

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

Кафедра экономики

«УТВЕРЖДАЮ»
Заместитель директора по УР
_____ Д.Е. Андрианов
_____ 16.06.2020

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес-планирование в туризме

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Профиль подготовки

Технология туристской деятельности

Семестр	Трудоем- кость, час./зач. ед.	Лек- ции, час.	Практи- ческие занятия, час.	Лабора- торные работы, час.	Консуль- тация, час.	Конт- роль, час.	Всего (контак- тная работа), час.	СРС, час.	Форма промежу- точного контроля (экз., зач., зач. с оц.)
6	180 / 5	32	32		5,2	0,35	69,55	74,8	Экз.(35,65)
Итого	180 / 5	32	32		5,2	0,35	69,55	74,8	35,65

Муром, 2020 г.

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» является усвоение студентами теоретических основ и приобретение практических навыков составления и анализа различных видов бизнес-планов предприятий туристской индустрии.

Задачи дисциплины:

- изучение особенностей, функций и видов бизнес-планирования;
- определение содержания и основных методик бизнес-планирования;
- освоение навыков разработки отдельных разделов бизнес-плана предприятия туристской индустрии;
- ознакомление с методиками анализа бизнес-планов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Изучение данного курса предполагает наличие базовых знаний, полученных студентами в процессе освоения таких дисциплин, как «Документационное обеспечение управления в туризме», «Экономика», «Экономика туристской фирмы», «Туристско-рекреационное проектирование», «Маркетинг в туристской индустрии», «Бухгалтерский учёт и налогообложение в туристской индустрии», «Реклама в туризме». От степени усвоения дисциплины «Бизнес-планирование в туризме» зависит успешность усвоения дисциплин «Технология въездного и выездного туризма», «Технология гостиничных услуг», «Технологии продаж», «Риски в туризме» и использования полученных знаний в процессе подготовки выпускной квалификационной работы.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 Обосновывает принятие экономических решений с использованием методов экономического планирования для достижения поставленных целей в профессиональной деятельности	УК-9 Знать состав и структуру отдельных разделов бизнес-плана (УК-9.1) УК-9 Уметь разрабатывать основные разделы бизнес-плана (УК-9.1) УК-9 Владеть методами оценки эффективности бизнес-проекта и обоснования управленческого решения в сфере туризма (УК-9.1)	вопросы к устному опросу, тест, тест, задачи
	УК-9.2 Применяет экономические инструменты в профессиональной сфере, внедряя элементы экономической культуры и финансовой грамотности	УК-9 Знать показатели, характеризующие деятельность предприятия туристской индустрии и типовые методики их расчёта (УК-9.2) УК-9 Уметь рассчитывать экономические и социально-экономические показатели (УК-9.2) УК-9 Владеть способностью применять экономические инструменты при обосновании бизнес-проекта в сфере туризма	

		(УК-9.2)	
ПК-6 Способен проводить исследования в туристской индустрии	ПК-6.2 Использует методы анализа и прогнозирования явлений и процессов в сфере туризма	ПК-6 Знать современные методы анализа и прогнозирования явлений и процессов в сфере туризма (ПК-6.2) ПК-6 Уметь проводить анализ показателей в процессе бизнес-планирования (ПК-6.2) ПК-6 Владеть методиками анализа экономических показателей и рисков бизнес-проекта (ПК-6.2)	тест, задачи
ПК-1 Способен организовывать, координировать и контролировать работу предприятия туристской индустрии	ПК-1.3 Рассчитывает и анализирует затраты деятельности предприятий и продуктов туристской индустрии	ПК-1 Знать состав и классификацию затрат, методы калькулирования себестоимости туристского продукта (ПК-1.3) ПК-1 Уметь формировать затраты на разработку и калькулировать себестоимость туристского продукта (ПК-1.3)	тест, задачи
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Планирует и выполняет задачи в зоне своей ответственности, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений, при необходимости корректирует способы решения задач	УК-2 Знать основы планирования и проектирования в туристской индустрии для решения профессиональных задач (УК-2.1) УК-2 Уметь анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов (УК-2.1) УК-2 Владеть методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта (УК-2.1)	вопросы к устному опросу, тест, тест, задачи

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

4.1. Форма обучения: очная

Уровень базового образования: среднее общее.

