

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль): «Организация туристской деятельности»

Форма обучения: очная, заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Срок обучения: очная форма - 4 года, заочная форма – 4 года 6 мес.

Вид учебной работы	Трудоемкость, часы (з.е.)	
	Очная форма	Заочная форма
Контактная работа обучающихся с преподавателем	92(2,55)	20(0,55)
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:	90(2,5)	18(0,5)
лекции	30(0,83)	6(0,16)
практические	60(1,66)	12(0,33)
Промежуточная аттестация (контактная работа)	2(0,05)	2(0,05)
Самостоятельная работа студентов, всего	54(1,5)	153(4,25)
Промежуточная аттестации: экзамен	34(0,94)	7(0,19)
Итого	180(5)	180(5)

Казань 2018

Галеева Р.М. Экономика туризма: Рабочая программа дисциплины (модуля). – Казань: Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2018. – 65 с.

Рабочая программа по дисциплине (модулю) «Экономика туризма» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм составлена Галеевой Р.М., доцентом кафедры «Экономика и инноватика» Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки «Туризм», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «14» декабря 2015 г. № 1463, и учебными планами по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (год начала подготовки -2018).

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры экономики и инноватики Казанского кооперативного института (филиала) от 19.05.2018, протокол № 15

одобрена Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 23.05.2018, протокол №5

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации от 30.05.2018, протокол №7

© АНОО ВО ЦС РФ
«Российский университет
кооперации» Казанский
кооперативный институт
(филиал), 2018
© Галеева Р.М., 2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).....	5
2. Место дисциплины (модулю) в структуре образовательной программы.....	5
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).....	5
4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы.....	6
5. Содержание дисциплины (модуля).....	7
5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля).....	7
5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями).....	11
5.3. Разделы, темы дисциплины (модуля) и виды занятий.....	11
6. Лабораторный практикум.....	13
7. Практические занятия (семинары).....	13
8. Примерная тематика курсовых проектов (работ).....	16
9. Самостоятельная работа студента.....	16
10. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	16
11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	17
12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....	18
13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости).....	18
14. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).....	18
15. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	19
16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей, образовательные технологии.....	20
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	21
1. Паспорт фонда оценочных средств.....	22
1.1 Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины.....	22
1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций.....	22
1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции.....	22
1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания.....	24
2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации.....	27
2.1 Материалы для подготовки к промежуточной аттестации.....	27
2.2. Комплект экзаменационных билетов для проведения промежуточной аттестации.....	33
Комплект тестовых заданий для проведения экзамена по дисциплине.....	34
2.3. Критерии оценки для проведения экзамена по дисциплине.....	36
2.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине.....	37
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	38
КОМПЛЕКТ ЗАДАЧ.....	39
Комплект заданий для контрольной работы.....	45
Вопросы для коллоквиумов, опросов, собеседования.....	48
Темы докладов (презентаций).....	50
Комплект заданий для проведения текущей аттестации №1.....	52
ДЕЛОВАЯ ИГРА.....	58

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения учебной дисциплины «Экономика туризма» является формирование у студентов системы общепрофессиональных знаний о механизме хозяйственных взаимосвязей на туристском рынке, об отраслевой экономике туризма в целом и экономике туристской фирмы в частности.

В процессе изучения дисциплины решаются задачи приобретения студентами навыков планово-экономических, организационно-управленческих и коммерческих расчетов по всем показателям производственно-обслуживающей деятельности туристской организации, необходимых в профессиональной деятельности бакалавра по направлению «Туризм».

2. Место дисциплины (модулю) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части блока Б1.

Для изучения дисциплины необходимы следующие знания, умения и владения навыками, формируемые предшествующими дисциплинами:

Экономическая теория (ОК-2)

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общекультурных и профессиональных компетенций:

ОК-2 - способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

ПК-5 - способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Формируемые компетенции (код компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочного средства
ОК-2 ПК-5	Знать понятийно-терминологический аппарат и основные экономические категории экономики туризма	Опрос Доклад
	Знать методологию и методику анализа туристского рынка и деятельности туристских предприятий разного типа (туроператоров, гостиничных, транспортных и др.)	
	Знать общие принципы формирования финансовых ресурсов и рентабельности, ценообразования,	

Формируемые компетенции (код компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Наименование оценочного средства
	налогообложения, оплаты труда туристских предприятий	
	Уметь применять методы экономического анализа для оценки туристского спроса и предложения туристских продуктов и услуг, влияния туристского сектора на платежный баланс и устойчивое развитие стран и регионов	Задачи Тесты Кейс-задачи
	Уметь устанавливать общие закономерности структуры финансовых ресурсов, платежеспособности и рентабельности туристских предприятий	
	Уметь оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений	
	Уметь разрабатывать экономическое обоснование туристских маршрутов разного типа с учетом структуры спроса и платежеспособности потребителей, определять их ценовые параметры и структуру себестоимости турпродукта	Контрольная работа Деловая игра
	Владеть навыками количественного анализа и моделирования управленческих решений	
	Владеть навыками проведения анализа и планово-экономических расчетов показателей финансово-хозяйственной деятельности турпредприятий	

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

очная форма обучения

Виды учебной деятельности	Часов	
	Всего	По семестрам
		3
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	92	92
Аудиторные занятия всего, в том числе:	90	90
Лекции	30	30
Практические занятия	60	60
Промежуточная аттестация (контактная работа)	2	2
2. Самостоятельная работа студента всего, в том числе:	54	54
Другие виды самостоятельной работы:	54	54
Вид промежуточной аттестации – экзамен	34	34
ИТОГО:	часов	180
	зач. ед.	5

заочная форма обучения

Виды учебной деятельности	Часов	
	Всего	По курсам
		2
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:	20	20
Аудиторные занятия всего, в том числе:	18	18
Лекции	6	6
Практические занятия	12	12
Промежуточная аттестация (контактная работа)	2	2
2. Самостоятельная работа студента всего, в том числе:	153	153
Другие виды самостоятельной работы:	153	153
Вид промежуточной аттестации – экзамен	7	7

Виды учебной деятельности		Часов	
		Всего	По курсам
ИТОГО:	часов	180	180
	зач. ед.	5	5

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Содержание разделов, тем дисциплины (модуля)

1. Введение в дисциплину «Экономика туризма»

Тема 1.1. Место и значение экономики туризма в системе экономических наук (Часть 1)

Структура дисциплины «Экономика туризма» и ее значение в подготовке бакалавров. Рыночный механизм формирования доходов и социальная политика государства в туристской сфере. Доходы населения и формирование основных сегментных групп в туризме. Роль государства в формировании рыночных структур.

Тема 1.2. Место и значение экономики туризма в системе экономических наук (Часть 2)

Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского обслуживания. Условия, необходимые для успешного функционирования туристского центра. Особенности труда в туристском бизнесе (сезонность, совмещение профессий, экологизация, цифровизация). Основные направления экономической деятельности менеджера турфирмы.

2. Предпринимательство в туризме

Тема 2.1. Предпринимательство в туризме (Часть 1)

Формы организации бизнеса в туризме: индивидуальная деятельность, товарищества, акционерные общества. Поиск оптимальных форм организации туристского производства. Доход. Накопления. Предпринимательский потенциал. Организационно-экономическая характеристика туристской организации.

Тема 2.2. Предпринимательство в туризме (Часть 2)

Методика разработки бизнес-плана. Цели и задачи бизнес-плана. Содержание бизнес-плана. Характеристика турпродукта. Оценка рынка сбыта. Конкуренция, маркетинг и продажа. План производственно-обслуживающей деятельности, менеджмент, оценка риска, страхование. Финансовая стратегия и финансовый план. Лицензирование и сертификация туристской деятельности. Материально-техническая база турфирмы, ее состав.

3. Информационная и инновационная деятельность в туризме

Тема 3.1. Информационная и инновационная деятельность в туризме (Часть 1)

Система статистического учета и отчетности в туризме. Статистика туристских потоков. Показатели количества прибытий и продолжительности пребывания. Средняя продолжительность пребывания одного туриста в стране. Учет «путешествий с интервалами».

Методы статистического учета. Учет на границе (таможенный контроль). Учетные карточки и специальные формы госстатистики. Регистрация прибытий в средствах размещения. Социологические обследования. Письменные опросы. Анализ туристских расходов в сутки. Банковский метод. Расчет общей суммы валютных поступлений. Разработка плана выборочного обследования. Статистика туристского предложения. Коэффициент загрузки гостиниц в региональном разрезе. Динамика состояния внутреннего туризма в РФ.

Тема 3.2. Информационная и инновационная деятельность в туризме (Часть 2)

Поиск партнеров по бизнесу. Расчеты с партнерами. Выбор потребительского рынка. Сегментация рынка. Занимаемая ниша. Определение вида туристской деятельности. Рекламная служба. Затраты на рекламу и прибыль от рекламной деятельности.

Понятие инноваций, их особенности в туризме. Соотношение въездных и выездных туров. Разработка новых направлений (программ) в туристской деятельности. Инновационные туристские программы: «Русский север», «Великий Волжский путь», «Байкал» и др. Инновационные туристские проекты и создание региональных туристских фондов. Источники поступления финансовых ресурсов. Разработка инвестиционных проектов. Совершенствование внутрифирменной деятельности. Взаимосвязи затрат на оплату труда и выручки от реализации турпродукта.

Стратегия ценообразования и ее влияние на формирование прибыли турфирмы. Современная система подготовки и переподготовки кадров для туризма. Введение новых профессий для различных сфер туристской деятельности.

4. Эффективность использования финансовых ресурсов

Тема 4.1. Эффективность использования финансовых ресурсов (Часть 1)

Сущность и содержание прибыли и рентабельности турфирмы. Экономическая и бухгалтерская прибыль. Выручка от реализации турпродукта и прибыль. Доходы от внереализационных операций. Анализ и планирование прибыли. Методика сравнительного анализа прибыли.

Нормальная прибыль и возможности ее изменения.

Стратегия планирования прибыли. Факторы, определяющие уровень рентабельности турфирмы. Факторная модель рентабельности.

Тема 4.2. Эффективность использования финансовых ресурсов (Часть 2)

Эффект финансового рычага. Рациональная заемная политика турфирмы. Финансовый риск. Рациональная структура источников и средств турфирмы. Эффект операционного рычага. Классификация затрат турфирмы. Принципы операционного рычага. Расчет порога рентабельности и запаса финансовой прочности турфирмы.

Предпринимательский риск. Взаимодействие финансового и операционного рычагов, оценка совокупного риска. Распределение прибыли. Дивидендная политика и политика развития производства. Инвестиционный риск.

5. Стратегия ценообразования и развития турфирмы

Тема 5.1. Стратегия ценообразования и развития турфирмы (Часть 1)

Анализ факторов, влияющих на стоимость и цену туристских услуг. Ценообразование на туристские услуги в России в условиях рыночной экономики. Специфика установления цены в туризме. Условия формирования прибыли турфирмы. Ценообразование и прибыль в условиях конкуренции. Процесс ценообразования туристских услуг. Оценка существующего положения фирмы. Уровень внешних и внутренних издержек. Устойчивость и стабильность развития турфирмы. Временный и сопряжённый моменты развития.

Тема 5.2. Стратегия ценообразования и развития турфирмы (Часть 2)

Выбор рациональной ценовой стратегии турфирмы. Спрос и его влияние на цену. Эластичность спроса. Сегментация рынка туруслуг. Виды стратегии ценообразования. Оценка эффективности выбранной стратегии ценообразования. Сравнительный анализ ценовой политики фирмы относительно конкретного турпродукта на рынке туристских услуг. Соотношение уровня прибыли и объема продаж. Корректировка ценовой стратегии фирмы в условиях динамичного развития туристского рынка.

6. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы

Тема 6.1. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы (Часть 1)

Задачи финансово-экономического анализа. Оценка выполнения плановых заданий и эффективности использования материальных, трудовых

и финансовых ресурсов. Факторы, обуславливающие результаты финансово-хозяйственной деятельности. Неиспользованные рыночные резервы. Обобщение передового опыта.

Экономический анализ деятельности турфирмы и его приёмы: относительные и средние величины, сравнение, группировки, цепные подстановки, балансовая увязка, графический метод, математические приемы.

Тема 6.2. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы (Часть 2)

Финансовый анализ деятельности турфирмы: доходность (рентабельность) и финансовая устойчивость.

