

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

КАФЕДРА ТУРИЗМА И ЭКОЛОГИИ

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

Направление и направленность (профиль)

43.03.02 Туризм. Туризм

Год набора на ОПОП
2018

Форма обучения
заочная

Владивосток 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Туристско-рекреационное проектирование модуль 2» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению(ям) подготовки 43.03.02 Туризм (утв. приказом Минобрнауки России от 14.12.2015г. №1463) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

Гомилевская Г.А., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра туризма и экологии, Galina.Gomilevskaya1@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры туризма и экологии от 26.04.2021 , протокол № 9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Гомилевская Г.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	Galina__1575480626
Номер транзакции	00000000006F29CE
Владелец	Гомилевская Г.А.

Заведующий кафедрой (выпускающей)

Гомилевская Г.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	Galina__1575480626
Номер транзакции	00000000006F29D0
Владелец	Гомилевская Г.А.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

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

Задачи освоения дисциплины:

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

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины (модуля), приведен в таблице 1.

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

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
43.03.02 «Туризм» (Б-ТУ)	ПК-3	Готовность к реализации проектов в туристской индустрии	Знания:	основные принципы, условия и механизм реализации предпринимательской деятельности основные методы проектной деятельности
			Умения:	анализировать, обосновывать и разрабатывать проекты в туристско-рекреационной деятельности
			Навыки:	методами управления проектами в туристской деятельности
	ПК-5	Способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение	Знания:	методы и инструменты экономического анализа туристского предприятия
			Умения:	определять потребность в технических средствах с учетом выполняемых работ и расходуемого материала в предприятиях туризма
			Навыки:	методами расчета и подбора технических средств для реализации технологических процессов по оказанию услуг в туристских предприятиях; навыками расчета и оценки затрат по организации деятельности предприятий туризма

3. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Туристско-рекреационное проектирование Модуль 2» относится к вариативной части учебного плана Б.1. В.05.

Данная дисциплина органически связана с рядом экономических дисциплин, объектом изучения которых являются экономические законы развития общества и закономерности общественного производства, функции управления экономикой.

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

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин и/или прохождении практик «Туристско-рекреационное проектирование модуль 1», «Управление качеством базовый курс», «Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме». На данную дисциплину опираются «Производственная преддипломная практика».

4. Объем дисциплины (модуля)

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

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
43.03.02 Туризм	ЗФО	Бл1.В	4	4	13	4	8	0	1	0	131	Э

5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 Структура дисциплины (модуля) для ЗФО

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

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

№	Название темы	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
		Лек	Прак	Лаб	СРС	
1	Сущность и содержание туристско-рекреационного проектирования. Методика разработки туристско-рекреационного проекта	2	0	0	22	участие в собеседовании, обсуждение, оценка результатов
2	Анализ внутренней среды туристского предприятия, структуры рынка. Выбор потребителей туристских услуг и исследование конкурентной среды	0	2	0	24	участие в дискуссии, выполнение контрольных заданий, обсуждение результатов.

3	Разработка туристских товаров и услуг и ценообразование	0	2	0	28	контрольные задания, участие в обсуждении, оценка результатов
4	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама	2	2	0	28	разбор заданий, участие в дискуссии, оценка результатов
5	Производственный, организационный и финансовый планы в туристско-рекреационном проектировании	0	2	0	29	участие в дискуссии, обсуждение, оценка результатов
Итого по таблице		4	8	0	131	

5.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ЗФО

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

Содержание темы: Предмет и содержание туристско-рекреационного проектирования, социально-экономическая сущность туристско-рекреационного проекта. Основные принципы, функции, цели и задачи туристско-рекреационного проектирования. Общие требования, предъявляемые к туристско-рекреационным проектам. Подготовка к разработке и составлению туристско-рекреационного проекта. Структура проекта. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги). Бизнес-идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка). Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план). Основные разделы туристско-рекреационного проекта.

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

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

Тема 2 Анализ внутренней среды туристского предприятия, структуры рынка. Выбор потребителей туристских услуг и исследование конкурентной среды.

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

сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг. Понятие конкурентной среды туристского предприятия. Виды конкуренции и характеристика типов туристских рынков. Виды предпринимательского поведения в туризме. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании. Анализ факторов конкурентной среды туристского предприятия. Определение доли рынка предприятия. Характеристика основных конкурентов. Анализ продукции и услуг конкурентов. Анализ ценовой политики, программ продвижения. Оценка конкурентоспособности предприятия при его проектировании или развитии.