Срок обучения 4г.

4.1.1. Структура дисциплины

№ п\п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником							Самостоятельная работа	Форма текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации(по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	КП / КР	Консультация	Контроль		
1	Теоретические основы бизнес-планирования.	6	8	4						10	Устный опрос, тестирование
2	Анализ рынка, планирование производственной и маркетинговой деятельности.	6	14	18						30	Тестирование
3	Финансовое планирование и оценка эффективности реализации бизнес-проекта.	6	10	10						34,8	Тестирование
Всего за семестр		180	32	32				5,2	0,35	74,8	Экз.(35,65)
Итого		180	32	32				5,2	0,35	74,8	35,65

4.1.2. Содержание дисциплины

4.1.2.1. Перечень лекций

Семестр 6

Раздел 1. Теоретические основы бизнес-планирования.

Лекция 1.

Сущность и содержание бизнес-планирования. Процесс планирования. Особенности бизнес-планирования в туристской сфере (2 часа).

Лекция 2.

Система планов в организации. Основные виды планов. Стратегический план, общефирменные планы, оперативные планы, программы, проекты (2 часа).

Лекция 3.

Структура бизнес-плана и содержание его разделов. Титульный лист, резюме, описание вида деятельности и планируемого продукта (2 часа).

Лекция 4.

Назначение и математическая модель бизнес-плана в системе управления организацией (2 часа).

Раздел 2. Анализ рынка, планирование производственной и маркетинговой деятельности.

Лекция 5.

Анализ структуры и определение ёмкости рынка туристских услуг. Сегментация рынка потребителей туристских услуг (2 часа).

Лекция 6.

Оценка уровня конкурентоспособности туристского продукта (2 часа).

Лекция 7.

Жизненный цикл продукта (2 часа).

Лекция 8.

Формирование конкурентной стратегии туристской организации. Применение SWOT-анализа в бизнес-планировании (2 часа).

Лекция 9.

План производства туристского продукта. Формирование себестоимости туристского продукта (2 часа).

Лекция 10.

План маркетинговой деятельности. Ценовая политика в системе бизнес-планирования (2 часа).

Лекция 11.

Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама. Организационный план (2 часа).

Раздел 3. Финансовое планирование и оценка эффективности реализации бизнес-проекта.

Лекция 12.

Финансовый план. Анализ безубыточности (самоокупаемости) бизнеса (2 часа).

Лекция 13.

Формирование плана денежных потоков (Cash flow) (2 часа).

Лекция 14.

Оценка рисков в бизнес-планировании (2 часа).

Лекция 15.

Методы оценки эффективности реализации бизнес-проекта (2 часа).

Лекция 16.

Реализация бизнес-проекта в условиях инфляции (2 часа).

4.1.2.2. Перечень практических занятий

Семестр 6

Раздел 1. Теоретические основы бизнес-планирования.

Практическое занятие 1

Сбор и анализ информации о туристском продукте (2 часа).

Практическое занятие 2

Расчёт средневзвешенной стоимости капитала (Weighted Average Cost of Capital – WACC) бизнес-проекта (2 часа).

Раздел 2. Анализ рынка, планирование производственной и маркетинговой деятельности.

Практическое занятие 3

Анализ рынка туристских услуг. Сегментация рынка потребителей и оценка доли фирмы на рынке (2 часа).

Практическое занятие 4

Анализ состояния и возможностей туристской организации и перспективности отрасли (2 часа).

Практическое занятие 5

Анализ основных конкурентов (2 часа).

Практическое занятие 6

Формирование качественных эксплуатационных показателей туристского продукта (2 часа).

Практическое занятие 7

Оценка конкурентоспособности туристского продукта (2 часа).

Практическое занятие 8

Формирование конкурентной стратегии туристской организации. SWOT-анализ (2 часа).

Практическое занятие 9

Формирование себестоимости туристского продукта (2 часа).

Практическое занятие 10

Анализ точки безубыточности создания и реализации туристского продукта (2 часа).

Практическое занятие 11

Анализ ценовой политики организации. Определение цены при выводе на рынок туристского продукта (2 часа).

Раздел 3. Финансовое планирование и оценка эффективности реализации бизнес-проекта.

