для метода чистого дисконтированного дохода (NPV), используемого в оценке экономической эффективности инвестиционного проекта?

- а) метод, основанный на сопоставлении величины инвестиций с общей суммой дисконтированных чистых денежных поступлений, полученных при реализации проекта в течение прогнозируемого срока
- б) метод, при котором рассчитывается период времени, требуемый для покрытия начальных инвестиций за счёт чистого денежного потока, генерируемого инвестициями
- в) метод, при котором рассчитывается коэффициент эффективности инвестиций

17. Средневзвешенная стоимость капитала (WACC – Weighted Average Cost of Capital) – это:

- а) показатель стоимости единицы инвестированного капитала
- б) показатель структуры капитала, инвестированного в бизнес
- в) рыночная оценка активов компании на момент оценки бизнеса

18. Экономическая добавленная стоимость (EVA – Economic Value Added) – это:

- а) маржа от продажи продукции как разница между выручкой и себестоимостью
- б) стоимость, добавленная в процессе разработки (модернизации), применяемая для расчёта НДС
- в) прибыль предприятия за вычетом платы за инвестированный капитал

19. Коэффициент β является мерой систематического риска. Он показывает:

- а) уровень изменчивости актива по отношению к рынку (усреднённый активу)
- б) количество риска на единицу доходности
- в) максимально возможные убытки от изменения стоимости активов, которое может произойти за данный период с заданной вероятностью его появления

20. Процесс дисконтирования – это процесс движения:

- а) настоящей стоимости
- б) настоящей стоимости к будущей
- в) будущей стоимости
- г) будущей стоимости к настоящей

21. Процесс планирования характеризуется как:

- а) последовательность операций по составлению планов;
- б) процедура, согласно которой одно событие обязательно должно следовать за другим;
- в) замкнутый цикл с прямой и обратной связью.

22. Дайте полное определение бизнес-плану:

- а) план, который описывает и обосновывает бизнес-идею без анализа внешней среды;
- б) план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности;
- в) любой план предпринимателя, который открывает новый бизнес;
- г) план действий фирмы, который содержит информацию о фирме, товаре, рынке и конкурентах.

23. Какова отличительная особенность бизнес-плана:

- а) краткосрочность плана;
- б) сводный характер бизнес-плана (связь сфер: от производственно-технической до маркетинго-сбытовой, их взаимное влияние и влияние на результирующие показатели);
- в) долгосрочность планирования, ориентация на стратегическое развитие и стратегию.

24. Выберите функцию, которая не относится к основным функциям бизнес-плана:

- а) разработка модели бизнеса, отработка стратегии;
- б) средство мониторинга: контроль настоящего и сравнение результатов с ожидаемыми;
- в) функция контроля качества выпускаемой продукции или оказываемой услуги;
- г) инструмент для доступа к финансовым ресурсам, привлечение кредиторов и инвесторов.

25. Составной частью стратегического плана является:

- а) политика организации;
- б) миссия организации;
- в) цели и задачи организации;
- г) средства организации;
- д) ресурсы организации.

26. План развития предприятия определяет:

- а) пути выхода на новые позиции;
- б) способы удержания своих позиций;

- в) меры предупреждения банкротства предприятия;
- г) разработку финансового плана.

27. Бизнес-планирование характеризуется:

- а) установлением стратегических и тактических целей и средств их достижения;
- б) выбором средств достижения заданных целей;
- в) установлением стратегических, тактических и оперативных планов, методов и средств достижения стратегических целей.

28. Основные цели бизнес-плана это:

- а) обоснование проектных решений в бизнесе, связанных с затратами инвестиционных ресурсов;
- б) поиск партнёров по реализации проекта;
- в) поиск источников финансирования;
- г) календарное планирование работ.

29. Ёмкость рынка – это:

- а) вместительность складских помещений и магазинов;
- б) объём (количество) товаров, которые может поглотить рынок;
- в) количество товаров, купленное в предшествующем периоде.

Блок 2.

1. В какой последовательности должна осуществляться научно-исследовательская разработка программного продукта в соответствии с действующими стандартами?

- а) техническое задание
- б) эскизное проектирование
- в) техническое проектирование
- г) рабочее проектирование
- д) внедрение

2. Как называется метод ценообразования, при котором цену устанавливают на X % выше затрат?

- а) целевое ценообразование;
- б) ценовая дискриминация;
- в) ценообразование на базе спроса;
- г) ценообразование «издержки плюс прибыль».

3. Наименее эффективный способ завоевания положения на рынке для проведения своей собственной ценовой политики, это:

- а) получение преимущества по затратам перед конкурентами
- б) специализация на определённом сегменте рынка
- в) дифференциация своего собственного продукта
- г) относительно большие затраты на рекламу

4. Основным ориентиром в процессе рыночного ценообразования информационной системы является:

- а) соотношение спроса и предложения
- б) цены конкурентов
- в) издержки производства и реализации