Анализ кредитоспособности деятельности турфирмы. Использование капитала. Самофинансирование и самокупаемость.

Прогноз расчета финансовых результатов турфирмы: на предстоящий год, на среднесрочный период. Анализ перспективной деятельности турфирмы на среднесрочный период.

Анализ объема и структуры предоставляемых услуг. Натуральные и стоимостные показатели. Коэффициент выполнения плана по ассортименту услуг.

Элементы финансово-экономического анализа турфирмы. Основные разделы баланса. Расчет наличия собственных и приравненных к ним средств. Анализ доходности (рентабельности). Анализ финансовой устойчивости турфирмы.

7. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке

Тема 7.1. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 1)

Влияние международного туризма на экономическую и социальную жизнь страны. Международный туризм как отрасль национальной экономики.

Тема 7.2. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 2)

Международные туристские организации. Крупнейшие производители туристских услуг на мировом рынке: индустрия гостеприимства и транспортных услуг. Международные финансы и особенности их движения в туристской сфере. Формы движения финансовых ресурсов.

Тема 7.3. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 3)

Место России на мировом туристском рынке. Участие иностранного капитала в индустрии туризма на территории России.

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями)

Дисциплина «Экономика туризма» формирует ОК-2, ПК-5 компетенции, необходимые в дальнейшем для формирования компетенций преддипломной практики.

5.3. Разделы, темы дисциплины (модуля) и виды занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы учебной дисциплины (модуля)	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
1. Введение в дисциплину «Экономика туризма»					
1	Тема 1.1. Место и значение экономики туризма в системе экономических наук (Часть 1)	2	4	4	10
2	Тема 1.2. Место и значение экономики туризма в системе экономических наук (Часть 2)	2	4	4	10
2. Предпринимательство в туризме					
3	Тема 2.1. Предпринимательство в туризме (Часть 1)	2	4	4	10
4	Тема 2.2. Предпринимательство в туризме (Часть 2)	2	4	4	10
3. Информационная и инновационная деятельность в туризме					
5	Тема 3.1. Информационная и инновационная деятельность в туризме (Часть 1)	2	4	4	10
6	Тема 3.2. Информационная и инновационная деятельность в туризме (Часть 1)	2	4	4	10
4. Эффективность использования финансовых ресурсов турпредприятия					
7	Тема 4.1. Эффективность использования финансовых ресурсов турпредприятия (Часть 1)	2	4	4	10
8	Тема 4.2. Эффективность использования финансовых ресурсов турпредприятия (Часть 2)	2	4	4	10
5. Стратегия ценообразования и развития турфирмы					
9	Тема 5.1. Стратегия ценообразования и развития турфирмы (Часть 1)	2	4	4	10
10	Тема 5.2. Стратегия ценообразования и развития турфирмы (Часть 2)	2	4	3	9
6. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы					
11	Тема 6.1. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы (Часть 1)	2	6	3	11
12	Тема 6.2. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы (Часть 2)	2	4	3	9

№ п/п	Наименование раздела, темы учебной дисциплины (модуля)	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
	7. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке				
13	Тема 7.1. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 1)	2	4	3	9
14	Тема 7.2. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 2)	2	2	3	7
15	Тема 7.3. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 3)	2	4	3	9
	Итого	30	60	54	144

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы учебной дисциплины (модуля)	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
	1. Введение в дисциплину «Экономика туризма»				
1	Тема 1.1. Место и значение экономики туризма в системе экономических наук (Часть 1)	2	2	11	15
2	Тема 1.2. Место и значение экономики туризма в системе экономических наук (Часть 2)			11	11
	2. Предпринимательство в туризме				
3	Тема 2.1. Предпринимательство в туризме (Часть 1)			11	11
4	Тема 2.2. Предпринимательство в туризме (Часть 2)			10	10
	3. Информационная и инновационная деятельность в туризме				
5	Тема 3.1. Информационная и инновационная деятельность в туризме (Часть 1)			10	10
6	Тема 3.2. Информационная и инновационная деятельность в туризме (Часть 1)	2	2	10	14
	4. Эффективность использования финансовых ресурсов турпредприятия				
7	Тема 4.1. Эффективность использования финансовых ресурсов турпредприятия (Часть 1)			10	10
8	Тема 4.2. Эффективность использования финансовых ресурсов турпредприятия (Часть 2)			10	10
	5. Стратегия ценообразования и развития турфирмы				
9	Тема 5.1. Стратегия ценообразования и развития турфирмы (Часть 1)	2	2	10	14
10	Тема 5.2. Стратегия ценообразования			10	10

№ п/п	Наименование раздела, темы учебной дисциплины (модуля)	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в часах)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
	и развития турфирмы (Часть 2)				
6. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы					
11	Тема 6.1. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы (Часть 1)			10	10
12	Тема 6.2. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы (Часть 2)		2	10	12
7. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке					
13	Тема 7.1. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 1)		2	10	12
14	Тема 7.2. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 2)		2	10	12
15	Тема 7.3. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 3)				
Итого		6	12	153	171

6. Лабораторный практикум

Лабораторные занятия не предусмотрены учебными планами.

7. Практические занятия (семинары)

Практические занятия проводятся с целью формирования компетенций обучающихся, закрепления полученных теоретических знаний на лекциях и в процессе самостоятельного изучения обучающимися специальной литературы.

очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема 1.1. Место и значение экономики туризма в системе экономических наук (Часть 1)	1. Место, роль и значение экономики туризма в системе экономических наук. 2. Рыночный механизм формирования доходов и социальная политика государства в туристской сфере. 3. Функции экономики туризма. 4. Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского обслуживания.	4
2	Тема 1.2. Место и значение экономики туризма в системе экономических наук	1. Условия, необходимые для успешного функционирования туристского центра. 2. Особенности труда в туристском бизнесе (сезонность, совмещение профессий, экологизация,	4

№ п/п	Наименование темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
	(Часть 2)	цифровизация). 3. Основные направления экономической деятельности менеджера турфирмы.	
3	Тема 2.1. Предпринимательство в туризме (Часть 1)	1. Формы организации бизнеса в туризме: индивидуальная деятельность, товарищества, акционерные общества. 2. Конкуренция, маркетинг и продажа. 3. План производственно-обслуживающей деятельности, менеджмент, оценка риска, страхование.	4
4	Тема 2.2. Предпринимательство в туризме (Часть 2)	1. Финансовая стратегия и финансовый план. 2. Лицензирование и сертификация туристской деятельности.	4
5	Тема 3.1. Информационная и инновационная деятельность в туризме (Часть 1)	1. Стратегия ценообразования и ее влияние на формирование прибыли турфирмы. 2. Современная система подготовки и переподготовки кадров для туризма.	4
6	Тема 3.2. Информационная и инновационная деятельность в туризме (Часть 2)	1. Введение новых профессий для различных сфер туристской деятельности. 2. Инновационно-ориентированная деятельность турфирмы: критерии оценки инновационности, экономической эффективности от инновационной деятельности.	4
7	Тема 4.1. Эффективность использования финансовых ресурсов турпредприятия (Часть 1)	1. Предпринимательский риск. 2. Взаимодействие финансового и операционного рычагов, оценка совокупного риска.	4
8	Тема 4.2. Эффективность использования финансовых ресурсов турпредприятия (Часть 2)	1. Распределение прибыли. 2. Дивидендная политика и политика развития производства. 3. Инвестиционный риск.	4
9	Тема 5.1. Стратегия ценообразования и развития турфирм (Часть 1)	1. Сравнительный анализ ценовой политики фирмы относительно конкретного турпродукта на рынке туристских услуг. 2. Формирование конкурентоспособной стоимости турпродукта.	4
10	Тема 5.2. Стратегия ценообразования и развития турфирмы (Часть 2)	1. Соотношение уровня прибыли и объема продаж. 2. Корректировка ценовой стратегии фирмы в условиях динамичного развития туристского рынка.	4
11	Тема 6.1. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы (Часть 1)	1. Элементы финансово-экономического анализа турфирмы. 2. Основные разделы баланса турфирмы.	6
12	Тема 6.2. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы	1. Расчет наличия собственных и приравненных к ним средств. 2. Анализ доходности (рентабельности). 3. Анализ финансовой устойчивости турфирмы.	4

№ п/п	Наименование темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
	(Часть 2)		
13	Тема 7.1. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 1)	1. Влияние международного туризма на экономическую и социальную жизнь страны. 2. Международный туризм как отрасль национальной экономики. 3. Формы движения финансовых ресурсов.	4
14	Тема 7.2. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 2)	1. Крупнейшие производители туристских услуг на мировом рынке: индустрия гостеприимства и транспортных услуг. 2. Международные финансы и особенности их движения в туристской сфере.	2
15	Тема 7.3. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 3)	1. Место России на мировом туристском рынке. 2. Участие иностранного капитала в индустрии туризма на территории России.	4
Итого			60

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема 1.1. Место и значение экономики туризма в системе экономических наук (Часть 1)	1. Место, роль и значение экономики туризма в системе экономических наук. 2. Рыночный механизм формирования доходов и социальная политика государства в туристской сфере. 3. Функции экономики туризма. 4. Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского обслуживания.	2
2	Тема 3.2. Информационная и инновационная деятельность в туризме (Часть 2)	1. Введение новых профессий для различных сфер туристской деятельности. 2. Инновационно-ориентированная деятельность турфирмы: критерии оценки инновационности, экономической эффективности от инновационной деятельности.	2
3	Тема 5.1. Стратегия ценообразования и развития турфирмы (Часть 1)	1. Сравнительный анализ ценовой политики фирмы относительно конкретного турпродукта на рынке туристских услуг. 2. Формирование конкурентоспособной стоимости турпродукта.	2
4	Тема 6.2. Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы (Часть 2)	1. Расчет наличия собственных и приравненных к ним средств. 2. Анализ доходности (рентабельности). 3. Анализ финансовой устойчивости турфирмы.	2
5	Тема 7.1. Международные экономические	1. Влияние международного туризма на экономическую и социальную жизнь страны. 2. Международный туризм как отрасль	2

№ п/п	Наименование темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
	отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 1)	национальной экономики. 3. Формы движения финансовых ресурсов.	
6	Тема 7.2. Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке (Часть 2)	1. Крупнейшие производители туристских услуг на мировом рынке: индустрия гостеприимства и транспортных услуг. 2. Международные финансы и особенности их движения в туристской сфере.	2
Итого			12

8. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые проекты (работы) не предусмотрены учебными планами.

9. Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы студента	Оценочное средство
1	Введение в дисциплину «Экономика туризма»	Домашнее задание/Чтение дополнительной литературы/Конспект темы	Устный опрос
2	Предпринимательство в туризме	Домашнее задание/Чтение дополнительной литературы/Конспект темы	Доклад/ Устный опрос/Деловая игра
3	Информационная и инновационная деятельность в туризме	Домашнее задание/Чтение дополнительной литературы/Конспект темы	Доклад/ Устный опрос
4	Эффективность использования финансовых ресурсов турпредприятия	Домашнее задание/Чтение дополнительной литературы/Конспект темы	Доклад
5	Стратегия ценообразования и развития турфирмы	Домашнее задание/Чтение дополнительной литературы/Конспект темы	Доклад/ Устный опрос/Контрольная работа
6	Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы	Домашнее задание/Чтение дополнительной литературы/Конспект темы	Устный опрос/Доклад
7	Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке	Домашнее задание/Чтение дополнительной литературы/Конспект темы	Доклад/Контрольная работа

10. Перечень учебно–методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов предполагает тщательное освоение учебной и научной литературы по изучаемой дисциплине.

При изучении основной рекомендуемой литературы студентам необходимо обратить внимание на выделение основных понятий, их определения, научно-технические основы, узловые положения,

представленные в изучаемом тексте.

При самостоятельной работе студентов с дополнительной литературой необходимо выделить аспект изучаемой темы (что в данном материале относится непосредственно к изучаемой теме и основным вопросам).

Дополнительную литературу целесообразно прорабатывать после основной, которая формирует базис для последующего более глубокого изучения темы. Дополнительную литературу следует изучать комплексно, рассматривая разные стороны изучаемого вопроса. Обязательным элементом самостоятельной работы студентов с литературой является ведение необходимых записей: конспекта, выписки, тезисов, планов.