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

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

Тема 3 Разработка туристских товаров и услуг и ценообразование.

Содержание темы: Классификация туристских товаров и услуг. Общая характеристика турпродукта. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы. Формирование товарной политики на туристском предприятии. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия. Порядок разработки и выбора турпродукта. Инновационная деятельность. Представление характеристики продукции и услуг в туристско-рекреационном проекте. Сравнительный анализ по основным показателям с товарами-аналогами. Характеристика функциональных и потребительских свойств основных и дополнительных товаров и услуг. Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме и индустрии гостеприимства.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие: выполнение практических заданий.

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

Тема 4 Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама.

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

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие: практическое занятие по разработке медиа-плана туристско-рекреационного проекта.

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

Тема 5 Производственный, организационный и финансовый планы в туристско-рекреационном проектировании.

Содержание темы: Характеристика технологии производства продукции и услуг. Обоснование строительных решений при возведении объектов по плану. Оценка потребности в технологическом и торговом оборудовании. Выбор поставщиков оборудования. Оценка и представление затрат на оборудование. Расчет потребности в сырье, материалах, комплектующих, производственных затратах. Организационная схема управления предприятием. План персонала, система подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала. Расчет потребности в затратах на оплату труда персонала. Организационный план управления проектом. Календарный график мероприятий по проекту. Инвестиционный план: потребность в финансировании, источники финансирования, условия и сроки финансирования, условия возврата инвестиций. Диаграмма GANT. План прибылей и убытков. Выручка от реализации туруслуг. Производственные затраты. Валовая маржа. Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая прибыль. Налоговое окружение. План движения денежных средств. Критерии оценки инвестиционного проекта. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR). Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Практическое занятие: практическое занятие по разработке производственного плана туристско-рекреационного проекта.

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

6. Методические указания по организации изучения дисциплины (модуля)

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

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

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

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

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

процессов.

Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины:

1. Дайте определение понятия «туристско-рекреационный проект».
2. Перечислите цели, задачи и функции туристско-рекреационного проекта.
3. Опишите процесс подготовки к разработке и составлению туристско-рекреационного проекта.
4. Каков порядок проведения предпроектных исследований?
5. Каково назначение маркетинговых исследований в системе проектного анализа?
6. Укажите структуру маркетинговой среды предприятия.
7. Перечислите факторы формирования макросреды при разработке туристско-рекреационного проекта.
8. Обоснуйте необходимость нормативно-правового регулирования деятельности туризма на федеральном, региональном и местном уровнях.
9. Чем вызвана необходимость классификации предприятий сферы туризма и гостеприимства, понятие инфраструктура туризма?
10. В чем заключается сущность оценки конкурентной среды?
11. Каковы существенные особенности качественным и параметрических показателей конкурентной среды?
12. В чем заключается сущность оценки конкурентоспособности предприятия при разработке туристско-рекреационного проекта?
13. Каковы существенные особенности анализа потребителей продукции и услуг в туристско-рекреационном проектировании?
14. Чем вызвана необходимость проведения анализа внутренней среды предприятия при разработке туристско-рекреационного проекта?
15. Каково назначение анализа финансового состояния предприятия?
16. Обоснуйте значение комплексного экономического анализа на предприятии.
17. Приведите перечень показателей комплексного экономического анализа на предприятии.
18. Приведите пример SWOT-анализа в туристско-рекреационном проектировании.
19. Укажите принципиальные различия организационно-правовых форм предпринимательства.
20. Каковы достоинства и недостатки использования различных организационных форм управления проектом?
21. Каковы существенные особенности технологии регистрации и открытия туристской фирмы?
22. В чем заключается сущность раздела туристско-рекреационного проекта «Характеристика продукции и услуг»?
23. Сравните жизненный цикл гостиничного и туристского продукта.
24. Укажите принципиальные различия методики разработки плана маркетинга в туристско-рекреационном проекте и в маркетинговой стратегии.
25. Приведите пример расчет емкости рынка при формировании туристско-рекреационного проекта.
26. Дайте характеристику программе сбыта товаров и услуг в туристско-рекреационном проекте.
27. Дайте характеристику видов и форм продвижения с точки зрения проектного анализа.
28. Приведите пример методики формирования производственного и организационного плана при подготовке туристско-рекреационного проекта.
29. Приведите пример организационного плана управления проектом.
30. Опишите метод планирования работы с персоналом предприятий туризма.
31. Каковы основные направления развития туризма, определенные государственной программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Приморском крае» на 2019-2025

годы?