5. Укажите правильное утверждение о соотношении риска и дохода:
- а) чем ниже риск, тем выше должен быть ожидаемый доход
 - б) чем выше риск, тем выше должен быть ожидаемый доход
 - в) чем выше доход, тем ниже должен быть предполагаемый риск
 - г) риск и доход не связаны между собой
6. Снижение степени риска не обеспечивается:
- а) распределением риска между участниками проекта (передачей части риска соисполнителям)
 - б) страхованием
 - в) резервированием средств на случай непредвиденных расходов
 - г) наличием резерва мощностей
7. Какие стратегии ценообразования применяют компании при выводе продукта на рынок?
- а) стратегия «снятия сливок»
 - б) стратегия «роста проникающей цены»
 - в) стратегия «проникновения»
 - г) стратегия «скользящей падающей цены»
 - д) сохранение стабильного положения на рынке при умеренной рентабельности
8. Результат решения можно считать более предсказуемым при условии:
- а) меньшего разброса (дисперсии) результата решения
 - б) большего разброса (дисперсии) результата решения
 - в) большей величины коэффициента вариации
 - г) меньшей величины коэффициента вариации
9. К притокам денежных средств от основной операционной или производственной деятельности относятся:
- а) выручка от реализации продукции
 - б) платежи по погашению дебиторской задолженности
 - в) продажа основных средств
 - г) авансы, полученные от покупателей
 - д) дивиденды, проценты от долгосрочных финансовых вложений
10. Внутренняя норма доходности (IRR) рассчитывается в функции Excel
- а) годовая
 - б) квартальная
 - в) заданного периода
11. Какие исходные данные нужно ввести для анализа проекта в Excel
- а) основные показатели по периодам, константы и единицы измерения
 - б) только доходы и расходы по периодам
 - в) все вышеперечисленное неверно
12. Стандартная функция Excel для расчёта чистого дисконтированного дохода (NPV)
- а) дает тот же результат, что и ручной счёт
 - б) имеет погрешность при расчете индекса дисконтирования
 - в) более точная, чем ручной счёт

13. Для внутренней нормы доходности (IRR) значение чистого денежного потока

- а) различается при расчете стандартной функцией Excel и ручном счёте
- б) совпадает и равно нулю при использовании как стандартной функции Excel, так и ручном счёте
- в) оба варианта не верны

14. Ошибка стандартной функции Excel для расчета чистого дисконтированного дохода (NPV) состоит в следующем

- а) дисконтируется денежный поток первого периода
- б) не учитывается инфляция
- в) все вышеперечисленное

15. Период окупаемости с точностью до месяцев можно получить

- а) с помощью специальной формулы
- б) нарисовав график
- в) оба варианта верны

16. Стандартная функция Excel для расчета чистого дисконтированного дохода (NPV) выглядит как

- а) ЧПС(ставка;значение1;значение2; ...)
- б) ЧДД(ставка;значение1;значение2; ...)
- в) обе формулы неверны

Блок 3.

1. Туроператор решает осуществить продвижение своего туристского продукта в форме ценовой скидки. На настоящий момент продажи составляют 100 копий по цене 1500 рублей. Скидка равна 10 %. На какой процент должны увеличиться продажи, чтобы оборот остался таким же?

- а) меньше 10 %
- б) 10 %
- в) больше 10 %

2. Компания рассматривает перспективы выведения на рынок нового туристского продукта. Оценки показывают, что постоянные расходы составят 1 500 000 рублей в месяц. При продажной цене 20 000 рублей за одну путёвку точка безубыточности по оценкам будет достигнута при ежемесячном объёме продаж в 100 путёвок. Чем равны переменные издержки на одну путёвку для объёма продаж, соответствующего точке безубыточности?

3. Определите точку безубыточности (самоокупаемости) проекта по созданию туристского продукта, если цена продажи одной путёвки равна 10 000 рублей, переменные затраты, приходящиеся на реализацию одной путёвки, равны 1 000 рублей, постоянные затраты туроператора составляют 270 000 рублей.

4. Определите цену реализации туристского продукта для получения прибыли в сумме 100 000 рублей от продажи 50 копий, если переменные затраты, приходящиеся на единицу реализации, равны 500 рублей, постоянные затраты составляют 150 000 рублей.

5. Какое количество путёвок туристского продукта необходимо продать по цене 10 000 рублей при переменных затратах на единицу реализации 300 рублей и постоянных затратах 50 000 рублей, чтобы получить прибыль в сумме 47 000 рублей?

6. Если при расчёте чистого дисконтированного дохода (NPV) полученная сумма будет больше нуля, то это означает:

- а) проект следует принять
- б) проект следует отвергнуть
- в) проект будет ни прибыльным, ни убыточным

7. Коэффициент β компании равен -0,5. На сколько изменится цена акций данной компании, если фондовый индекс вырос на 10 %?

- а) снизится на 5 %
- б) повысится на 5 %
- в) снизится на 10 %
- г) повысится на 10 %
- д) снизится на 20 %
- е) повысится на 20 %
- ж) цена акций останется неизменной

8. Внутренняя норма доходности проекта А равна 10 %, а проекта В – 15 %. Какой проект следует признать эффективным при одинаковых вложениях средств и сроках реализации, если требуемая ставка доходности инвестора равна 16 %?

9. Определите ставку доходности (в процентах) проекта при условии, что номинальная безрисковая ставка дохода равна 10 %, среднерыночная ставка дохода составляет 15 %, коэффициент β равен 1,2, премия за риск, характерный для предприятия, равна 1 %, а поправка на страновой риск составляет 2 %.

10. Определите средневзвешенную стоимость капитала (в процентах) для инвестиционного проекта с требуемой ставкой доходности по собственным вложениям в размере 15 % и с долей привлечённых средств в размере 20 % под 25 % годовых. Ставка налога на прибыль равна 20 %.

Регламент проведения и оценивание лабораторных работ

В целях закрепления практического материала и углубления теоретических знаний по разделам дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» предполагается выполнение лабораторных работ, что позволяет углубить процесс познания, раскрыть понимание прикладной значимости осваиваемой дисциплины.

Регламент проведения мероприятия

№	Вид работы	Продолжительность
1.	Предел длительности лабораторной работы	170 мин.
2.	Защита отчета	10 мин.
	Итого (в расчете на одну лабораторную работу)	180 мин.

Критерии оценки лабораторных работ

Оценка	Критерии оценивания
5 баллов	Задание выполнено полностью, в представленном отчете обоснованно получено правильное выполненное задание.
4 балла	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений.
3 балла	Задания выполнены частично.
2 балла	Задание не выполнено.