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине используются следующее учебно-методическое обеспечение:

а) основная литература:

1. Экономика отрасли: туризм: Учебное пособие / Замедлина Е.А., Козырева О.Н. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 204 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/542736>

2. Экономика предприятия туризма: Учебник/Степанова С. А., Крыга А. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 346 с. – режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/520908>

б) дополнительная литература:

1. Экономика туризма: Учебное пособие / А.О. Овчаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 253 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/363808>

2. Экономика туристского рынка: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма / Дмитриев М.Н., Забаева М.Н., Малыгина Е.Н., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 311 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/883912>

11. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Экономика отрасли: туризм: Учебное пособие / Замедлина Е.А., Козырева О.Н. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 204 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/542736>

2. Экономика предприятия туризма: Учебник/Степанова С. А., Крыга А. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 346 с. – режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/520908>

б) дополнительная литература:

1. Экономика туризма: Учебное пособие / А.О. Овчаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 253 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/363808>

2. Экономика туристского рынка: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма / Дмитриев М.Н., Забаева

М.Н., Малыгина Е.Н., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 311 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/883912>

12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
3. <https://ibooks.ru/> -ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
4. <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
5. <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com
6. <https://dlib.eastview.com/>- База данных East View

13. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем (при необходимости)

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.
 - a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus)
 - b. Windows 8
2. Система тестирования INDIGO.
3. Adobe Acrobat – свободно-распространяемое ПО
4. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО
5. Консультант + версия проф.- справочная правовая система

Каждый обучающийся в течение всего обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

14. Описание материально–технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Образовательный процесс обеспечивается специальными помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы студентов и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам, укомплектованы специализированной мебелью.

Аудитории лекционного типа, оснащенные проекционным

оборудованием и техническими средствами обучения, обеспечивающими представление учебной информации большой аудитории, демонстрационным оборудованием.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, обеспечивающей доступ к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета.

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

Дисциплина «Экономика туризма» состоит из 7 тем, изучается на лекционных и практических занятиях, а также при самостоятельной работе обучающихся. Обучающиеся для полного освоения материала не должны пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Кроме того, обучающиеся должны ознакомиться с программой дисциплины и списком основной и дополнительной рекомендуемой литературы.

Основной теоретический материал дается на лекционных занятиях. Лекции включают все темы и основные вопросы экономики туризма. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем основную и дополнительную учебную литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к практическим занятиям.

Для закрепления теоретического материала, формирования профессиональных компетенций и практических навыков со студентами проводятся практические занятия. В ходе практических занятий разбираются основные и дополнительные теоретические вопросы решаются практические задачи, проводятся тестирования по результатам изучения тем.

На изучение каждой темы выделено в соответствии с рабочей программой дисциплины количество часов практических занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Обучающиеся должны регулярно готовиться к практическим занятиям. При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованной литературой.

Для эффективного освоения материала дисциплины учебным планом предусмотрена самостоятельная работа, которая должна выполняться в обязательном порядке. Выполнение самостоятельной работы по темам дисциплины, позволяет регулярно проводить самооценку качества усвоения материалов дисциплины и выявлять аспекты, требующие более детального изучения. Задания для самостоятельной работы предложены по каждой из изучаемых тем и должны готовиться индивидуально и к указанному сроку. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

В случае посещения обучающегося лекций и практических занятий, изучения рекомендованной основной и дополнительной учебной литературы,

а также своевременного и самостоятельного выполнения заданий, подготовка к экзамену по дисциплине сводится к дальнейшей систематизации полученных знаний, умений и навыков.

16. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины для преподавателей, образовательные технологии

Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения дисциплины (модуля):

а) для текущей успеваемости: опрос, доклад, задачи, кейс, тесты, деловая игра, контрольная работа;

б) для самоконтроля обучающихся: тесты;

в) для промежуточной аттестации: вопросы для экзамена.

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине «Экономика туризма» используются следующие образовательные технологии:

1) лекции с использованием методов проблемного изложения материала;

2) ситуационная задача (кейс);

3) проведение практико-ориентированных занятий;

4) деловая игра.

№	Занятие в интерактивной форме	Количество часов по очной форме		Количество часов по заочной форме	
		Лекция	Практ.	Лекция	Практ.
1	Тема 1.1. Место и значение экономики туризма в системе экономических наук Виды: Лекция с демонстрацией видеоматериалов (слайды) Практические занятия с применением следующих технологий: - обсуждение в группе (обсуждение подготовленных студентами вопросов для самостоятельного изучения) - дискуссия	2	2	2	-
	Итого:	2	2	2	-

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм
Направленность: «Организация туристской деятельности»

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1 Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины

Индекс	Формулировка компетенции
ОК-2	способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
ПК-5	способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение

1.2. Сведения об иных дисциплинах (преподаваемых, в том числе, на других кафедрах) участвующих в формировании данных компетенций

1.2.1. Компетенция ОК-2 формируется в процессе изучения дисциплин (прохождения практик):

Экономическая теория

Основы бизнеса

Управление малым бизнесом

1.2.2. Компетенция ПК-5 формируется в процессе изучения дисциплин (прохождения практик):

Страхование в туризме

Основы бизнеса

Управление малым бизнесом

Производственная практика. Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Производственная практика. Преддипломная практика

1.3. Этапы формирования и программа оценивания контролируемой компетенции

№	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Наименование оценочного средства
1 2	ОК-2 ПК-5	Введение в дисциплину «Экономика туризма»	Опрос Доклад Задачи Кейс Тесты Деловая игра Контрольная работа
		Предпринимательство в туризме	
		Информационная и инновационная деятельность в туризме	
		Эффективность использования финансовых ресурсов турпредприятия	
		Стратегия ценообразования и развития турфирмы	
		Финансово-экономический анализ деятельности турфирмы	
Международные экономические отношения и движение капитала на мировом туристском рынке			

Процедура оценивания

1. Процедура оценивания результатов освоения программы учебной дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности компетенций студента при осуществлении текущего контроля и проведении промежуточной аттестации.

2. Уровень сформированности компетенции определяется по качеству выполненной студентом работы и отражается в следующих формулировках: высокий, хороший, достаточный, недостаточный.

3. При выполнении студентами заданий текущего контроля и промежуточной аттестации оценивается уровень обученности «знать», «уметь», «владеть» в соответствии с запланированными результатами обучения и содержанием рабочей программы дисциплины:

– профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, выполнении тестовых заданий, практических работ,

– степень владения профессиональными умениями – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

4. Результаты выполнения заданий фиксируются в баллах в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций. Общее количество баллов складывается из:

– суммы баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «уметь»;

– суммы баллов за выполнение практических заданий на выявление уровня обученности «владеть»;

– суммы баллов за ответы на теоретические и дополнительные вопросы.

5. По итогам текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с показателями и критериями оценивания компетенций определяется уровень сформированности компетенций студента и выставляется оценка по шкале оценивания.

1.4. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкала оценивания

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого:
		Высокий (верно и в полном объеме) - 5 б.	Средний (с незначительными замечаниями) - 4 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 3 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) – 0,5 б.	
<i>Теоретические показатели</i>						
ОК-2 ПК-5	Знает понятийно-терминологический аппарат и основные экономические категории экономики туризма (опрос, доклад)	Верно и в полном объеме знает понятийно-терминологический аппарат и основные экономические категории экономики туризма	С незначительными замечаниями знает понятийно-терминологический аппарат и основные экономические категории экономики туризма	На базовом уровне, с ошибками знает понятийно-терминологический аппарат и основные экономические категории туризма	Не знает понятийно-терминологический аппарат и основные экономические категории экономики туризма	15
	Знает методологию и методику анализа туристского рынка и деятельности туристских предприятий разного типа (туроператоров, гостиничных, транспортных и др.) (опрос, доклад)	Верно и в полном объеме знает методологию и методику анализа туристского рынка и деятельности туристских предприятий разного типа (туроператоров, гостиничных, транспортных и др.)	С незначительными замечаниями знает методологию и методику анализа туристского рынка и деятельности туристских предприятий разного типа (туроператоров, гостиничных, транспортных и др.)	На базовом уровне, с ошибками знает методологию и методику анализа туристского рынка и деятельности туристских предприятий разного типа (туроператоров, гостиничных, транспортных и др.)	Не знает методологию и методику анализа туристского рынка и деятельности туристских предприятий разного типа (туроператоров, гостиничных, транспортных и др.)	
	Знает общие принципы формирования финансовых ресурсов и рентабельности, ценообразования, налогообложения, оплаты труда туристских предприятий (опрос, доклад)	Верно и в полном объеме знает общие принципы формирования финансовых ресурсов и рентабельности, ценообразования, налогообложения, оплаты труда туристских предприятий	С незначительными замечаниями знает общие принципы формирования финансовых ресурсов и рентабельности, ценообразования, налогообложения, оплаты труда туристских предприятий	На базовом уровне, с ошибками знает общие принципы формирования финансовых ресурсов и рентабельности, ценообразования, налогообложения, оплаты труда туристских предприятий	Не знает общие принципы формирования финансовых ресурсов и рентабельности, ценообразования, налогообложения, оплаты труда туристских предприятий	
<i>Практические показатели</i>						
ОК-2 ПК-5	Умеет применять методы экономического анализа для оценки туристского спроса и предложения туристских продуктов и услуг, влияния	Верно и в полном объеме может применять методы экономического анализа для оценки туристского спроса и предложения туристских продуктов и	С незначительными замечаниями может применять методы экономического анализа для оценки туристского спроса и предложения	На базовом уровне, с ошибками может применять методы экономического анализа для оценки туристского спроса и предложения туристских	Не может применять методы экономического анализа для оценки туристского спроса и предложения туристских продуктов и услуг,	20

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого:
		Высокий (верно и в полном объеме) - 5 б.	Средний (с незначительными замечаниями) - 4 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 3 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) – 0,5 б.	
	туристского сектора на платежный баланс и устойчивое развитие стран и регионов (задачи, тесты, кейс)	услуг, влияния туристского сектора на платежный баланс и устойчивое развитие стран и регионов	туристских продуктов и услуг, влияния туристского сектора на платежный баланс и устойчивое развитие стран и регионов	продуктов и услуг, влияния туристского сектора на платежный баланс и устойчивое развитие стран и регионов	влияния туристского сектора на платежный баланс и устойчивое развитие стран и регионов	
	Умеет устанавливать общие закономерности структуры финансовых ресурсов, платежеспособности и рентабельности туристских предприятий (задачи, тесты, кейс)	Верно и в полном объеме может устанавливать общие закономерности структуры финансовых ресурсов, платежеспособности и рентабельности туристских предприятий	С незначительными замечаниями может устанавливать общие закономерности структуры финансовых ресурсов, платежеспособности и рентабельности туристских предприятий	На базовом уровне, с ошибками может устанавливать общие закономерности структуры финансовых ресурсов, платежеспособности и рентабельности туристских предприятий	Не может устанавливать общие закономерности структуры финансовых ресурсов, платежеспособности и рентабельности туристских предприятий	
	Умеет оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений (задачи, тесты, кейс)	Верно и в полном объеме может оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений	С незначительными замечаниями может оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений	На базовом уровне, с ошибками может оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений	Не может оценивать условия и последствия принимаемых организационно-управленческих решений	
	Умеет разрабатывать экономическое обоснование туристских маршрутов разного типа с учетом структуры спроса и платежеспособности потребителей, определять их ценовые параметры и структуру себестоимости турпродукта (задачи, тесты, кейс)	Верно и в полном объеме может разрабатывать экономическое обоснование туристских маршрутов разного типа с учетом структуры спроса и платежеспособности потребителей, определять их ценовые параметры и структуру себестоимости турпродукта	С незначительными замечаниями может разрабатывать экономическое обоснование туристских маршрутов разного типа с учетом структуры спроса и платежеспособности потребителей, определять их ценовые параметры и структуру себестоимости турпродукта	На базовом уровне, с ошибками может разрабатывать экономическое обоснование туристских маршрутов разного типа с учетом структуры спроса и платежеспособности потребителей, определять их ценовые параметры и структуру себестоимости турпродукта	Не может разрабатывать экономическое обоснование туристских маршрутов разного типа с учетом структуры спроса и платежеспособности потребителей, определять их ценовые параметры и структуру себестоимости турпродукта	
<i>Владеет</i>						
<i>ОК-2 ПК-5</i>	Владеет навыками количественного анализа и моделирования	Верно и в полном объеме владеет навыками количественного анализа и	С незначительными замечаниями владеет навыками	На базовом уровне, с ошибками владеет навыками количественного анализа и	Не владеет навыками количественного анализа и моделирования	<i>10</i>

Компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций				Итого:
		Высокий (верно и в полном объеме) - 5 б.	Средний (с незначительными замечаниями) - 4 б.	Низкий (на базовом уровне, с ошибками) - 3 б.	Недостаточный (содержит большое количество ошибок, ответ не дан) – 0,5 б.	
	управленческих решений (контрольная работа, деловая игра)	моделирования управленческих решений	количественного анализа и моделирования управленческих решений	моделирования управленческих решений	управленческих решений	
	Владеет навыками проведения анализа и планово-экономических расчетов показателей финансово-хозяйственной деятельности турпредприятий (контрольная работа, деловая игра)	Верно и в полном объеме владеет навыками проведения анализа и планово-экономических расчетов показателей финансово-хозяйственной деятельности турпредприятий	С незначительными замечаниями владеет навыками проведения анализа и планово-экономических расчетов показателей финансово-хозяйственной деятельности турпредприятий	На базовом уровне, с ошибками владеет навыками проведения анализа и планово-экономических расчетов показателей финансово-хозяйственной деятельности турпредприятий	Не владеет навыками проведения анализа и планово-экономических расчетов показателей финансово-хозяйственной деятельности турпредприятий	
					<i>ВСЕГО:</i>	45

Шкала оценивания:

Оценка	Баллы	Уровень сформированности компетенции
отлично	39-45	высокий
хорошо	32-38	хороший
удовлетворительно	23-31	достаточный
неудовлетворительно	22 и менее	недостаточный

2. Типовые контрольные задания для оценки результатов обучения по дисциплине и иные материалы для подготовки к промежуточной аттестации

2.1 Материалы для подготовки к промежуточной аттестации

1. Роль туризма в экономике.
2. Факторы развития туризма.
3. Основные фонды туристского предприятия: понятие, состав, оценка.
4. Износ и амортизация основных фондов.
5. Оборотные средства туристского предприятия: понятие, состав.
6. Формы и системы оплаты труда на туристском предприятии.
7. Определение себестоимости туристского продукта.
8. Ценообразование в туризме: понятие, стратегии и тактики.
9. Инвестиции: понятие и виды.
10. Инвестиционная деятельность туристского предприятия.
11. Виды рисков в деятельности туристского предприятия.
12. Методы управления рисками.
13. Организация предпринимательской деятельности в туризме.
14. Бизнес-планирование в туриндустрии.
15. Инфраструктура индустрии туризма
16. Экономические показатели развития индустрии туризма
17. Предмет экономики туризма.
18. Основные факторы, влияющие на развитие сферы туристских услуг.
19. Особенности развития сферы услуг в условиях рыночной экономики.
20. Понятие экономическая среда.
21. Понятие спроса и его структура, законы спроса.
22. Сезонность спроса, модели спроса.
23. Понятие предложения. Предложение и факторы, его определяющие.
24. Понятие и сущность конкуренции, ее виды и функции.
25. Макроэкономические показатели развития туризма: ВВП, ВВП.
26. Социокультурное и экологическое влияние туризма.
27. Социально-экономические факторы развития туризма.
28. Перспективы роста и торможения индустрии туризма
29. Туристское предприятие как хозяйствующий субъект.
30. Экономические цели предприятий индустрии туризма
31. Выбор организационно-правовой формы предприятия.
32. Формы предпринимательской деятельности на примере франчайзинга.
33. Сущность и значение основных средств, их состав и структура.
34. Физический и моральный износ, амортизация.
35. Оборотные средства туристского предприятия.

36. Современные информационные технологии на предприятиях индустрии туризма.
37. Мультимедийные технологии в индустрии туризма
38. Электронная коммерция в индустрии туризма
39. Понятие финансовых ресурсов и их функции.
40. Финансовые результаты деятельности туристского предприятия.
41. Инвестиционная деятельность туристского предприятия.
42. Лизинг как форма инвестирования малых предприятий индустрии туризма
43. Сущность и особенности труда в туризме.
44. Трудовые ресурсы туристских предприятий.
45. Заработная плата и ее сущность.
46. Фонд заработной платы.
47. Калькуляция себестоимости, классификация затрат, включаемых в себестоимость услуг, предоставляемых предприятиями индустрии туризма
48. Учёт издержек.
49. Основные особенности и преимущества «директ-костинга».
50. Ценообразование на предприятиях индустрии туризма
51. Франкфуртская таблица.
52. Понятие налогов, классификация налогов и их функция.
53. Методы налогообложения.
54. Налогообложение в туризме.
55. Налоговые щиты. Проблемы налогообложения в туризме.
56. Содержание анализа хозяйственной деятельности предприятий индустрии туризма
57. Классификация анализа хозяйственной деятельности.
58. Комплексный анализ финансового состояния туристского предприятия.
59. Показатели функционирования и развития туристских организаций.
60. Учёт в гостиничном бизнесе.
61. Отчет о прибылях и убытках, или Отчет о финансовых результатах.
62. Эффективность в туризме: сущность и виды.
63. Система показателей экономической эффективности туристского бизнеса.
64. Повышение эффективности предпринимательства в туризме.

Типовые контрольные задания:

Задание 1. Известно, что превышение выездов над въездами создает отрицательное сальдо. Эта ситуация характерна даже для таких развитых стран, как Германия, Дания, Голландия. Определите и сформулируйте положительные и отрицательные стороны этого явления. Каковы пути его преодоления?

Задание 2. Определите основные факторы, формирующие развитие

туризма. Какой вид туризма выгоднее развивать для нашего государства?

Задание 3. Приведите схему расчета целесообразности создания туристского предприятия. При каких условиях оно может быть создано?

Задание 4. Что такое франчайзинг? Рассмотрите возможности использования франшизы в туристском бизнесе Республики Татарстан. Отметьте плюсы и минусы.

Задание 5. Проведите анализ причин банкротства туристского предприятия и ранжируйте их по степени важности. Какова реакция предприятия на кризисное состояние?

Задание 6. Определить эффект финансового рычага, если:

- экономическая рентабельность активов - 20 %;
- средняя расчетная ставка - 15 %;
- собственные средства - 500 тыс. р.;
- заемные средства - 600 тыс. р.

Задание 7. Туристское предприятие получило в банке кредит в размере 100 тыс. р. на 10 месяцев. Ежемесячная кредитная ставка составляет 30%. Сколько необходимо платить за кредит?

Задание 8. Приведите схему порядка ценообразования в туристской фирме. В чем смысл модификации цены?

Задание 9. Приведите схему калькуляции туристского продукта по статьям затрат. Как определить норму прибыли, включаемую в расчет?

Задание 10. Какое влияние оказывают налоги, включаемые в состав цены. Исходя из сложившейся практики, какой общий удельный вес занимают налоги в структуре цены?

Задание 11. Рассчитайте сумму амортизационных отчислений по турфирме на основе нижеприведенных данных.

Вид ОС	Балансовая стоимость ОС, р.	Прирост ОС, р.	Срок ввода	Годовая норма амортизации, %
Здания и сооружения	9800	230	Апрель	1,2
Оборудование	570	160	Июнь	12,5

Задание 12. Рассчитайте экономическую эффективность и срок окупаемости затрат на реконструкцию здания туристско-гостиничного комплекса. Исходные данные:

- объем реализации до реконструкции — 55 600 р.;
- объем реализации после реконструкции — 69 200 р.;

- рентабельность до реконструкции — 5,0 %;
- рентабельность после реконструкции — 5,9 %;
- остаточная стоимость ликвидируемых ОС — 87,2 р.;
- стоимость высвобожденных ОС — 120 р.;
- капитальные вложения в реконструкцию — 3040 р.

Задание 13. Определите целесообразность привлечения кредита под оборотные средства на 3-й квартал текущего года. Исходные данные:

- объем реализации по состоянию на 3-й квартал — 20 081 р.;
- норма прибыли, включаемая в расчеты — 27 %;
- собственные оборотные средства — 2853 р.;
- рентабельность оборотных средств в 1-м квартале — 32 %;
- плановая оборачиваемость товаров — 21 день;
- процентная ставка банка — 130 %.

Задание 14. Будет ли считаться туристом человек:

- а) уехавший в другой город в командировку;
- б) получивший образование в Великобритании;
- в) проживающий в сельской местности и ежедневно выезжающий на работу в город за 40 км от дома;
- г) посещающий родственников в другой стране.

Задание 15. Заполните таблицу, внося в нее не менее пяти признаков (преимуществ)

№ п/п	Преимущества для туристов	
	Групповой туризм	Индивидуальный туризм
1		
2		
3		
4		
5		

Образцы тестовых заданий для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы:

1. Финансовые ресурсы турпредприятия могут использоваться как:
 - а) вложения в производственную, торговую или иную деятельность
 - б) содержание непромышленной сферы
 - в) образование резерва
 - г) все перечисленное

2. Производственные фонды обслуживают:
 - а) нематериальное производство
 - б) материальное производство

в) амортизационное отчисление

3. Финансовые ресурсы турпредприятия - это:

- а) капитал
- б) материальные вложения
- в) деньги
- г) нематериальные вложения

4. Под первоначальной стоимостью турпредприятия понимают:

- а) сумму затрат в виде амортизационных отчислений, необходимых для восстановления изношенных в процессе производства основных фондов, исчисленная с учетом действующих цен
- б) сумму фактических затрат на приобретение основных фондов, включая расходы по перевозке к месту установки и расходы по монтажу на месте эксплуатации

5. К подсистемам туризма относятся:

- а) дестинация, турист, индустрия туризма
- б) турагенты, туроператоры, рекламные компании
- в) субъект туризма, объект туризм

6. К функции туристского рынка относятся:

- а) планирование организации, стимулирование контроля;
- б) реализация стоимости и потребительной стоимости, заключенной в туристском продукте
- в) организация процесса доведения туристского продукта до потребителя, экономическое обеспечение материальных стимулов к труду

7. К показателям, характеризующим туристский рынок относятся:

- а) емкость, уровень сбалансированности спроса и предложения
- б) количество туристов, количество купленных туров
- в) все ответы верны

8. К субъектам туристского рынка относятся:

- а) турист, туроператор, турагент
- б) туроператор, турагент
- в) турист, турпродукты

5. Предложение на туристском рынке – это:

- а) транспорт, туристические достопримечательности
- б) виды туризма, туристско-экскурсионные услуги, доходы населения, длительность пребывания в турцентре, интенсивность туризма

б. Более правильно сегментирование туристского рынка проводится на основе:

- а) составляющих компонент в спросе
- б) специфики производственного продукта
- в) составляющих компонент предложения и спроса на туристский продукт

Литература для подготовки к экзамену:

а) основная литература:

1. Экономика отрасли: туризм: Учебное пособие / Замедлина Е.А., Козырева О.Н. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 204 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/542736>

2. Экономика предприятия туризма: Учебник/Степанова С. А., Крыга А. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 346 с. – режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/520908>

б) дополнительная литература:

1. Экономика туризма: Учебное пособие / А.О. Овчаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 253 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/363808>

2. Экономика туристского рынка: Учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма / Дмитриев М.Н., Забаева М.Н., Малыгина Е.Н., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 311 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/883912>

Промежуточная аттестация

2.2. Комплект экзаменационных билетов для проведения промежуточной аттестации

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность: «Организация туристской деятельности»

Дисциплина: Экономика туризма

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Роль туризма в экономике.
2. Организация предпринимательской деятельности в туризме.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

1. Факторы развития туризма.
2. Бизнес-планирование в туриндустрии.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3

1. Основные фонды туристского предприятия: понятие, состав, оценка.
2. Инфраструктура индустрии туризма.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4

1. Износ и амортизация основных фондов.
2. Экономические показатели развития индустрии туризма.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5

- 1.оборотные средства туристского предприятия: понятие, состав.
2. Предмет экономики туризма.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6

1. Формы и системы оплаты труда на туристском предприятии.
2. Основные факторы, влияющие на развитие сферы туристских услуг.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7

1. Определение себестоимости туристского продукта.
2. Особенности развития сферы услуг в условиях рыночной экономики.