Практическое занятие 12

Планирование финансовых показателей бизнес-проекта (2 часа).

Практическое занятие 13

Оценка рисков с применением статистических показателей и модели CAPM (2 часа).

Практическое занятие 14

Оценка эффективности реализации бизнес-проекта (2 часа).

Практическое занятие 15

Оценка влияния инфляции на эффективность бизнес-проекта (2 часа).

Практическое занятие 16

Обоснование реализации разработанного бизнес-проекта (2 часа).

4.1.2.3. Перечень лабораторных работ

Не планируется.

4.1.2.4. Перечень тем и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Перечень тем, вынесенных на самостоятельное изучение:

1. Особенности бизнес-планирования в туристской сфере.
2. Инновации в системе бизнес-планирования.
3. Этапы создания и реализации новой продукции.
4. Рыночная конъюнктура, её специфика и динамика в России.
5. Анализ конкурентов и потребителей.
6. Брендинг как инструмент позиционирования на целевом рынке.
7. Оценка технико-эксплуатационных и экономических показателей информационной системы.
8. SWOT - анализ, его сущность, цель и содержание.
9. Влияние временного эффекта модернизации на длительность жизненного цикла продукции.
10. Виды затрат на создание новой продукции. Оценка затрат на оплату труда при разработке новой продукции.
11. Определение точки безубыточности (самоокупаемости) проекта.
12. Маркетинговый раздел бизнес-плана, его предназначение и структура.
13. Ценовая политика в системе бизнес-планирования.
14. Методы ценообразования, практика их применения в маркетинговой деятельности отечественных предприятий.
15. Особенности продвижения и реализации продукции на российском рынке.
16. Специфика формирования спроса и стимулирования сбыта в Российской Федерации.

17. Статистические методы оценки рисков.
18. Вероятностные методы оценки рисков.
19. Оценка прибыли и рентабельности проекта.
20. Определение экономического эффекта от использования новой продукции.
21. Оценка стоимости денежных потоков во времени.
22. Использование чистого дисконтированного дохода для оценки эффективности реализации проекта.
23. Определение срока окупаемости проекта. Определение внутренней нормы доходности.
24. Учёт влияния инфляции на эффективность реализации бизнес-проекта.
25. Оценка эффективности реализации бизнес-проекта на базе Microsoft Excel.

Для самостоятельной работы используются методические указания по освоению дисциплины и издания из списка приведенной ниже основной и дополнительной литературы.

4.1.2.5. Перечень тем контрольных работ, рефератов, ТР, РГР, РПР

Не планируется.

4.1.2.6. Примерный перечень тем курсовых работ (проектов)

Не планируется.

5. Образовательные технологии

На лекционных и практических занятиях используются традиционные формы их проведения с элементами активных форм обучения.

Проблемная лекция – форма учебной работы, в рамках которой новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. При этом процесс познания студентов в сотрудничестве и диалоге с преподавателем приближается к исследовательской деятельности. Содержание проблемы раскрывается путём организации поиска её решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения.

Доклад – это развёрнутое устное сообщение на какую-либо тему, сделанное публично. Он является разновидностью самостоятельной научной работы студента, часто применяется на семинарах. Работая над докладом, студент закрепляет полученный на лекциях материал, приобретает научно-исследовательские умения, а также приобретает опыт публичного выступления.

Дискуссия – аргументированное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы.

Моделирование – исследование объектов познания на их моделях, построение и изучение моделей реально существующих предметов (явлений, процессов) для их определения, либо улучшения их характеристик, рационализации способов их построения, управления ими и прогнозирования.

Тестирование – контроль знаний с помощью тестов, разделённых на три блока: простые тестовые задания, усложнённые задания и сложные творческие задания. Опрос и оценивание результатов автоматизированы.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Фонды оценочных материалов (средств) приведены в приложении.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

7.1. Основная учебно-методическая литература по дисциплине

1. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент» / В.З. Черняк, Н.Д. Эриашвили, Ю.Т. Ахвледиани [и др.]; под редакцией В.З. Черняк, Г.Г. Чараев. — 4-е изд. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 591 с. — ISBN 978-5-238-01812-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS. - <http://www.iprbookshop.ru/71209>