Регламент проведения и оценивание практических работ

В целях закрепления практического материала и углубления теоретических знаний по разделам дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» предполагается выполнение практических работ, что позволяет углубить процесс познания, раскрыть понимание прикладной значимости осваиваемой дисциплины.

Регламент проведения мероприятия

№	Вид работы	Продолжительность
1.	Предел длительности практической работы	80 мин.
2.	Защита отчета	10 мин.
	Итого (в расчете на одну практическую работу)	90 мин.

Критерии оценки практических работ

Оценка	Критерии оценивания
5 баллов	Задание выполнено полностью, в представленном отчете обоснованно получено правильное выполненное задание.
4 балла	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений.
2 балла	Задания выполнены частично.
0 баллов	Задание не выполнено.

Регламент проведения защиты и оценивание курсовой работы

По результатам проверки курсовой работы выставляется оценка. В том случае, если работа не отвечает предъявляемым требованиям (не раскрыты тема или отдельные вопросы плана, изложение материала поверхностно, отсутствуют выводы), то она возвращается автору на доработку. Студент должен переделать работу с учетом замечаний и предоставить для проверки новый вариант. Если сомнения вызывают отдельные аспекты курсовой работы, то в этом случае они рассматриваются во время устной защиты работы перед комиссией.

Работа в готовом варианте должна быть предоставлена на проверку преподавателю в срок, указанный в задании.

Студенты, не защитившие курсовые работы, не допускаются до сдачи экзамена.

Защита курсовой работы представляет собой устный публичный отчет студента, на который ему отводится 7-8 минут, ответы на вопросы членов комиссии. Устный отчет студента включает: раскрытие целей и задач проектирования, его актуальность, описание выполненного проекта, основные выводы и предложения, разработанные студентом в процессе курсового проектирования.

Анализ результатов курсового проектирования проводится по следующим критериям:

1. Навыки самостоятельной работы с материалами, по их обработке, анализу и структурированию.

2. Умение правильно применять методы исследования.

3. Умение грамотно интерпретировать полученные результаты.

4. Способность осуществлять необходимые расчеты, получать результаты и грамотно излагать их в отчетной документации.

5. Умение выявить проблему, предложить способы ее разрешения, умение делать выводы.

6. Умение оформить итоговый отчет в соответствии со стандартными требованиями.

Пункты с 1 по 6 дают до 50% вклада в итоговую оценку студента.

7. Умение защищать результаты своей работы, грамотное построение речи, использование при выступлении специальных терминов.

8. Способность кратко и наглядно изложить результаты работы.

Пункты 7,8 дают до 35% вклада в итоговую оценку студента.

9. Уровень самостоятельности, творческой активности и оригинальности при выполнении работы.

10. Выступления на конференциях и подготовка к публикации тезисов для печати по итогам работы.

Пункты 9, 10 дают до 15 % вклада в итоговую оценку студента.

Оценка «отлично» ставится студенту, который в срок, в полном объеме и на высоком уровне выполнил курсовой проект. При защите и написании работы студент продемонстрировал вышеперечисленные навыки и умения. Тема, заявленная в работе раскрыта, раскрыта полностью, все выводы студента подтверждены материалами исследования и расчетами. Отчет подготовлен в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Оценка «хорошо» ставится студенту, который выполнил курсовую работу, но с незначительными замечаниями, был менее самостоятелен и инициативен. Тема работы раскрыта, но выводы носят поверхностный характер, практические материалы обработаны не полностью.

Оценка «удовлетворительно» ставится студенту, который допускал просчеты и ошибки в работе, не полностью раскрыл заявленную тему, делал поверхностные выводы, слабо продемонстрировал аналитические способности и навыки работы с теоретическими источниками.

Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, который не выполнил курсовую работу, либо выполнил с грубыми нарушениями требований, не раскрыл заявленную тему, не выполнил практической части работы.

Общее распределение баллов текущего контроля по видам учебных работ для студентов (в соответствии с Положением)

Рейтинг-контроль 1	Устный опрос 20 вопросов, 2 практических задания	До 10 баллов
Рейтинг-контроль 2	Устный опрос 20 вопросов, 2 практических задания	До 10 баллов
Рейтинг-контроль 3	Промежуточный тест 20 вопросов	До 10 баллов
Посещение занятий студентом		До 30 баллов
Дополнительные баллы (бонусы)		До 20 баллов
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы		До 20 баллов

Показатели, критерии и шкала оценивания компетенций промежуточной аттестации знаний по учебной дисциплине «Бизнес-планирование в туризме»

Фонд тестовых заданий

Перечень тем курсовых работ

Вопросы для подготовки. Комплект экзаменационных билетов.

Экзаменационная оценка выставляется путём суммирования баллов, набранных студентом в течение семестра (с учётом индивидуального семестрового рейтинга студента) и баллов, набранных в процессе экзамена.

Максимальное количество баллов, которое студент может получить на экзамене, в соответствии с Положением составляет 40 баллов.

Оценка в баллах	Критерии оценивания компетенций
30-40 баллов	Студент глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.
20-29 баллов	Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, допуская некоторые неточности; демонстрирует хороший уровень освоения материала, информационной и коммуникативной культуры и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.
10-19 баллов	Студент показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, в целом, не препятствует усвоению последующего программного материала, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена на минимально допустимом уровне.
Менее 10 баллов	Студент не знает значительной части программного материала (менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы), допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «Бизнес-планирование в туризме»

Примерный перечень вопросов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

ОПК-2: способность к разработке туристского продукта

Знать:

1. Сущность и содержание бизнес-планирования.
2. Процесс планирования.
3. Особенности бизнес-планирования на российских предприятиях.
4. Система планов в организации.
5. Основные виды планов.
6. Стратегический план.
7. Общефирменные планы.
8. Оперативные планы.
9. Программы и проекты.
10. Структура бизнес-плана.
11. Содержание разделов бизнес-плана.
12. Инновации в системе бизнес-планирования.
13. Этапы создания и реализации новой продукции.
14. Назначение и математическая модель бизнес-плана в системе управления организацией.