Промежуточная аттестация
Комплект тестовых заданий для проведения экзамена по дисциплине

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность: «Организация туристской деятельности»

Дисциплина: Экономика туризма

Тестовые задания для проверки уровня обученности ЗНАТЬ:

1. Сущность туризма проявляется:
 - а) посредством процесса организации тура
 - б) по способам туристского обслуживания
 - в) посредством специфики деятельности туристского агентства
 - г) по средствам, видам, формам

2. Конечным результатом деятельности в области туризма выступает:
 - а) товар
 - б) услуга
 - в) туристский продукт
 - г) туристская путевка

3. Отличительной особенностью туристского продукта как товара выступает:
 - а) потребительная стоимость
 - б) неосвязаемость
 - в) стоимость

4. Основными составляющими турпакета являются:
 - а) размещение, транспорт, питание
 - б) трансфер, размещение, развлечение
 - в) питание, размещение, транспорт
 - г) место назначения, транспорт, размещение

5. Эффективность развития туризма измеряется:
 - а) количеством обслуженных туристов
 - б) объемом продаж
 - в) прибылью, рентабельностью

6. Основными показателями развития туризма на макроуровне являются:

- а) количество ночевок
- б) объем обслуживания
- в) поступление
- г) количество посещений
- д) количество поездок

7. Отличительной чертой туристского предприятия являются:

- а) самостоятельно хозяйствующий субъект
- б) часть национальной экономики
- в) осуществление туристской деятельности

8. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» был принят:

- а) 24 декабря 1996 года
- б) 24 ноября 1996 года
- в) 22 ноября 1993 года
- г) 24 декабря 1996 года

Тестовые задания для проверки уровня обученности УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ:

1. Ключевой составляющей, определяющей туристское предприятие как часть национальной экономики, является:

- а) переплетение интересов государства, собственника, коллектива, работника
- б) юридическая самостоятельность
- в) связь с экономической средой

2. Мультипликатор туризма представляет собой:

- а) отношение отклонения одного из ключевых экономических показателей к изменению расходов туристов
- б) отношение отклонения одного из ключевых экономических показателей к изменению доходов туристов
- в) отношение отклонения одного из ключевых экономических показателей к изменению предпочтений туристов

3. Обслуживание «a la cart » - это:

- а) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню
- б) обслуживание по единому для всех туристов меню без права выбора блюд
- в) свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание

4. Российское общество туристов было образовано в:

- а) 1980 году
- б) 1985 году
- в) 1900 году

5. Под туристской политикой понимается:

- а) государственное регулирование
- б) система органов управления
- в) система норм, правил и методов

6. Повышение уровня производительности труда проявляется:

а) в уменьшении доли «живого труда» при одновременном увеличении доли «прошлого труда» в единицу изготавливаемой продукции или оказываемой услуги

б) в увеличении доли «живого труда» при одновременном сокращении абсолютной величины затрат «прошлого труда» на единицу изготавливаемой продукции или оказываемой услуги

7. Главным обстоятельством, определяющим туристское предприятие как часть национальной экономики, является:

а) переплетение интересов государства, собственника, коллектива, работника

б) юридическая самостоятельность

в) связь с экономической средой

2.3. Критерии оценки для проведения экзамена по дисциплине

После завершения тестирования на экзамене на мониторе компьютера высвечивается результат – процент правильных ответов. Результат переводится в баллы и суммируется с текущими семестровыми баллами.

Максимальная сумма (100 баллов), набираемая студентом по дисциплине, предусматривающей в качестве формы промежуточной аттестации экзамен, включают две составляющие.

Первая составляющая – оценка регулярности и своевременности качества выполнения студентом учебной работы по изучению дисциплины в течение семестра (сумма не более 60 баллов).

Вторая составляющая – оценка знаний студента на экзамене (не более 40 баллов).

Перевод полученных итоговых баллов в оценки осуществляется по следующей шкале:

- с 86 до 100 баллов – «отлично»;
- с 71 до 85 баллов – «хорошо»;
- с 50 до 70 баллов – «удовлетворительно»

Если студент при тестировании отвечает правильно менее, чем на 50 %, то автоматически выставляется оценка «неудовлетворительно» (без суммирования текущих рейтинговых баллов), а студенту назначается переэкзаменовка в дополнительную сессию.

2.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания по дисциплине

Общая процедура оценивания определена Положением о фондах оценочных средств.

1. Процедура оценивания результатов освоения программы дисциплины включает в себя оценку уровня сформированности общекультурных и профессиональных компетенций студента, уровней обученности: «знать», «уметь», «владеть».

2. При сдаче экзамена:

– профессиональные знания студента могут проверяться при ответе на теоретические вопросы, при выполнении тестовых заданий, практических работ;

– степень владения профессиональными умениями, уровень сформированности компетенций (элементов компетенций) – при решении ситуационных задач, выполнении практических работ и других заданий.

3. Результаты промежуточной аттестации фиксируются в баллах. Общее количество баллов складывается из следующего:

- до 60% от общей оценки за выполнение практических заданий,
- до 30% оценки за ответы на теоретические вопросы,
- до 10% оценки за ответы на дополнительные вопросы.

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ И ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(МОДУЛЮ)**

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм
Направленность: «Организация туристской деятельности»

Материалы для текущего контроля

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

КОМПЛЕКТ ЗАДАЧ

по дисциплине «Экономика туризма»

Задача 1:

Распределите пропорционально постоянные затраты за плановый период деятельности туроператора при условии, что:

1. Плановый годовой объем постоянных затрат составляет 1000000 руб.;
2. Количество видов организуемых туров - 4.
3. Тур № 1: Переменные затраты 20000 руб. Объем продаж 100 путевок.
- Тур № 2: Переменные затраты 7000 руб. Объем продаж 40 путевок.
- Тур № 3: Переменные затраты 50000 руб. Объем продаж 20 путевок.
- Тур № 4: Переменные затраты 30000 руб. Объем продаж 50 путевок.

Задача 2:

Определите суммы оплаты труда администратора гостиницы к начислению и к получению за март 2017 г. при условии, что им отработано 10 смен, продолжительность каждой смены 12 часов. Условия оплаты: повременно-премиальная оплата, оклад согласно штатному расписанию составляет 20000 руб., доплата за стаж работы 15%, при оплате учитываются дальневосточный коэффициент и надбавка. Общий премиальный фонд гостиницы за месяц составляет 400 руб., из которого на долю администратора (личный вклад в результаты гостиницы) приходится 10%. Рассчитайте общие затраты на оплату труда администратора с учетом оплаты страховых взносов.

Задача 3:

Предложите политику ценообразования для туристской фирмы, если:

- темпы развития отраслевого рынка снижаются;
- существует определенные барьеры входа на рынок;
- тип конкуренция тире несовершенная конкуренция;
- высокая эластичность спроса на туруслуги;
- доля рынка услуг фирмы 10%;
- продажи на рынке подвержены сезонным колебаниям;
- себестоимость услуг на 60% зависит от уровня цен поставщиков услуг.

Задача 4:

Сформируйте план товарных запасов в ресторане, если стоимость используемого сырья в день 20 тыс. руб., частота поставки 5 дней, время нахождения товар в пути 1 день, выставочный запас в баре 40 тыс. руб. Определите объем пополнения товарных запасов за вычетом среднего совокупного товарного запаса. Как изменится товарный запас, если срок использования 20% сырья составит 2 дня.

Задача 5:

Туристская фирма специализируется на реализации услуг въездного туризма. Предприятие находится на общей системе налогообложения.

Как изменится рентабельность продаж услуг туристской фирмы, если средняя цена за одну путевку возрастет на 10%, число проданных путевок снизится до 200 единиц, себестоимость останется неизменной?

Исходные данные: количество реализованных путевок в предшествующем периоде 230 ед., средняя цена одной путевки 12500 руб., полная себестоимость тура 8800 руб.

Задача 6:

Руководство кафе решила провести рекламную кампанию по продвижению дополнительных услуг кейтеринга. По расчётам эта услуга позволит увеличить дополнительно продажи на 20%, но приведет к росту средних издержек на 12%. Существующий Объем продаж в кафе - 3000 блюд в день. Средняя цена одного блюда - 200 руб. Средние издержки - 150 руб. Определите предполагаемые изменения выручки, издержек, валовой прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по рекламной кампании.

Задача 7:

Объем реализации продукции услуг закусочной в отчётном году составил 9546 тыс. руб. и снизился по сравнению с предыдущим годом на 848 тыс. руб. Рассчитайте показатели эффективности использования основных фондов, если их среднегодовая стоимость в отчётном году составила 4829 тыс. руб. и увеличилась на 155,7 тыс. руб. по сравнению с предыдущим годом, а среднесписочная численность работников составила 57 и 63 человека соответственно. Какова производительность труда на предприятии? Определите взаимосвязь фондовооруженности и производительности труда.

Задача 8:

Рассчитайте показатели оборачиваемости оборотных средств гостиницы, если объем реализации продукции и услуг в отчётном году составил 77480 тыс. руб. и увеличился по сравнению с предыдущим годом на 6230 тыс. руб., а среднегодовая стоимость оборотных средств составила 25 440 тыс. руб. и снизилась на 9000 тыс. руб. по сравнению с предыдущим

ГОДОМ.

Задача 9:

Рассчитайте порог рентабельности и запас финансовой устойчивости туристского предприятия, если выручка от реализации товаров составила 14202 тыс. руб., полная себестоимость реализованных услуг 13 453 тыс. руб., сумма переменных затрат 4113 тыс. руб., сумма постоянных затрат 9340 тыс. руб.

Задача 10:

Рассчитайте средний размер скидки номеров категории «Люкс» за март при условии, что 10 номеров/дней было продано по акции «Семейные ценности» - скидка 20%, 9 номеров/дней было продано по туристским бонуса «Voyage+» - скидка 10% и 4 номера/дня было продано по прейскурантной стоимости 6000руб.

Задача 11:

Составьте план реализации продукции предприятия питания на текущий год с разбивкой по кварталам. Исходные данные:

1) на текущий год намечен прирост объема реализации в стоимостном выражении на 15%;

2) ресторанный бизнес имеет сезонный характер. Данные по предыдущим годам представлены в таблице (тыс. руб.).

Исходные данные:

Периоды	Реализация продукции общественного питания		
	1 год	2 год	3 год
Год	18900	19600	13900
1 квартал	2600	3200	2200
2 квартал	5000	4900	3000
3 квартал	4800	5600	4300
4 квартал	6500	5900	4400

Задача 12:

Выручка от реализации продукции и услуг гостиничного предприятия за отчетный период снизилась с 37399 до 34505 тыс. руб. при уменьшении количества проданных номеров/дней с 25047 до 19674. Среднесписочная численность персонала в гостинице за этот же период увеличилась с 69 до 72 человек. Рассчитайте комплексный показатель динамики эффективности труда на предприятии.

Задача 13:

Данные спроса на услуги ресторана характеризуется следующими показателями:

Цена посещения, руб.	Количество посещений в день, ед.
800	130
700	160
600	180
500	200

Начертите кривые спроса и кривую объема продаж. Определите оптимальную цену посещения ресторана. При какой величине коэффициент ценовой эластичности спроса больше 1. Что это значит.

Задача 14:

В гостинице используется метод потребительской оценки. Цены зависят от сезонного гостиничного бизнеса. В зависимости от спроса на гостиничные услуги выделяют три сезона:

- низкий (5 января – 15 апреля);
- средний (15 апреля – 15 июня; 1 ноября - 15 декабря);
- высокий (15 июня – 1 ноября; 15 декабря – 5 января).

Определите цену за номер в каждом сезоне, если цена за номер в сезон низкого спроса составляет 3000 руб. с учетом завтрака. Цена за номер при переходе от сезона к сезону увеличивается на 12%, стоимость завтрака составляет 10% от цены за номер. Стоимость завтрака в течение года не изменилась.

Задача 15:

Гостиница имеет площадь 8000 кв. м, номерной фонд – 110 номеров, средняя площадь номера – 18 кв. м. Потенциальный среднегодовой доход от номера составляет 720 000 руб. Определите размер упущенной выгоды от продажи номерного фонда за год функционирования, если в международной практике проектная площадь номерного фонда такой гостиницы составляет до 80% от общей площади.

Задача 16:

Текущее положение турфирмы характеризуется следующими данными: доля рынка – 12%; объем продаж (количество туристов) - 5000; объем реализации услуг (тыс. руб.) – 21 000; издержки на единицу (руб.) - 3950. Для увеличения доли фирмы на рынке до 15% необходимы дополнительные маркетинговые затраты в размере 1100 тыс. руб. Определите, имеет ли смысл осваивать маркетинговые затраты для достижения новой доли рынка.