2. Баркалов, С.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / С.А. Баркалов, О.Н. Бекирова. — Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 266 с. — ISBN 978-5-89040-555-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS. - <http://www.iprbookshop.ru/54994>

3. Мазилкина, Е.И. Бизнес-планирование: учебное пособие для бакалавров / Е.И. Мазилкина. — Саратов: Вузовское образование, 2017. — 336 с. — ISBN 978-5-4487-0007-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS. - <http://www.iprbookshop.ru/63198>

4. Сизова, Д.А. Бизнес-планирование в туризме: учебное пособие / Д.А. Сизова. — Москва: Российский новый университет, 2010. — 144 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS. - <https://www.iprbookshop.ru/21264>

7.2. Дополнительная учебно-методическая литература по дисциплине

1. Стребкова, Л.Н. Бизнес-планирование в социально-культурном сервисе и туризме: учебно-методическое пособие / Л.Н. Стребкова, Б.И. Штейнгольд. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 56 с. — ISBN 978-5-7782-1724-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS. - <https://www.iprbookshop.ru/44902>

2. Журнал «Стратегии бизнеса» [Электронный ресурс].— Режим доступа: - <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=50422>

3. Журнал «Экономика и бизнес: теория и практика» [Электронный ресурс].— Режим доступа: - <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=53633>

7.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

В образовательном процессе используются информационные технологии, реализованные на основе информационно-образовательного портала института (www.mivlgu.ru/iop), и инфокоммуникационной сети института:

- предоставление учебно-методических материалов в электронном виде;
- взаимодействие участников образовательного процесса через локальную сеть института и Интернет;
- предоставление сведений о результатах учебной деятельности в электронном личном кабинете обучающегося.

Информационные справочные системы:

1. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - <http://www.consultant.ru>
2. Информационно-справочная система "Гарант" - <http://www.garant.ru>
3. Электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru>
4. Информационно-образовательный портал МИ (филиала) ВлГУ - <https://www.mivlgu.ru/iop>

Программное обеспечение:

Microsoft Windows XP (Программа Microsoft Azure Dev Tools for Teaching (Order Number: IM126433))

7.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

iprbookshop.ru
elibrary.ru
consultant.ru
garant.ru
mivlgu.ru
[mivlgu.ru/iop](https://www.mivlgu.ru/iop)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Кабинет менеджмента, маркетинга и рекламы

Комплект учебно-методических пособий, ноутбук, проектор (переносной), проекционный экран (переносной)

Кабинет бизнес-планирования

Комплект учебно-методических пособий; 12 компьютеров E8400/2048Mb/VGA int /320Gb/BenQ19; интерактивная доска SMART BOARD 480 со встроенным проектором V25

9. Методические указания по освоению дисциплины

Для успешного освоения теоретического материала обучающийся: изучает рекомендуемую основную и дополнительную литературу; уточняет у преподавателя, каким дополнительным пособиям следует отдать предпочтение; ведёт конспект лекций и прорабатывает лекционный материал, пользуясь как конспектом, так и учебными пособиями.

На практических занятиях пройденный теоретический материал подкрепляется решением задач по основным темам дисциплины. Каждой группе обучающихся преподаватель выдаёт задачу, связанную с анализом конкретной ситуации и принятием решений. В конце занятия обучающие представляют полученные результаты преподавателю и при необходимости делают работу над ошибками.

Самостоятельная работа оказывает важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется обучающимся самостоятельно. Каждый обучающийся самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием дисциплины. Он выполняет внеаудиторную работу и изучение разделов, выносимых на самостоятельную работу, по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – экзамен. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине разработаны фонд оценочных средств и балльно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. Оценка по дисциплине выставляется в информационной системе и носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия студентов в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения заданий в ходе изучения дисциплины и промежуточной аттестации.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению *43.03.02 Туризм* и профилю подготовки *Технология туристской деятельности*
Рабочую программу составил к.э.н., доцент *Свистунов А.В.*_____

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры *экономики*

протокол № 16 от 29.05.2020 года.

Заведующий кафедрой *экономики* _____ *Панягина А.Е.*
(Подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета

протокол № 9 от 05.06.2020 года.

Председатель комиссии ФЭМ _____ *Терентьева И.В.*
(Подпись) (Ф.И.О.)