Уметь:

1. Особенности бизнес-планирования на российских предприятиях (на конкретном примере).
2. Составление титульного листа (на конкретном примере).
3. Составление резюме (на конкретном примере).
4. Составление описания вида деятельности и планируемого продукта (на конкретном примере).
5. Рыночная конъюнктура, её специфика и динамика в России (на конкретном примере).
6. Анализ конкурентов и потребителей (на конкретном примере).
7. Брендинг как инструмент позиционирования на целевом рынке (на конкретном примере).
8. Анализ структуры и определение ёмкости рынка продукции и услуг (на конкретном примере).
9. Сегментация рынка потребителей (на конкретном примере).
10. Что такое инновации?
 - а) новые продукты и технологии
 - б) нововведение, обеспечивающее рост эффективности
 - в) новые продукты и способы организации труда
 - г) любое нововведение
11. Целевым ориентиром производителя в модели оценки эффективности инвестиционного проекта по созданию информационной системы является:
 - а) обеспечение достаточной нормы прибыли для инвестора
 - б) максимизация нормы прибыли для инвестора

- в) обеспечение достаточной нормы прибыли для производителя
- г) максимизация нормы прибыли для производителя
- д) минимизации доли инвестора в общем капитале, предназначенном для осуществления бизнес-идеи
- е) минимизации доли производителя в общем капитале, предназначенном для осуществления бизнес-идеи

12. Какая стадия разработки туристского продукта включает обработку сведений обследования и подготовку технико-экономического обоснования?

- а) техническое задание
- б) эскизное проектирование
- в) техническое проектирование
- г) рабочее проектирование
- д) внедрение

13. Какие расходы на разработку туристского продукта связаны с деятельностью туроператора и распределяются между темами или заказами?

- а) материальные
- б) на оплату труда исполнителей
- в) отчисления на социальные нужды
- г) на технологию
- д) на работы и услуги сторонних организаций
- е) накладные
- ж) прочие

14. В производстве продукции могут применяться следующие способы определения затрат:

- а) по калькуляционным статьям затрат
- б) весовой метод
- в) метод твердых оценок
- г) комбинированный

15. Основным ориентиром в процессе рыночного ценообразования информационной системы является:

- а) соотношение спроса и предложения
- б) цены конкурентов
- в) издержки производства и реализации

16. Системы управления конкурентоспособностью внедряются для:

- а) улучшения качества продукции
- б) достижения минимально возможных издержек при создании продукции или оказании услуг
- в) достижения оптимального соотношения между качеством продукции (услуги) и издержками, а также повышения экономичности и оперативности обслуживания

17. Процесс планирования характеризуется как:

- а) последовательность операций по составлению планов;
- б) процедура, согласно которой одно событие обязательно должно следовать за другим;
- в) замкнутый цикл с прямой и обратной связью.

18. Дайте полное определение бизнес-плану:

- а) план, который описывает и обосновывает бизнес-идею без анализа внешней среды;
- б) план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности;
- в) любой план предпринимателя, который открывает новый бизнес;
- г) план действий фирмы, который содержит информацию о фирме, товаре, рынке и конкурентах.

19. Какова отличительная особенность бизнес-плана:

- а) краткосрочность плана;
- б) сводный характер бизнес-плана (связь сфер: от производственно-технической до маркетинго-сбытовой, их взаимное влияние и влияние на результирующие показатели);
- в) долгосрочность планирования, ориентация на стратегическое развитие и стратегию.

20. Выберите функцию, которая не относится к основным функциям бизнес-плана:

- а) разработка модели бизнеса, отработка стратегии;
- б) средство мониторинга: контроль настоящего и сравнение результатов с ожидаемыми;
- в) функция контроля качества выпускаемой продукции или оказываемой услуги;
- г) инструмент для доступа к финансовым ресурсам, привлечение кредиторов и инвесторов.

21. Составной частью стратегического плана является:

- а) политика организации;
- б) миссия организации;
- в) цели и задачи организации;
- г) средства организации;
- д) ресурсы организации.

22. План развития предприятия определяет:

- а) пути выхода на новые позиции;
- б) способы удержания своих позиций;
- в) меры предупреждения банкротства предприятия;
- г) разработку финансового плана.

23. Бизнес-планирование характеризуется:

- а) установлением стратегических и тактических целей и средств их достижения;
- б) выбором средств достижения заданных целей;
- в) установлением стратегических, тактических и оперативных планов, методов и средств достижения стратегических целей.

24. Основные цели бизнес-плана это:

- а) обоснование проектных решений в бизнесе, связанных с затратами инвести-

ционных ресурсов;

- б) поиск партнёров по реализации проекта;
- в) поиск источников финансирования;
- г) календарное планирование работ.

25. Ёмкость рынка – это:

- а) вместительность складских помещений и магазинов;
- б) объём (количество) товаров, которые может поглотить рынок;
- в) количество товаров, купленное в предшествующем периоде.

Владеть:

1. Формирование конкурентной стратегии предприятия (на конкретном примере).
2. Применение SWOT-анализа в бизнес-планировании (на конкретном примере).
3. Практика отечественных организаций по сегментации рынка в России (изложение в форме эссе).
4. Оценка технико-эксплуатационных показателей информационной системы (изложение в форме эссе).
5. Ранжирование технико-эксплуатационных показателей (изложение в форме эссе).
6. Определение частного показателя конкурентоспособности (изложение в форме эссе).
7. Оценка экономических (стоимостных) показателей информационной системы (изложение в форме эссе).
8. Оценка уровня конкурентоспособности продукции предприятия (на конкретном примере).
9. Определение предельной цены продукции (на конкретном примере).