Задача 17:

Общий Объем продаж в транзитных гостинице составляет 20 000 номеров в год, цена размещения - 1200 руб., средние затраты на ед. услуги

размещения - 900 руб. Маркетинговый отдел гостиницы предложил в качестве дополнительной услуги организовать услуги няни. По расчетам эта услуга позволит увеличить количество размещенных лиц на 10%, но приведет к росту издержек на каждый заказ на 240 руб., цена одного часа - 300 руб., оплату услуг няни - 200 руб.

Определить предполагаемые изменения выручки, затрат, прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по организации услуг няни.

Задача 18:

Определите оптимальный объект налогообложения для малого предприятия в сфере гостиничного бизнеса. Отель находится на упрощенной системе налогообложения. Исходные данные: выручка от реализации услуг 17000 тыс. руб., производственная себестоимость реализованных услуг 11 200 тыс. руб., коммерческие расходы в 500 тыс. руб., управленческие расходы 1300 тыс. руб.

Задача 19:

Определите коэффициент загрузки гостиницы за март месяц. Исходные данные:

Категория номера	Количество номеров	Кол-во номеров выведенных из продажи (номер/дни)	Кол-во проданных номеров (номер/дни)
Одноместный	10	4	140
Двухместный	10	0	110
Люкс	5	2	40

Задача 20:

Предприятие планирует строительство гостиницы общей площадью 1200 кв. м. Определите проектную стоимость строительства, если известно, что на один номер приходится 30 квадратных метров общей площади при общем количестве 30 номеров. Затраты определяются из расчета 1200 тыс. руб. на единицу номерного фонда. Площадь, необходимая под организацию конференц-зала, составляет 20% от жилого фонда, затраты на строительство 7000 руб. на 1 кв. м. Затраты на освоение остальной площади составляет 5000 руб. на 1 кв.м.

Задача 21:

Рассчитайте начисленную заработную плату горничной за март текущего года в зависимости от производительности труда. Определите форму и систему оплаты труда. Нормативная производительность труда (выработка) - уборка 12 номеров в день. Тариф за уборку одного номера 40 руб. Дальневосточная и районная надбавки составляют 50%. Премия за перевыполнение установленных нормативов - 20% за один номер. Фактически отработано 25 рабочих дней. Фактическая производительность труда ежедневно соответствовала нормативной.

Задача 22:

Рассчитайте чистую прибыль малого отеля. Исходные данные: выручка от реализации услуг (без НДС) 64 000 тыс. руб., производственная себестоимость продукции 45 000 тыс. руб., коммерческие расходы 800 тыс. руб., управленческие расходы 300 тыс. руб. Для справки: в уставном капитале гостиничного предприятия доля иностранного участника составляет 35%.

Задача 23:

Рассчитайте критический объем реализации (точку безубыточности) гостиницы. Исходные данные:

Показатели	Единица измерения	Характеристика
Переменные затраты	руб.	4 560 000
Постоянные затраты	руб.	1 800 000
Цена за номер	руб.	2500
Объем реализации	номеров / дней	3000

Задача 24:

Рассчитайте доходность с одного номера (*Revenue per available room per day*) категории «Люкс» за февраль при условии, что 5 номеров/дней было продано по акции «Подарок молодоженам» - 50% скидка, 7 номеров/дней было продано по карточкам постоянного гостя (размер скидки 20%) и 4 номера/дня было продано по прейскуртантной стоимости 7000 руб. Всего в гостинице 3 номера данной категории.

Задача 25:

Используя нелинейный способ амортизации (метод суммы чисел срока полезного использования), рассчитайте начисление амортизации на оборудование прачечной при гостинице за первый год использования оборудования. Стоимость оборудования составляет 1 600 000 рублей. Срок использования оборудования - 8 лет.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если даны полные, исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы или если дан неверный ответ на один из поставленных вопросов;

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если даны неверные ответы на два из поставленных вопросов или если все приведенные ответы являются неправильными.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Комплект заданий для контрольной работы

по дисциплине «Экономика туризма»

Тема 1.1. Место и значение экономики туризма в системе экономических наук (Часть 1)

Вариант 1

Двухцикличность туристского рынка по отношению к экономике страны выражается в том, что _____. Закончите предложение.

- а) развитый туристский рынок ведет к богатству государства;
- б) слаборазвитый туристский рынок, несовершенный, характеризует бедность;
- в) слаборазвитый туристский рынок, несовершенный, характеризует богатство государства

Вариант 2

Рыночная стратегия продвижения туристского продукта характеризуется:

- а) необходимостью сохранить имеющийся рост (даже если он низкий) за счет привлечения посетителей дополнительным обслуживанием – как правило, при неблагоприятных внешних условиях;
- б) ограниченным набором нового продукта и проектов развития; характерна для предприятий или регионов, которые не способны переработать новый рынок;
- в) инвестированием развития эффективности планирования, проведением глубоко тщательного анализа.

Вариант 3

Признак, взятый за основу в качестве классификационного, при группировке хозяйствующих субъектов в соответствии с выполняемыми ими функциями - это:

- а) принадлежности к производственной, непроизводственной сфере;
- б) территориальный;
- в) отраслевой;
- г) вид экономической деятельности.

Тема 5.2. Стратегия ценообразования и развития турфирмы

Вариант 1

Под экономической деятельностью понимается:

- а) отдельный вид деятельности, имеющий признаки умственного труда;
- б) вид деятельности, обеспечивающий производство продукта;
- в) вид деятельности, направленный на сбыт продукта;
- г) сочетание действий, приводящих к получению определенного набора продукции или услуг.

Вариант 2

Туризм представляет собой:

- а) путешествие с целью отдыха;
- б) вид экономической деятельности;
- в) активные формы восстановления умственных и физических способностей человека;
- г) способ проведения свободного времени.

Вариант 3

Сущность туризма проявляется:

- а) посредством процесса организации тура;
- б) по способам туристского обслуживания
- в) посредством специфики деятельности туристского агентства;
- г) по средствам, видам, формам

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий уровень сформированности компетенции, верно и в полном объеме показал глубокие исчерпывающие знания всего программного материала по дисциплине, понимание сущности проблемы; дал логически последовательные, содержательные, полные правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета, дополнительные вопросы; использовал в необходимой мере в ответах на вопросы материалы всей рекомендуемой литературы.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он показал средний уровень сформированности компетенции, с незначительными замечаниями показал твердые и достаточно полные знания всего программного материала по дисциплине. Дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он показал низкий уровень сформированности компетенции, на базовом уровне с ошибками показал знание и понимание предмета; дал правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы при

устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора; при наличии ошибок в чтении и изображении схем процессов; при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Вопросы для коллоквиумов, опросов, собеседования

по дисциплине «Экономика туризма»

1. Сущность и содержание туризма.
2. Планирование в туризме.
3. Влияние туризма на экономику и социально-культурную сферу.
4. Место и роль международного туризма в мировой экономике.
5. Тенденции развития международного туризма в отдельных регионах мира.
6. Роль туризма в экономике государства.
7. Сущность экономики туризма и его планирование.
8. Развитие международного туризма в России.
9. Положительные и отрицательные факторы развития туризма в экономике страны.
10. Туризм как отрасль экономики.
11. Экономика туризма региона: основные особенности и тенденции
12. Сектор туризма в системе развития экономики.
13. Экономика туризма в Республике Татарстан: состояние и проблемы развития, возможности привлечения иностранных инвестиций.
14. Экономические аспекты устойчивого развития туризма в регионах Российской Федерации.
15. Событийный туризм как новое направление российского туристического рынка.
16. Влияние туризма на экономику страны.
17. Мировые тенденции динамики экономики туризма.
18. Экономический потенциал самодеятельного туризма в РФ.
19. Развитие делового туризма в дестинации как поддержка экономики региона.
20. Туризм как объект управления в государственной и региональной экономике.
21. Глобальная экономика туризма в России.
22. Индустрия туризма - крупнейший сектор мировой экономики.
23. Турфирма в условиях современной экономики.
24. Роль и значение стратегического развития туризма в региональной экономике.

25. Методические проблемы оценки инвестиционной привлекательности предприятий сферы туризма в условиях инновационной экономики.

26. Актуальные вопросы экономики туризма в регионе.

27. Развитие внутреннего туризма как способ решения структурных проблем национальной экономики.

28. Особенности развития экономики впечатлений в индустрии туризма.

29. История развития экономики туризма и актуальные направления научных исследований в туризме.

30. Зарубежный опыт развития экономики туризма.

31. Туризм как сфера международной экономической деятельности.

32. Современные вопросы экономики туризма.

33. Сущность и экономическое содержание туризма.

34. Экономика туризма как часть туристики.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий уровень сформированности компетенции, верно и в полном объеме показал глубокие исчерпывающие знания всего программного материала по дисциплине, понимание сущности проблемы; дал логически последовательные, содержательные, полные правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета, дополнительные вопросы; использовал в необходимой мере в ответах на вопросы материалы всей рекомендуемой литературы.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он показал средний уровень сформированности компетенции, с незначительными замечаниями показал твердые и достаточно полные знания всего программного материала по дисциплине. Дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он показал низкий уровень сформированности компетенции, на базовом уровне с ошибками показал знание и понимание предмета; дал правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора; при наличии ошибок в чтении и изображении схем процессов; при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он показал недостаточный уровень сформированности компетенции, дал неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, сделал большое количество ошибок в ответе, не понимает сущности излагаемых вопросов; дает неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Темы докладов (презентаций)

по дисциплине «Экономика туризма»

1. Современная концепция экономики туризма.
2. Особенности функционирования туристской индустрии в современных условиях.
3. Экономические закономерности туристской дестинации на примере России.
4. Основные характеристики туристского рынка в России.
5. Анализ экономической значимости и тенденций развития туризма в Татарстане.
6. Характеристика индустрии гостеприимства и перспективы ее развития (на примере Казани).
7. Проблемы предпринимательской деятельности в сфере туризма (на примере нового законодательства РФ).
8. Особенности оценки основных средств и производственных мощностей предприятий социально-культурного сервиса и туризма.
9. Традиционный и маржинальный подход в стоимостной оценке продукции и финансовых результатов предприятий социально-культурного сервиса и туризма.
10. Ценовая политика на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма.
11. Проблемы формирования доходов и оценки уровня рентабельности туристского предприятия в России.
12. Система налогообложения результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия в туризме (на примере России).
13. Специфика организации использования финансовых ресурсов на предприятиях туризма.
14. Оценка эффективности деятельности предприятий социально-культурного сервиса и туризма (по материалам туристских фирм Казани).
15. Проблемы инвестиционной деятельности туристских предприятий России в условиях научно-технического прогресса.
16. Проблемы стратегического и внутрифирменного планирования в турбизнесе.
17. Современные формы и методы общественной организации производства в социально-культурном сервисе и туризме.
18. Современные формы внешнеэкономической деятельности

предприятий туризма.

19. Проблемы политики ускоренной амортизации туристских предприятий.

20. Проблемы производительности труда и кадровой политики в турбизнесе.

21. Специфика организации логистики туристского предприятия.

22. Особенности бизнес-планирования в туризме.

23. Проблемы организации международного туризма в России и Татарстане.

24. Инновационная политика в турбизнесе.

25. Особенности формирования туристской ренты в России.

26. Влияние охраны окружающей среды на уровень доходов туристского предприятия России.

27. Специфика оценки конкурентоспособности туристского предприятия в России.

28. Проблемы формирования регионального туристского рынка (на примере Казани).

Краткие рекомендации к выполнению:

Прежде чем писать доклад на выбранную тему, студент согласовывает ее с преподавателем, составляет план доклада. Затем изучает закрепленную за ним тему по учебным пособиям, другим литературным источникам, конспектам лекций.

Требования к оформлению

Доклад (реферат) выполняется студентом самостоятельно в отдельной папке с титульным листом на стандартных листах формата А4, шрифт Times New Roman, кегель 14, интервал – 1,5, поля: верхнее, нижнее – 2,0; слева – 3,0; справа – 1,0. Форматирование по ширине. Отступ первой строки - 1,25.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если доклад носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенный анализ теории по выбранному вопросу, проведен анализ точек зрения различных авторов или литературных источников, логично и последовательно изложен материал, сделаны соответствующие выводы.