**Фонд оценочных материалов (средств) по дисциплине
Бизнес-планирование в туризме**

**1. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости
по дисциплине**

Примерный перечень вопросов для проведения устных опросов

- Сущность и содержание бизнес-планирования.
- Процесс планирования.
- Особенности бизнес-планирования на российских предприятиях.
- Система планов в организации.
- Основные виды планов.
- Стратегический план.
- Общешфирменные планы.
- Оперативные планы.
- Программы и проекты.
- Структура бизнес-плана.
- Содержание разделов бизнес-плана.
- Инновации в системе бизнес-планирования.
- Этапы создания и реализации новой продукции.
- Особенности бизнес-планирования на российских предприятиях.
- Титульный лист, резюме, описание вида деятельности и планируемого продукта.
- Назначение и математическая модель бизнес-плана в системе управления организацией.
- Рыночная конъюнктура, её специфика и динамика в России.
- Анализ конкурентов и потребителей.
- Брендинг как инструмент позиционирования на целевом рынке.
- Анализ структуры и определение ёмкости рынка продукции и услуг.
- Сегментация рынка потребителей.
- Жизненный цикл продукции.
- Формирование конкурентной стратегии предприятия.
- Применение SWOT-анализа в бизнес-планировании.
- Практика отечественных организаций по сегментации рынка в России.
- Оценка технико-эксплуатационных показателей информационной системы.
- Ранжирование технико-эксплуатационных показателей.
- Определение частного показателя конкурентоспособности.
- Оценка экономических (стоимостных) показателей информационной системы.
- Оценка уровня конкурентоспособности продукции предприятия.
- Определение предельной цены продукции.
- Формирование конкурентной стратегии предприятия.
- План производства продукции.
- Виды затрат на создание новой продукции.
- План маркетинговой деятельности.
- Ценовая политика в системе бизнес-планирования.
- Методы ценообразования, практика их применения в маркетинговой деятельности отечественных предприятий.
- Система распределения и сбыта.
- Маркетинговые коммуникации.
- Продвижение и реклама.
- Организационный план.
- Определение трудоёмкости (продолжительности) разработки.
- Оценка затрат на оплату труда при разработке новой продукции.
- Определение амортизации и прочих затрат на разработку новой продукции.

Определение точки безубыточности (самоокупаемости) проекта.
 Формирование себестоимости планируемой к выпуску продукции.
 Особенности продвижения и реализации продукции на российском рынке.
 Развитие связей с общественностью российскими организациями.
 Реклама в системе маркетинговых коммуникаций, её особенности в современной России.
 Специфика формирования спроса и стимулирования сбыта в Российской Федерации.
 Статистические методы оценки рисков.
 Вероятностные методы оценки рисков.
 Оценка прибыли и рентабельности проекта.
 Риски в бизнес-планировании.
 Финансовый план.
 План денежных потоков (Cash flow).
 Методы оценки эффективности реализации бизнес-проекта.
 Чистый дисконтированный доход проекта.
 Индекс доходности проекта
 Внутренняя норма доходности проекта.
 Срок окупаемости проекта.
 Учётный коэффициент окупаемости инвестиций
 Реализация бизнес-проекта в условиях инфляции.
 Анализ безубыточности (самоокупаемости) бизнеса.
 Оценка рисков бизнес-проекта.
 Ранжирование рисков проекта.
 Определение экономического эффекта от использования новой продукции.
 Оценка стоимости денежных потоков во времени.
 Учёт фактора инфляции.
 Формирование плана денежных потоков (Cash flow).
 Использование чистого дисконтированного дохода для оценки эффективности реализации проекта.
 Оценка индекса доходности проекта.
 Определение срока окупаемости проекта.
 Определение внутренней нормы доходности.
 Определение учётного коэффициента окупаемости инвестиций.
 Оценка эффективности реализации проекта на базе Microsoft Excel.
 Определение показателя WACC для оценки эффективности проекта.
 Определение экономической добавленной стоимости.

Примерный перечень вопросов для проведения тестирования

1. Что такое инновации?
 новые продукты и технологии
 нововведение, обеспечивающее рост эффективности
 новые продукты и способы организации труда
 любое нововведение
2. Целевым ориентиром производителя в модели оценки эффективности инвестиционного проекта по созданию информационной системы является:
 обеспечение достаточной нормы прибыли для инвестора
 максимизация нормы прибыли для инвестора
 обеспечение достаточной нормы прибыли для производителя
 максимизация нормы прибыли для производителя
 минимизации доли инвестора в общем капитале, предназначенном для осуществления бизнес-идеи

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?