10. Производитель информационных систем решает осуществить продвижение своего программного продукта в форме ценовой скидки. На настоящий момент продажи составляют 100 копий по цене 1500 рублей. Скидка равна 10 %. На какой процент должны увеличиться продажи, чтобы оборот остался таким же?

- а) меньше 10 %
- б) 10 %
- в) больше 10 %

11. Компания рассматривает перспективы выведения на рынок нового программного продукта. Оценки показывают, что постоянные расходы составят 1 500 000 рублей в год. При продажной цене 20 000 рублей за одну копию точка безубыточности по оценкам будет достигнута при годовом объёме продаж в 100 копий программного продукта. Чему равны переменные издержки на одну копию программного продукта для объёма продаж, соответствующего точке безубыточности?

12. Определите точку безубыточности (самоокупаемости) проекта по созданию информационной системы, если цена продажи одного программного продукта равна 10 000 рублей, переменные затраты, приходящиеся на реализацию одного программного продукта, равны 1 000 рублей, постоянные затраты производителя информационной системы составляют 270 000 рублей.

13. Определите цену реализации программного продукта для получения прибыли в сумме 100 000 рублей от продажи 50 копий, если переменные затраты, приходящиеся на единицу реализации, равны 500 рублей, постоянные затраты составляют 150 000 рублей.

14. Какое количество копий программного продукта необходимо продать по цене 10 000 рублей при переменных затратах на единицу реализации 300 рублей и постоянных затратах 50 000 рублей, чтобы получить прибыль в сумме 47 000 рублей?

ПК-1: владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме

Знать:

1. Стадии и этапы создания новой продукции.
2. План производства продукции.
3. Виды затрат на создание новой продукции.
4. Трудоёмкость (длительность) разработки.
5. Затраты на оплату труда при разработке новой продукции.
6. Амортизации и прочие затраты на разработку новой продукции.
7. Точка безубыточности (самоокупаемости) проекта.
8. План маркетинговой деятельности.
9. Ценовая политика в системе бизнес-планирования.
10. Методы ценообразования, практика их применения в маркетинговой деятельности отечественных предприятий.
11. Система распределения и сбыта.
12. Маркетинговые коммуникации.
13. Продвижение и реклама.
14. Организационный план.
15. План по рискам.
16. Финансовый план.
17. Прибыль и рентабельность проекта.
18. План прибылей и убытков.
19. План денежных потоков.

Уметь:

1. Определение трудоёмкости (длительности) разработки (на конкретном примере).
2. Оценка затрат на оплату труда при разработке новой продукции (на конкретном примере).
3. Определение амортизации и прочих затрат на разработку новой продукции (на конкретном примере).
4. Определение точки безубыточности (самоокупаемости) проекта (на конкретном примере).
5. Расчёт по калькуляционным статьям затрат предназначен для:
 - а) исчисления цены на отдельные детали и узлы
 - б) расчета прямых и косвенных расходов
 - в) расчета себестоимости конкретного вида продукции
 - г) составления сметы затрат на производство

6. Коммерческая себестоимость продукции складывается из следующих затрат:

- а) на производство и реализацию продукции
- б) на производство продукции
- в) на содержание аппарата управления

7. В классификацию по элементам затрат включаются:

- а) материальные затраты
- б) оплата труда
- в) расходы на содержание и эксплуатацию оборудования
- г) отчисления на социальные нужды
- д) общепроизводственные расходы

8. В издержки производства продукции включаются:

- а) непосредственное производство продукции
- б) расходы на подготовку и освоение производства
- в) расходы на управление производством
- г) расходы на продажу
- д) расходы на рекламу

9. В классификацию по калькуляционным статьям затрат включаются:

- а) Сырье и материалы
- б) Возвратные отходы
- в) Заработная плата основных исполнителей
- г) Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования
- д) Заработная плата дирекции

10. Под понятием «прибыль от реализации продукции» подразумевается:

- а) выручка от реализации продукции
- б) чистый доход предприятия
- в) разность между объемом реализованной продукции в стоимостном выражении (без НДС и акциза) и её себестоимостью

11. Под рентабельностью продаж понимают:

- а) прибыль, получаемую предприятием
- б) отношение прибыли к средней стоимости основных средств и оборотных средств
- в) балансовую прибыль на 1 рубль объема реализованной продукции
- г) отношение чистой прибыли к цене продукции

12. В какой последовательности должна осуществляться научно-исследовательская разработка программного продукта в соответствии с действующими стандартами?

- а) техническое задание
- б) эскизное проектирование
- в) техническое проектирование
- г) рабочее проектирование
- д) внедрение

13. Как называется метод ценообразования, при котором цену устанавливают на X % выше затрат?

- а) целевое ценообразование;
- б) ценовая дискриминация;
- в) ценообразование на базе спроса;
- г) ценообразование «издержки плюс прибыль».

14. Наименее эффективный способ завоевания положения на рынке для проведения своей собственной ценовой политики, это:

- а) получение преимущества по затратам перед конкурентами
- б) специализация на определённом сегменте рынка
- в) дифференциация своего собственного продукта
- г) относительно большие затраты на рекламу

15. Основным ориентиром в процессе рыночного ценообразования является:

- а) соотношение спроса и предложения
- б) цены конкурентов
- в) издержки производства и реализации

16. Укажите правильное утверждение о соотношении риска и дохода:

- а) чем ниже риск, тем выше должен быть ожидаемый доход
- б) чем выше риск, тем выше должен быть ожидаемый доход
- в) чем выше доход, тем ниже должен быть предполагаемый риск
- г) риск и доход не связаны между собой

17. Снижение степени риска не обеспечивается:

- а) распределением риска между участниками проекта (передачей части риска соисполнителям)
- б) страхованием
- в) резервированием средств на случай непредвиденных расходов
- г) наличием резерва мощностей

18. Какие стратегии ценообразования применяют компании при выводе продукта на рынок?