- оценка «незачтено» выставляется студенту, если доклад не отвечает основным требованиям, имеет поверхностный анализ и недостаточный уровень самостоятельности студента, материал изложен непоследовательно.

2. Материалы для проведения текущей аттестации Текущая аттестация 1

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Комплект заданий для проведения текущей аттестации №1 (в форме контрольной работы)

по дисциплине «Экономика туризма»

Вариант 1. Кейс-задача

Разработка организационно-экономической модели бизнеса на основе метода бизнес-планирования

На основе предложенной бизнес-идеи проекта разработайте бизнес-модель создания турпредприятия. Определите порядок проведения предпроектных исследований, основные показатели деятельности турпредприятия, оценку эффективности проекта.

БИЗНЕС-ИДЕЯ
организации ресторана в г. Казани

Цель проекта

Предоставление жителям и гостям города услуг питания высокого класса преимущественно национальной греческой кухни и насыщение рынка качественными и относительно недорогими услугами общественного питания, развлечения и досуга на условиях прибыльности и эффективности.

Описание выбора продуктовой концепции

На предприятиях общественного питания основой выбора продукта является тип кухни. Предлагается греческая кухня, потому что:

- а) она олицетворяется с экзотической кухней;
- б) подобная кухня отсутствует на рынке (имеются татарская, русская, китайская, корейская, японская, французская, вьетнамская, американская, итальянская);
- в) интересно совместить античный архитектурный стиль с типом кухни;
- г) предположительно, что это кухня вкусная;
- д) имеется возможность организации шоу-программ с использованием национальных греческих мотивов.

Потребительская стратегия

Потребительский рынок г. Казани характеризуется разнообразием мотивов потребления услуг общественного питания, а также тенденцией высокого спроса на относительно недорогие и качественные новые услуги (новые рестораны, кафе). Поэтому выбранная стратегия ориентирована именно на этот сегмент рынка (активные потребители — так называемые «романтики» со средним уровнем достатка).

Организация предприятия

Форма организации предприятия малого бизнеса — индивидуальный предприниматель.

Предполагаемые места расположения ресторана:

а) центр города.

Проблемы: дефицит мест для новой застройки; ограничения при получении разрешения на реставрационные работы в домах центральной застройки города;

б) вблизи морской акватории с террасой к морю.

Для организации производства требуются капитальные затраты:

а) приобретение в собственность помещения или строительство здания ресторана;

б) в случае покупки помещения — реставрационные и отделочные работы с учетом архитектурного стиля ресторана;

в) приобретение технологического оборудования (газовые печи, холодильные камеры, разделочные столы и инструменты, моечное оборудование, кофе-автомат, микроволновая печь, кухонный инвентарь, посуда и т.д.);

г) мебель для зала, кондиционеры.

Потребность в персонале:

1. Шеф-повар со знанием технологии приготовления греческой кухни.

2. Для высшего руководства (топ-менеджмента) знание особенностей организации греческого ресторана: национальный колорит, стиль, особенности культуры, быта.

3. Обучение обслуживающего персонала.

4. Примерная общая численность персонала — 30 человек при трехсменной работе.

5. Привлечение шоу-коллективов для организации танцевально-музыкальных программ.

Потребность в финансах:

1. Организационные затраты на подготовку к производству и открытие ресторана:

- а) маркетинговые затраты;
- б) первоначальный закуп продуктов;
- в) оплата труда персонала на стадии подготовки.

2. Финансирование: собственные средства — 60%, привлеченные средства — 70%, возможность привлечения средств на условиях банковского кредита под 15% годовых.

Общие требования к выполнению задания:

1. Проведите анализ отрасли. Оцените общую структуру спроса. Определите факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса;
2. Проанализируйте потребителей продуктов и услуг, предлагаемых в ходе реализации проекта, проведите сегментацию рынка;
3. Проведите анализ конкурентной среды ресторана. Определите основных конкурентов, определите их сильные и слабые стороны, представьте анализ по основным факторам конкуренции.
4. Разработайте продуктовую линейку ресторана, ассортимент блюд.
5. Предложите ценовую политику в ресторане, среднюю цену чека, примерные цены на ассортимент блюд.
6. Разработайте план сбыта продукции и услуг ресторана, определите методы сбыта, рассчитайте мощность ресторана исходя из количества посадочных мест.
7. Определите методы продвижения, рассчитайте бюджет продвижения, календарный план рекламных мероприятий.
8. Охарактеризуйте технологию производства продукции и услуг. Рассчитайте необходимые объекты и помещения по проекту.
9. Разработайте организационную структуру управления ресторана, план персонала.
10. Рассчитайте текущие затраты по проекту: прямые, производственные расходы; административные расходы; расходы на персонал; коммерческие расходы. Сведите все расходы в общую группу.
11. Рассчитайте план прибылей и убытков и план движения денежных средств (кэш-фло).
12. Разработайте сводную ведомость инвестиционных издержек, определите схему финансирования.
13. Рассчитайте основные показатели эффективности проекта.

Вариант 2. Кейс-задача

Использование метода «директ-костинг» при расчете цен на программы туристского предприятия

Рассчитайте цены в разрезе ассортимента турфирмы при следующих исходных условиях:

- 1) размер постоянных издержек (FC) 3 079 853 руб.;
- 2) общий объем обслуживания 31 230 туродней, в том числе с

продолжительностью пребывания туристов по каждому типу путевки:

- летние детские путевки 14 дней;
- летние взрослые путевки 10 дней;
- зимние детские путевки 7 дней;
- обслуживание выходного дня 2 дня;
- прием иностранных туристов 5 дней.

3) переменные затраты на 1 день обслуживания по каждому типу путевки:

– летние детские путевки	1351 руб.
– летние взрослые путевки	1150 руб.
– зимние детские путевки	1388 руб.
– маршруты выходного дня	1635 руб.
– прием иностранных туристов	5820 руб.

4) валовая прибыль предприятия в отчетном периоде 613 600 руб.

5) рентабельность продаж 26% в отчетном периоде;

6) план роста прибыли 12%;

7) цены на аналогичные туры конкурента:

– летние детские путевки	26 000 руб.
– летние взрослые путевки	17 000 руб.
– зимние детские путевки	15 000 руб.
– маршруты выходного дня	5000 руб.
– прием иностранных туристов	37 000 руб.

Алгоритм решения задачи:

1. Определим размер постоянных издержек, приходящихся на один туродень.

$$FC_k = 3\,079\,853 / 31\,230 = 98,62 \text{ руб.}$$

2. Определим размер постоянных издержек, приходящихся на одну путевку в разрезе планируемого ассортимента (Табл. 1).

Таблица 1 - Распределение накладных расходов по видам деятельности

Виды деятельности	Длительность пребывания	Размер накладных расходов на весь период, руб.
Летние детские путёвки	14	1380,68
Летние взрослые путёвки	10	986,20
Зимние детские путёвки	7	690,34
Обслуживание выходного дня	2	197,24
Прием иностранных туристов	5	493,10

3. Рассчитаем постоянные, переменные издержки и полную себестоимость пропорционально количеству туродней по каждой путевке (Табл. 2).

Таблица 2 - Общие затраты по видам деятельности

Вид услуги	Постоянные издержки (FCI), руб.	Переменные издержки (VC), руб.	Всего затраты на одну путевку, руб.
Летние детские путевки	1380,68	18 914	20 294,68
Летние взрослые путевки	986,20	11 500	12 486,2
Зимние детские путевки	690,34	9716	10 406,34
Обслуживание выходного дня	197,24	3270	3467,24
Прием иностранных туристов	493,10	29 100	29 593,1

4. Определим валовую прибыль в плановом периоде:

$$Ппл = Пфак \times 12 / 100 = 687\,232 \text{ руб.}$$

5. Рассчитаем целевую прибыль на каждую путевку. Отнесение целевой прибыли на единицу услуги (путевку) осуществляется аналогично определению постоянных издержек на единицу услуги, т.е. пропорционально количеству туродней обслуживания.

$$Пц = 687\,232 / 31\,230 = 22,01 \text{ руб.}$$

Целевая планируемая прибыль, приходящаяся на один туродень, составит в плановом периоде 22,01 руб. Распределение целевой прибыли по ассортименту (путевкам и видам обслуживания) можно осуществить также при помощи использования относительного понятия прибыли — рентабельности, которая по условию составляет 26%. Вторым методом будет более справедливым, поскольку кроме количества дней обслуживания при его использовании учитывается и дифференцированный характер переменных издержек.

6. Рассчитаем цену путевки с учетом планового роста прибыли на 12 пунктов, т.е. с 26% рентабельности до 29,12% (Табл. 3).

Таблица 3 - Определение цены по видам деятельности

Вид услуги	Всего затраты, руб.	Прибыль, приходящаяся на одну путевку, руб.	Итого цена путевки, руб.
Летние детские путевки	20 294,68	5909,81	26 204,49
Летние взрослые путевки	12 486,2	3630,74	16 116,94
Зимние детские путевки	10 406,34	3030,32	13 436,66
Обслуживание выходного дня	3467,24	1009,66	4476,9
Прием иностранных туристов	29 593,1	8617,51	38 210,61

Важным фактором оптимального ценообразования является использование сравнительного анализа установленной методом «директ-костинг» цены с ценами конкурентов и покупательскими возможностями потребителя.

7. Рассчитаем итоговую цену с учетом анализа цен конкурентов и выбора цели и стратегии ценообразования (Табл. 4).

Таблица 4 - Установление окончательной цены на основе конкурентного анализа и выбора стратегии ценообразования

Вид услуги	Цена путевки по методу «директкостинг», руб.	Рыночная цена аналогичной услуги, руб.	Цель и стратегия ценообразования	Итоговая цена, руб.
Летние детские путевки	26 204,49	26 000,0	Учет положения - стратегия соответствия	26 200,0
Летние взрослые путевки	16 116,94	17 000,0	Учет положения - стратегия атаки	16 000,0
Зимние детские путевки	13 436,66	15 000,0	Максимизация сбыта - стратегия атаки	13 500,0
Маршрут выходного дня	4476,9	5000,0	Максимизация сбыта - стратегия атаки (низких цен)	4500,0
Прием иностранных туристов	38 210,61	37 000,0	Максимизация прибыли - стратегия престижных цен	39 000,0

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий уровень сформированности компетенции, верно и в полном объеме показал глубокие исчерпывающие знания всего программного материала по дисциплине, понимание сущности проблемы; дал логически последовательные, содержательные, полные правильные и конкретные ответы на все вопросы.

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он показал средний уровень сформированности компетенции, с незначительными замечаниями показал твердые и достаточно полные знания всего программного материала по дисциплине, правильное понимание сущности проблемы. Дал последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он показал низкий уровень сформированности компетенции, на базовом уровне с ошибками показал знание и понимание сущности проблемы; дал правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы.

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он показал недостаточный уровень сформированности компетенции, дал неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов, сделал большое количество ошибок в ответе, не понимает сущности излагаемых вопросов; дает неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы.

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

ДЕЛОВАЯ ИГРА

«Отбор претендентов на занятие вакантной должности менеджера по приему иностранных туристов в туристской фирме»

Для проведения деловой игры студенческая группа делится на 3 подгруппы:

«претенденты на должность» — 5 человек;

«интервьюеры комиссии по отбору кандидатов» 5 человек;

«эксперты» — остальные студенты.

I. Предварительная подготовка к деловой игре (45 минут)

1.1. Всем студентам выдается для ознакомления анкета для составления описания должности менеджера по приему иностранных туристов (Табл. 1). Со студентами обсуждаются характеристики должности.