- техническое задание
- эскизное проектирование
- техническое проектирование
- рабочее проектирование
- внедрение

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

- материальные
- на оплату труда исполнителей
- отчисления на социальные нужды
- на технологию
- на работы и услуги сторонних организаций
- накладные
- прочие

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

- По калькуляционным статьям затрат
- Весовой метод
- Метод твердых оценок
- Комбинированный

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

- соотношение спроса и предложения
- цены конкурентов
- издержки производства и реализации

7. Системы управления конкурентоспособностью внедряются для:
улучшения качества продукции
достижения минимально возможных издержек при создании продукции или оказании услуг

достижения оптимального соотношения между качеством продукции (услуги) и издержками, а также повышения экономичности и оперативности обслуживания

8. Расчет по калькуляционным статьям затрат предназначен для:

- Исчисления цены на отдельные детали и узлы
- Расчета прямых и косвенных расходов
- Расчета себестоимости конкретного вида продукции
- Составления сметы затрат на производство

9. Коммерческая себестоимость продукции складывается из следующих затрат:

- На производство и реализацию продукции
- На производство продукции
- На содержание аппарата управления

10. В классификацию по элементам затрат включаются:

- Материальные затраты

Оплата труда
Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования
Отчисления на социальные нужды
Общепроизводственные расходы

11. В издержки производства продукции включаются:

Непосредственное производство продукции
Расходы на подготовку и освоение производства
Расходы на управление производством
Расходы на продажу
Расходы на рекламу

12. В классификацию по калькуляционным статьям затрат включаются:

Сырье и материалы
Возвратные отходы
Заработная плата основных исполнителей
Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования
Заработная плата дирекции

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

Выручка от реализации продукции
Чистый доход предприятия
Разность между объемом реализованной продукции в стоимостном выражении (без НДС и акциза) и её себестоимостью

14. Под рентабельностью продаж понимают:

Прибыль, получаемую предприятием
Отношение прибыли к средней стоимости основных средств и оборотных средств
Балансовую прибыль на 1 рубль объема реализованной продукции
Отношение чистой прибыли к цене продукции

15. В состав денежных потоков от операционной деятельности входят:

целевое финансирование и выплаты в бюджет и внебюджетные фонды
денежная выручка от реализации и приобретение основных средств
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?

Метод, основанный на сопоставлении величины инвестиций с общей суммой дисконтированных чистых денежных поступлений, полученных при реализации проекта в течение прогнозируемого срока

Метод, при котором рассчитывается период времени, требуемый для покрытия начальных инвестиций за счёт чистого денежного потока, генерируемого инвестициями

Метод, при котором рассчитывается коэффициент эффективности инвестиций

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

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

18. Экономическая добавленная стоимость (EVA – Economic Value Added) – это:
маржа от продажи продукции как разница между выручкой и себестоимостью

стоимость, добавленная в процессе разработки (модернизации), применяемая для расчёта НДС

прибыль предприятия за вычетом платы за инвестированный капитал

19. Коэффициент β является мерой систематического риска. Он показывает: уровень изменчивости актива по отношению к рынку (усреднённому активу) количество риска на единицу доходности максимально возможные убытки от изменения стоимости активов, которое может произойти за данный период с заданной вероятностью его появления

20. Процесс дисконтирования – это процесс движения:
настоящей стоимости
настоящей стоимости к будущей
будущей стоимости
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.

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

- техническое задание
- эскизное проектирование
- техническое проектирование
- рабочее проектирование
- внедрение

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

- целевое ценообразование;
- ценовая дискриминация;
- ценообразование на базе спроса;
- ценообразование «издержки плюс прибыль».