- а) стратегия «снятия сливок»
- б) стратегия «роста проникающей цены»
- в) стратегия «проникновения»
- г) стратегия «скользящей падающей цены»
- д) сохранение стабильного положения на рынке при умеренной рентабельности

19. Процесс планирования характеризуется как:

- а) последовательность операций по составлению планов;
- б) процедура, согласно которой одно событие обязательно должно следовать за другим;
- в) замкнутый цикл с прямой и обратной связью.

20. Целевым ориентиром в модели эффективного бизнес-плана инвестиционного проекта по созданию туристской фирмой нового туристского продукта является:

- а) обеспечение достаточной нормы прибыли для инвестора;
- б) максимизация нормы прибыли для инвестора;

- в) обеспечение достаточной нормы прибыли для фирмы;
- г) максимизация нормы прибыли для фирмы;
- д) минимизации доли инвестора в общем капитале, предназначенном для осуществления бизнес-идеи;
- е) минимизации доли фирмы в общем капитале, предназначенном для осуществления бизнес-идеи.

21. Ёмкость рынка – это:

- а) вместительность складских помещений и магазинов;
- б) объём (количество) товаров, которые может поглотить рынок;
- в) количество товаров, купленное в предшествующем периоде.

Владеть:

1. Формирование себестоимости планируемой к выпуску продукции (изложение в форме эссе).
2. Особенности продвижения и реализации продукции на российском рынке (изложение в форме эссе).
3. Развитие связей с общественностью российскими организациями (изложение в форме эссе).
4. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций, её особенности в современной России (изложение в форме эссе).
5. Специфика формирования спроса и стимулирования сбыта в Российской Федерации (изложение в форме эссе).
6. Составление плана производства (изложение в форме эссе).
7. Составление плана маркетинга (изложение в форме эссе).
8. Составление плана по рискам (изложение в форме эссе).
9. Составление финансового плана (изложение в форме эссе).

10. Туроператор решает осуществить продвижение своего туристского продукта в форме ценовой скидки. На настоящий момент продажи составляют 100 копий по цене 1500 рублей. Скидка равна 10 %. На какой процент должны увеличиться продажи, чтобы оборот остался таким же?

- а) меньше 10 %
- б) 10 %
- в) больше 10 %

11. Компания рассматривает перспективы выведения на рынок нового туристского продукта. Оценки показывают, что постоянные расходы составят 1 500 000 рублей в месяц. При продажной цене 20 000 рублей за одну путёвку точка безубыточности по оценкам будет достигнута при ежемесячном объёме продаж в 100 путёвок. Чему равны переменные издержки на одну путёвку для объёма продаж, соответствующего точке безубыточности?

12. Определите точку безубыточности (самоокупаемости) проекта по созданию туристского продукта, если цена продажи одной путёвки равна 10 000 рублей, переменные затраты, приходящиеся на реализацию одной путёвки, равны 1 000 рублей, постоянные затраты туроператора составляют 270 000 рублей.

13. Определите цену реализации туристского продукта для получения прибыли в сумме 100 000 рублей от продажи 50 копий, если переменные затраты, приходящие-

ся на единицу реализации, равны 500 рублей, постоянные затраты составляют 150 000 рублей.

14. Какое количество путёвок туристского продукта необходимо продать по цене 10 000 рублей при переменных затратах на единицу реализации 300 рублей и постоянных затратах 50 000 рублей, чтобы получить прибыль в сумме 47 000 рублей?

ПК-3: готовность к реализации проектов в туристской индустрии

Знать:

1. Риски в бизнес-планировании.
2. Статистические методы оценки рисков.
3. Вероятностные методы оценки рисков.
4. Финансовый план.
5. Финансовые показатели бизнес-плана.
6. План прибылей и убытков.
7. План денежных потоков (Cash flow).
8. Экономический эффект от использования новой продукции.
9. Методы оценки эффективности реализации бизнес-проекта.
10. Чистый дисконтированный доход проекта.
11. Индекс доходности проекта
12. Внутренняя норма доходности проекта.
13. Срок окупаемости проекта.
14. Учётный коэффициент окупаемости инвестиций
15. Учёт фактора инфляции.

Уметь:

1. Анализ безубыточности (самоокупаемости) бизнеса (на конкретном примере).
2. Оценка рисков бизнес-проекта (на конкретном примере).
3. Ранжирование рисков проекта (на конкретном примере).
4. Определение экономического эффекта от использования новой продукции (на конкретном примере).
5. Использование чистого дисконтированного дохода для оценки эффективности реализации проекта (на конкретном примере).
6. Оценка индекса доходности проекта (на конкретном примере).
7. Определение срока окупаемости проекта (на конкретном примере).
8. Определение внутренней нормы доходности (на конкретном примере).
9. Определение учётного коэффициента окупаемости инвестиций (на конкретном примере).
10. Оценка эффективности реализации проекта на базе Microsoft Excel (на конкретном примере).
11. Определение показателя WACC для оценки эффективности проекта (на конкретном примере).
12. Определение экономической добавленной стоимости (на конкретном примере).
13. Результат решения можно считать более предсказуемым при условии:
 - а) меньшего разброса (дисперсии) результата решения
 - б) большего разброса (дисперсии) результата решения

- в) большей величины коэффициента вариации
- г) меньшей величины коэффициента вариации

14. К притокам денежных средств от основной операционной или производственной деятельности относятся:

- а) выручка от реализации продукции
- б) платежи по погашению дебиторской задолженности
- в) продажа основных средств
- г) авансы, полученные от покупателей
- д) дивиденды, проценты от долгосрочных финансовых вложений