Таблица 1 - Анкета для составления описания должности менеджера по приему иностранных туристов

<i>Название должности</i>	<i>Менеджер по приему</i>
Непосредственный руководитель	Директор
Непосредственные подчиненные, их обязанности	Руководитель туристской группы Агент по продажам
Основная цель работы	Формирование туристского продукта. Консультирование туристов. Комплектация групп. Проведение инструктажа руководителя тургруппы на маршруте
Основные задачи и обязанности	Договорные отношения с предприятиями поставщиками услуг Формирование туристского продукта. Консультирование туристов. Комплектация групп
Как происходит оценка работника	Количество проданных путевок Отзывы туристов Рейтинговая система оценки
Как работа согласуется с деятельностью предприятия	Основная деятельность предприятия
Откуда поступает работа	Стратегические направления формирует руководитель предприятия, на основе которых менеджер комплектует туры
Куда направляется сделанная работа	Документы по реализованным маршрутам передаются бухгалтеру и директору
Как часто и в каком объеме поступает работа	Регулярно
Ведение документов и записей (какие, как часто)	Договор с туристом, туристская путевка, маршрутная карта. Регулярно
Какие технические средства	Компьютер, телефон, факс, ксерокс, сканер

<i>Название должности</i>	<i>Менеджер по приему</i>
использует менеджер	
Какие расчеты необходимо производить	Калькуляция тура
В какой степени работа требует контактов: со служащими других отделов, с представителями других организаций, с частными лицами	Регулярные контакты со всеми представленными группами
Рабочие условия, командировки	Ненормальный рабочий день, периодически рекламные туры
Какая требуется квалификация и опыт для выполнения работы	Опыт работы в турфирме не менее года
Какие специальные навыки и подготовка необходимы для выполнения работы	Знание технологии туристского обслуживания, комплектация туров, нормативная база, коммуникативные навыки, основы экономических расчетов
Сколько требуется человеку со средними способностями для того, чтобы научиться выполнять данную работу	6 месяцев
Условия найма и труда, вид контракта (сроки, вознаграждение, условия увольнения)	Срочный договор на 1 год, повременная оплата + бонус за продажи. Условия увольнения согласно Трудовому кодексу РФ

1.2. Преподаватель знакомит студентов с типичными причинами отказа работодателя при приеме на работу (табл. 2).

1.3. Преподаватель дает рекомендации интервьюерам:

а) использовать стратегию дружелюбия, не использовать методов психологического давления;

б) успокоить кандидата, создать неофициальную дружескую атмосферу;

в) расположить кандидата к свободной беседе, задавать вопросы, требующие некоторого пояснения;

г) начать с тех вопросов, на которые ему легче отвечать: об институте, опыте работы, профессиональных целях;

д) изучить основные области:

– подготовка и основные достижения: деятельность сверх учебы, общественная работа, работа по совместительству, наличие опыта руководящей деятельности;

– интеллектуальные качества: самовыражение, творческие интересы, рассудительность;

– побудительные мотивы: инициатива, энергия, энтузиазм, настойчивость;

– готовность работать в вашей фирме: понимание того, что от него ждет организация, и что он ей может предложить;

Таблица 2.

Типичные ошибки соискателей на должность	
1. Жалкий внешний вид	26. Желание получить работу на короткое время
2. Манеры всезнайки	27. Мало чувства юмора
3. Неумение говорить, плохая дикция, грамматические ошибки	28. Мало знаний по специальности
4. Отсутствие плана карьеры, четких целей деятельности, задач	29. Несамостоятельность (родители принимают за него решения)
5. Недостаток искренности и уравновешенности	30. Отсутствие интереса к компании или отрасли
6. Отсутствие интереса и энтузиазма	31. Подчеркивание того, с кем имеет знакомство
7. Невозможность участия в делах фирмы помимо обусловленного графиком времени	32. Нежелание отправляться туда, куда потребуется
8. Чрезмерная концентрация на деньгах	33. Цинизм
9. Низкая успеваемость во время учебы	34. Низкий моральный уровень
10. Нежелание начать снизу — ожидание слишком многого и слишком быстро	35. Лень
11. Стремление к самооправданию, уклончивость, ссылки на неблагоприятные факторы	36. Нетерпимость при сильно развитых предубеждениях
12. Недостаток такта	37. Узость интересов
13. Недостаточная зрелость	38. Неумение ценить время (проводит много времени в кино)
14. Недостаточная вежливость	39. Плохое ведение собственных финансовых дел
15. Презрительные отзывы о предыдущих работодателях	40. Отсутствие интереса к общественной деятельности
16. Недостаточное умение ориентироваться в обществе	41. Неспособность воспринимать критику
17. Выраженное нежелание учиться	42. Отсутствие понимания ценности опыта
18. Недостаточная живость	43. Радикальность идей
19. Нежелание смотреть в глаза интервьюеру	44. Опоздание на собеседование без уважительных причин
20. Вялое, «рыбье» рукопожатие	45. Отсутствие каких-либо сведений о компании
21. Нерешительность	46. Невоспитанность (не благодарит интервьюера за уделенное время)
22. Неудачная семейная жизнь	47. Отсутствие вопросов о работе к проводящему собеседование
23. Трения с родителями	48. Сильно давящий тон
24. Неряшливость	49. Неопределенность ответов на вопросы
25. Отсутствие целеустремленности (просто ищет место)	

– эмоциональная зрелость: стабильность, отношение к ответственности, реакция на трудности, самооценка;

– навыки личностных взаимоотношений: способ налаживания контактов, горячность, понимание других, терпимость, чувство юмора;

е) поговорить об организации, кратко изложив основные моменты развития фирмы и перспективы развития;

ж) описать общую перспективу роста и возможности работы для молодого специалиста, действующую систему повышения квалификации и обучения;

з) ответить на вопросы;

и) сообщить, когда будет принято решение, и как оно будет доведено до сведения претендента;

к) поблагодарить кандидата за проявленный интерес к организации;

л) записать впечатления сразу после проведения собеседования.

м) после проведения всех собеседований принять окончательное решение.

н) проинформировать всех кандидатов о принятых решениях, выбрать соответствующую этичную форму отказа тем кандидатам, которые не прошли отбор и кратко объяснить причину.

1.4. «Интервьюерам» выдаются бланки оценки кандидата на вакантную должность (табл. 3) и даются пояснения, как заполнять бланки.

Таблица 3 - Бланк оценки кандидата на вакантную должность

ФИО претендента	Оценки по 5-балльной системе
1. Общий вид: – манера поведения, умение говорить, состояние здоровья. 2. Характерные черты: – настойчивость, уверенность в себе, трудолюбие, терпимость; – интеллект, способности;	
– соответствующий опыт работы / или знания; – образование; – склонности, интересы; – готовность немедленно приступить к работе; – общая приемлемость кандидата.	
3. Общая оценка	

1.5. «Экспертам» выдаются бланки оценки участников проведения собеседования (табл. 4) и даются пояснения, как заполнять бланки.

Таблица 4 - Бланк оценки участников проведения собеседования

Показатели	Интервьюеры				
	1	2	3	4	5
Выбранный стиль проведения собеседования					
Манера задавать вопросы					
Умение слушать					
Взаимосвязь вопросов с целью собеседования					
Согласованность действий оценщика с другими действиями отборочной комиссии					
Применяемые формы					
Общая оценка (по пятибалльной системе)					

2. Проведение собеседования (50 минут)

2.1. «Претенденты» размещаются в другом помещении, «интервьюеры» подготавливают рабочие места для проведения собеседования, выбирают «председателя комиссии»; «эксперты» группируются для дальнейшего удобного наблюдения за процессом собеседования.

2.2. «Претенденты» поочередно приглашаются «секретарем отборочной комиссии» к собеседованию (роль секретаря может выполнять один из студентов или сам преподаватель).

2.3. Проведение собеседование непосредственно с каждым «претендентом». На каждого «претендента» отводится 10 минут. «Интервьюеры» задают вопросы в соответствии с предложенными ранее преподавателем рекомендациями.

2.4. После завершения собеседования «председатель комиссии» просит «претендентов» перейти в другое помещение для принятия решения об отборе кандидата.

3. Подведение результатов собеседования «интервьюерами» (10 минут)

3.1. «Интервьюеры» обсуждают результаты интервьюирования, заполняют бланки оценки кандидатов на вакантную должность, формируют рейтинг «претендентов».

3.2. «Претендентов» приглашают для оглашения результатов отборочной комиссии, «интервьюеры» дают оценки каждому «претенденту», в корректной форме обращают внимание на допущенные «претендентами» ошибки, обязательно отмечают сильные стороны.

4. Оценка работы отборочной комиссии «экспертами» (10 минут)

4.1. «Эксперты» заполняют бланки оценки участников проведения собеседования, формируют рейтинг «интервьюеров».

4.2. «Эксперты» оглашают результаты своей оценки, также в корректной форме выделяют сильные и слабые стороны работы каждого «интервьюера».

5. Подведение итогов деловой игры (10 минут) Преподаватель обобщает прозвучавшие выводы группы по заданной проблеме; совместно разбираются итоги и делаются общие выводы.

Основными правилами деловой игры является добровольность выбора роли, возможность свободно обмена мнениями, ясная аргументация студентами собственной позиции.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» (пять баллов) выставляется студенту, если студент справился с выполнением заданий всех трёх этапов деловой игры и получил:

- 1 балл за обсуждение поставленной задачи и предварительный обмен мнением на совещательной основе;

- 2 балла за самостоятельную работу в команде;

- 3 балла за полноту раскрытия темы задания и ответы на все дополнительные вопросы руководителя деловой игры.

Текущая аттестация 2

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Комплект заданий для проведения текущей аттестации №2 (в форме контрольной работы)

по дисциплине «Экономика туризма»

Вопрос 1. Двухцикличность туристского рынка по отношению к экономике страны выражается в том, что _____. Закончите предложение.

- а) развитый туристский рынок ведет к богатству государства;
- б) слаборазвитый туристский рынок, несовершенный, характеризует бедность;
- в) слаборазвитый туристский рынок, несовершенный, характеризует богатство государства

Вопрос 2. Рыночная стратегия продвижения туристского продукта характеризуется:

- а) необходимостью сохранить имеющийся рост (даже если он низкий) за счет привлечения посетителей дополнительным обслуживанием – как правило, при неблагоприятных внешних условиях;
- б) ограниченным набором нового продукта и проектов развития; характерна для предприятий или регионов, которые не способны переработать новый рынок;
- в) инвестированием развития эффективности планирования, проведением глубоко тщательного анализа.

Вопрос 3. Признак взятый за основу в качестве классификационного при группировке хозяйствующих субъектов в соответствии с выполняемыми ими функциями - это:

- а) принадлежности к производственной, непроизводственной сфере;
- б) территориальный;
- в) отраслевой;
- г) вид экономической деятельности

Вопрос 4. Под экономической деятельностью понимается:

- а) отдельный вид деятельности, имеющий признаки умственного труда;
- б) вид деятельности, обеспечивающий производство продукта;
- в) вид деятельности, направленный на сбыт продукта;

г) сочетание действий, приводящих к получению определенного набора продукции или услуг

Вопрос 5. Туризм представляет собой:

- а) путешествие с целью отдыха;
- б) вид экономической деятельности;
- в) активные формы восстановления умственных и физических способностей человека;
- г) способ проведения свободного времени.

Вопрос 6. Сущность туризма проявляется:

- а) посредством процесса организации тура
- б) по способам туристского обслуживания
- в) посредством специфики деятельности туристского агентства;
- г) по средствам, видам, формам

Вопрос 7. Конечный результат туристской деятельности представляет собой:

- а) товар;
- б) услугу;
- в) туристский продукт;
- г) туристскую путевку

Вопрос 8. Отличительные признаки туристского продукта как товара:

- а) потребительная стоимость;
- б) неосвязаемость;
- в) стоимость.

Вопрос 9. Основные составляющие турпакета:

- а) размещение, транспорт, питание;
- б) трансфер, размещение, развлечение;
- в) питание, размещение, транспорт;
- г) место назначения, транспорт, размещение.

Вопрос 10. Экономические выгоды прямого действия туризма на экономику страны - это:

- а) рекреационное воздействие;
- б) поступление валюты;
- в) занятость;
- г) укрепление мира

Вопрос 11. Эффективность развития туризма измеряется:

- а) количеством обслуженных туристов;
- б) объемом продаж;
- в) прибылью, рентабельностью туристских предприятий

Вопрос 12. Основные показатели развития туризма на макроуровне:

- а) количество ночевок;
- б) объем обслуживания;
- в) поступление;
- г) количество посещений;
- д) количество поездок.

Вопрос 13. Под экономической средой туризма понимается:

- а) внутренняя среда;
- б) внешняя среда;
- в) общая среда

Вопрос 14. Под туристской политикой понимается:

- а) государственное регулирование;
- б) система органов управления;
- в) система норм, правил и методов

Вопрос 15. Помощь государства туристскому сектору проявляется в:

- а) в отслеживании тенденций развития;
- б) централизованном управлении;
- в) финансовой поддержке

Вопрос 16. Аспекты реализации туристской политики:

- а) международный;
- б) региональный;
- в) внутренний

Критерии оценки:

Студент аттестован, если правильно ответил более чем на 10 вопросов.