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

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

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

- соотношение спроса и предложения
- цены конкурентов
- издержки производства и реализации

34. Укажите правильное утверждение о соотношении риска и дохода:

- Чем ниже риск, тем выше должен быть ожидаемый доход
- Чем выше риск, тем выше должен быть ожидаемый доход
- Чем выше доход, тем ниже должен быть предполагаемый риск
- Риск и доход не связаны между собой

35. Снижение степени риска не обеспечивается:
распределением риска между участниками проекта (передачей части риска соисполнителям)
страхованием
резервированием средств на случай непредвиденных расходов
наличием резерва мощностей

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

Стратегия «снятия сливок»
Стратегия «роста проникающей цены»
Стратегия «проникновения»
Стратегия «скользящей падающей цены»
Сохранение стабильного положения на рынке при умеренной рентабельности

37. Результат решения можно считать более предсказуемым при условии:
меньшего разброса (дисперсии) результата решения
большого разброса (дисперсии) результата решения
большой величины коэффициента вариации
меньшей величины коэффициента вариации

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

выручка от реализации продукции
платежи по погашению дебиторской задолженности
продажа основных средств
авансы, полученные от покупателей
дивиденды, проценты от долгосрочных финансовых вложений

39. Внутренняя норма доходности (IRR) рассчитывается в функции Excel
годовая
квартальная
заданного периода

40. Какие исходные данные нужно ввести для анализа проекта в Excel
основные показатели по периодам, константы и единицы измерения
только доходы и расходы по периодам
все вышеперечисленное неверно

41. Стандартная функция Excel для расчёта чистого дисконтированного дохода (NPV)
даёт тот же результат, что и ручной счёт
имеет погрешность при расчете индекса дисконтирования
более точная, чем ручной счёт

42. Для внутренней нормы доходности (IRR) значение чистого денежного потока различается при расчете стандартной функцией Excel и ручном счёте
совпадает и равно нулю при использовании как стандартной функции Excel, так и ручном счёте
оба варианта не верны

43. Ошибка стандартной функции Excel для расчета чистого дисконтированного дохода (NPV) состоит в следующем
дисконтируется денежный поток первого периода

не учитывается инфляция
все вышеперечисленное

44. Период окупаемости с точностью до месяцев можно получить с помощью специальной формулы
нарисовав график
оба варианта верны

45. Стандартная функция Excel для расчета чистого дисконтированного дохода (NPV) выглядит как
ЧПС(ставка;значение1;значение2; ...)
ЧДД(ставка;значение1;значение2; ...)
обе формулы неверны

Практические задания

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?

- меньше 10 %
- 10 %
- 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. Чему 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:

- Проект следует принять
- Проект следует отвергнуть
- 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 %?

- снизится на 5 %
- повысится на 5 %
- снизится на 10 %

повысится на 10 %
 снизится на 20 %
 повысится на 20 %
 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 %.

Общее распределение баллов текущего контроля по видам учебных работ для студентов

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	Посещение лекционных и практических занятий	До 30 баллов
Дополнительные баллы (бонусы)	Активность на практических занятиях	До 20 баллов
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы	Выполнение плана самостоятельной работы студентов	До 20 баллов

2. Промежуточная аттестация по дисциплине

Перечень вопросов к экзамену / зачету / зачету с оценкой.

Перечень практических задач / заданий к экзамену / зачету / зачету с оценкой (при наличии)

Для проведения экзамена используются задания в тестовой форме.

Методические материалы, характеризующие процедуры оценивания

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.

Максимальная сумма баллов, набираемая студентом по дисциплине равна 100.

Оценка в баллах	Оценка по шкале	Обоснование	<i>Уровень сформированности компетенций</i>
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	<i>Высокий уровень</i>
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	<i>Продвинутый уровень</i>
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	<i>Пороговый уровень</i>
Менее 50	«Неудовлетворительно»	Содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки	<i>Компетенции не сформированы</i>

3. Задания в тестовой форме по дисциплине

Примеры заданий в тестовой форме размещены в соответствующем электронном курсе на информационно-образовательном портале.

1. 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.

2. 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?

Полный перечень тестовых заданий с указанием правильных ответов, размещен в банке вопросов на информационно-образовательном портале института по ссылке <https://www.mivlgu.ru/iop/question/edit.php?courseid=809&cat=28870%2C23607&qpage=0&category=28825%2C23607&qbshowtext=0&qbshowtext=1&recurse=0&showhidden=0&showhidden=1>

Оценка рассчитывается как процент правильно выполненных тестовых заданий из их общего числа.