15. Внутренняя норма доходности (IRR) рассчитывается в функции Excel

- а) годовая
- б) квартальная
- в) заданного периода

16. Какие исходные данные нужно ввести для анализа проекта в Excel

- а) основные показатели по периодам, константы и единицы измерения
- б) только доходы и расходы по периодам
- в) все вышеперечисленное неверно

17. Стандартная функция Excel для расчёта чистого дисконтированного дохода (NPV)

- а) дает тот же результат, что и ручной счёт
- б) имеет погрешность при расчете индекса дисконтирования
- в) более точная, чем ручной счёт

18. Для внутренней нормы доходности (IRR) значение чистого денежного потока

- а) различается при расчете стандартной функцией Excel и ручном счёте
- б) совпадает и равно нулю при использовании как стандартной функции Excel, так и ручном счёте
- в) оба варианта не верны

19. Ошибка стандартной функции Excel для расчета чистого дисконтированного дохода (NPV) состоит в следующем

- а) дисконтируется денежный поток первого периода
- б) не учитывается инфляция
- в) все вышеперечисленное

20. Период окупаемости с точностью до месяцев можно получить

- а) с помощью специальной формулы
- б) нарисовав график
- в) оба варианта верны

21. Стандартная функция Excel для расчета чистого дисконтированного дохода (NPV) выглядит как

- а) ЧПС(ставка;значение1;значение2; ...)
- б) ЧДД(ставка;значение1;значение2; ...)
- в) обе формулы неверны

Владеть:

1. Формирование плана денежных потоков (Cash flow) (изложение в форме эссе).
2. Оценка стоимости денежных потоков во времени (изложение в форме эссе).
3. Реализация бизнес-проекта в условиях инфляции (изложение в форме эссе).
4. Если при расчёте чистого дисконтированного дохода (NPV) полученная сумма будет больше нуля, то это означает:
 - а) проект следует принять
 - б) проект следует отвергнуть
 - в) проект будет ни прибыльным, ни убыточным
5. Коэффициент β компании равен -0,5. На сколько изменится цена акций данной компании, если фондовый индекс вырос на 10 %?
 - а) снизится на 5 %
 - б) повысится на 5 %
 - в) снизится на 10 %
 - г) повысится на 10 %
 - д) снизится на 20 %
 - е) повысится на 20 %
 - ж) цена акций останется неизменной
6. Внутренняя норма доходности проекта А равна 10 %, а проекта В – 15 %. Какой проект следует признать эффективным при одинаковых вложениях средств и сроках реализации, если требуемая ставка доходности инвестора равна 16 %?
7. Определите ставку доходности (в процентах) проекта при условии, что номинальная безрисковая ставка дохода равна 10 %, среднерыночная ставка дохода составляет 15 %, коэффициент β равен 1,2, премия за риск, характерный для предприятия, равна 1 %, а поправка на страновой риск составляет 2 %.
8. Определите средневзвешенную стоимость капитала (в процентах) для инвестиционного проекта с требуемой ставкой доходности по собственным вложениям в размере 15 % и с долей привлечённых средств в размере 20 % под 25 % годовых. Ставка налога на прибыль равна 20 %.

ПК-5: рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста

Знать:

1. Виды конкурентных стратегий предприятия.
2. Стадии и этапы создания новой продукции.
3. План производства продукции.
4. Виды затрат на создание новой продукции.
5. Трудоёмкость (длительность) разработки.
6. Затраты на оплату труда при разработке новой продукции.
7. Амортизации и прочие затраты на разработку новой продукции.
8. Точка безубыточности (самоокупаемости) проекта.
9. Прибыль и рентабельность проекта.

10. Организационный план.
11. План по рискам.
12. Статистические методы оценки рисков.
13. Вероятностные методы оценки рисков.
14. Финансовый план.
15. Прибыль и рентабельность проекта.
16. План прибылей и убытков.
17. План денежных потоков.

Уметь:

1. Определение трудоёмкости (длительности) разработки (на конкретном примере).
2. Оценка затрат на оплату труда при разработке новой продукции (на конкретном примере).
3. Определение амортизации и прочих затрат на разработку новой продукции (на конкретном примере).
4. Определение точки безубыточности (самоокупаемости) проекта (на конкретном примере).
5. Оценка прибыли и рентабельности проекта (на конкретном примере).
6. Применение статистических методов оценки рисков (на конкретном примере).
7. Применение вероятностных методов оценки рисков (на конкретном примере).

8. Что такое инновации?

- а) новые продукты и технологии
- б) нововведение, обеспечивающее рост эффективности
- в) новые продукты и способы организации труда
- г) любое нововведение

9. Целевым ориентиром производителя в модели оценки эффективности инвестиционного проекта по созданию информационной системы является:

- а) обеспечение достаточной нормы прибыли для инвестора
- б) максимизация нормы прибыли для инвестора
- в) обеспечение достаточной нормы прибыли для производителя
- г) максимизация нормы прибыли для производителя
- д) минимизации доли инвестора в общем капитале, предназначенном для осуществления бизнес-идеи
- е) минимизации доли производителя в общем капитале, предназначенном для осуществления бизнес-идеи

10. Какая стадия разработки программного продукта включает обработку сведений обследования и подготовку технико-экономического обоснования?

- а) техническое задание
- б) эскизное проектирование
- в) техническое проектирование
- г) рабочее проектирование
- д) внедрение

11. Какие расходы на разработку информационной системы связаны с деятельностью производителя и распределяются между темами или заказами?

- а) материальные
- б) на оплату труда исполнителей
- в) отчисления на социальные нужды
- г) на технологию
- д) на работы и услуги сторонних организаций
- е) накладные
- ж) прочие

12. В производстве продукции могут применяться следующие способы определения затрат:

- а) по калькуляционным статьям затрат
- б) весовой метод
- в) метод твердых оценок
- г) комбинированный

13. Основным ориентиром в процессе рыночного ценообразования информационной системы является:

- а) соотношение спроса и предложения
- б) цены конкурентов
- в) издержки производства и реализации

14. Системы управления конкурентоспособностью внедряются для:

- а) улучшения качества продукции
- б) достижения минимально возможных издержек при создании продукции или оказании услуг
- в) достижения оптимального соотношения между качеством продукции (услуги) и издержками, а также повышения экономичности и оперативности обслуживания

15. Расчет по калькуляционным статьям затрат предназначен для:

- а) исчисления цены на отдельные детали и узлы
- б) расчета прямых и косвенных расходов
- в) расчета себестоимости конкретного вида продукции
- г) составления сметы затрат на производство

16. Коммерческая себестоимость продукции складывается из следующих затрат:

- а) на производство и реализацию продукции
- б) на производство продукции
- в) на содержание аппарата управления

17. В классификацию по элементам затрат включаются:

- а) материальные затраты
- б) оплата труда
- в) расходы на содержание и эксплуатацию оборудования
- г) отчисления на социальные нужды
- д) общепроизводственные расходы

18. В издержки производства продукции включаются:

- а) непосредственное производство продукции
- б) расходы на подготовку и освоение производства
- в) расходы на управление производством
- г) расходы на продажу
- д) расходы на рекламу

19. В классификацию по калькуляционным статьям затрат включаются:

- а) сырье и материалы
- б) возвратные отходы
- в) заработная плата основных исполнителей
- г) расходы на содержание и эксплуатацию оборудования
- д) заработная плата дирекции

20. Под понятием «прибыль от реализации продукции» подразумевается:

- а) выручка от реализации продукции
- б) чистый доход предприятия
- в) разность между объемом реализованной продукции в стоимостном выражении (без НДС и акциза) и её себестоимостью

21. Под рентабельностью продаж понимают:

- а) прибыль, получаемую предприятием
- б) отношение прибыли к средней стоимости основных средств и оборотных средств
- в) балансовую прибыль на 1 рубль объема реализованной продукции
- г) отношение чистой прибыли к цене продукции

22. Какое из определений подходит для метода чистого дисконтированного дохода (NPV), используемого в оценке экономической эффективности инвестиционного проекта?

- а) метод, основанный на сопоставлении величины инвестиций с общей суммой дисконтированных чистых денежных поступлений, полученных при реализации проекта в течение прогнозируемого срока
- б) метод, при котором рассчитывается период времени, требуемый для покрытия начальных инвестиций за счёт чистого денежного потока, генерируемого инвестициями
- в) метод, при котором рассчитывается коэффициент эффективности инвестиций

23. Средневзвешенная стоимость капитала (WACC – Weighted Average Cost of Capital) – это:

- а) показатель стоимости единицы инвестированного капитала
- б) показатель структуры капитала, инвестированного в бизнес
- в) рыночная оценка активов компании на момент оценки бизнеса

25. Экономическая добавленная стоимость (EVA – Economic Value Added) –

- а) маржа от продажи продукции как разница между выручкой и себестоимостью
- б) стоимость, добавленная в процессе разработки (модернизации), применяемая для расчёта НДС
- в) прибыль предприятия за вычетом платы за инвестированный капитал

Владеть:

1. Формирование плана денежных потоков (Cash flow) (изложение в форме эссе).
2. Оценка стоимости денежных потоков во времени (изложение в форме эссе).
3. Реализация бизнес-проекта в условиях инфляции (изложение в форме эссе).
4. Если при расчёте чистого дисконтированного дохода (NPV) полученная сумма будет больше нуля, то это означает:
 - а) Проект следует принять
 - б) Проект следует отвергнутьПроект будет ни прибыльным, ни убыточным
5. Коэффициент β компании равен -0,5. На сколько изменится цена акций данной компании, если фондовый индекс вырос на 10 %?
 - а) снизится на 5 %
 - б) повысится на 5 %
 - в) снизится на 10 %
 - г) повысится на 10 %
 - д) снизится на 20 %
 - е) повысится на 20 %
 - ж) цена акций останется неизменной
6. Коэффициент β является мерой систематического риска. Он показывает:
 - а) уровень изменчивости актива по отношению к рынку (усреднённый активу)
 - б) количество риска на единицу доходности
 - в) максимально возможные убытки от изменения стоимости активов, которое может произойти за данный период с заданной вероятностью его появления
7. Процесс дисконтирования – это процесс движения:
 - а) настоящей стоимости
 - б) настоящей стоимости к будущей
 - в) будущей стоимости
 - г) будущей стоимости к настоящей
8. Внутренняя норма доходности проекта А равна 10 %, а проекта В – 15 %. Какой проект следует признать эффективным при одинаковых вложениях средств и сроках реализации, если требуемая ставка доходности инвестора равна 16 %?
9. Определите ставку доходности (в процентах) проекта при условии, что номинальная безрисковая ставка дохода равна 10 %, среднерыночная ставка дохода составляет 15 %, коэффициент β равен 1,2, премия за риск, характерный для предприятия, равна 1 %, а поправка на страновой риск составляет 2 %.
10. Определите средневзвешенную стоимость капитала (в процентах) для инвестиционного проекта с требуемой ставкой доходности по собственным вложениям в размере 15 % и с долей привлечённых средств в размере 20 % под 25 % годовых. Ставка налога на прибыль равна 20 %.

Максимальная сумма баллов, набираемая студентом по дисциплине «Бизнес-планирование в туризме» равна 100.

Оценка в баллах	Оценка по шкале	Обоснование	Уровень сформированности компетенций
Более 80	«Отлично»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Высокий уровень
66-80	«Хорошо»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	Продвинутый уровень
50-65	«Удовлетворительно»	Содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки	Пороговый уровень
Менее 50	«Неудовлетворительно»	Содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки	Компетенции не сформированы