32. Опишите процесс планирования прибыли и денежных потоков при разработке туристско-рекреационного проекта.

33. Чем вызвана необходимость инвестиционного планирования?

34. Приведите пример потребностей и источников финансирования.

35. Перечислите бюджетные и внебюджетные источники финансирования целевых программ развития туризма на федеральном и региональном уровнях.

36. Каков порядок представления туристско-рекреационных кластеров для целей финансирования из бюджетных источников?

37. Опишите метод планирования движения денежных средств на основе инвестиционного плана и плана прибылей.

38. Дайте определение понятия «эффективность проекта».

39. Перечислите основные показатели эффективности проекта.

40. В чем заключается сущность анализа чувствительности проекта на изменение базовых показателей?

41. Составьте перечень рисков при разработке и представлении туристско-рекреационного проекта.

42. Укажите принципиальные различия мер управления и страхования рисков.

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

Для проведения занятий лекционного типа используется учебно-наглядные пособия в форме презентационных материалов, методический пособий и учебников, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие темам лекций, представленным в пункте 5 настоящей РПД

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

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

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

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

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

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

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

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г. и др. Маркетинг в туризме : Учебник [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2020 - 214 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=351739>
2. Боголюбов В. С., Быстров С. А., Боголюбова С. А. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ. ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов [Электронный ресурс] , 2020 - 256 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/turistsko-rekreacionnoe-proektirovanie-ocenka-investitsiy-452072>
3. Гомилевская Г.А., Квасов А.С., Терентьева Т.В. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме : Учебник [Электронный ресурс] : РИОР , 2019 - 190 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=330688>
4. Скобкин С. С. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] , 2019 - 373 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/ekonomika-predpriyatiya-v-industrii-gostepriimstva-i-turizma-438656>

8.2 Дополнительная литература

1. Абабков Ю. Н., Филиппова И. Г., Богданов Е. И. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма : Учебник [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2019 - 144 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=354660>
2. Боголюбов В. С., Быстров С. А., Боголюбова С. А. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ. ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] , 2019 - 256 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/turistsko-rekreacionnoe-proektirovanie-ocenka-investitsiy-434705>
3. Боголюбов В.С. ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ И ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для академического бакалавриата [Электронный ресурс] , 2018 - 340 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/finansovyy-menedzhment-v-turizme-i-gostinichnom-hozyaystve-414737>
4. Гончарова Л.М. Рекламная коммуникация в сфере туризма : Монография [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2020 - 158 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=353266>
5. Джанджугазова Е. А. МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ: МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для СПО [Электронный ресурс] , 2019 - 208 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketingovyetechnologii-v-turizme-marketing-turistskih-territoriy-430801>
6. Морозов М. А., Морозова Н. С. ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА 5-е изд., испр. и доп. Учебник для академического бакалавриата [Электронный ресурс] , 2019 - 291 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/ekonomika-organizacii-turizma-441186>
7. Морозова Н. С., Морозов М. А. РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ 6-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата [Электронный ресурс] , 2019 - 192 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/reklama-v-socialno-kulturnom-servise-i-turizme-432460>
8. Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : Учебно-методическая литература [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2020 - 166 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=358128>
9. Развитие туризма в Приморском крае [Электронный ресурс] : хрестоматия: [для бакалавров и магистров]: в 4 ч. . Ч. 1 : Современное состояние туристской отрасли

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

10. Феденева И. Н., Нехорошков В. П., Комарова Л. К. ; Отв. ред. Нехорошков В. П. **МЕНЕДЖМЕНТ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ** 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для академического бакалавриата [Электронный ресурс], 2019 - 205 - Режим доступа: <https://urait.ru/book/menedzhment-v-socialno-kulturnom-servise-i-turizme-437471>

11. ЭБС "Университетская Библиотека Онлайн"

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

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

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор
- Мульти-медийный комплект № 2: Проектор Panasonic PT-LX26HE, потолочное

крепление Tuarex Corsa, клеммный модуль Kramer WX -1N, коннектор VGA, экран Lumien Ecapicture

Программное обеспечение:

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

10. Словарь основных терминов

Активы предприятия (Assets) – собственность предприятия, имеющая денежную стоимость и отражаемая в активе баланса. Активы предприятия – деньги, счета дебиторов, оборотные фонды, основной капитал и нематериальные активы.

Анализ затрат (Cost analysis; Expenses analysis) – анализ величины, структуры и динамики затрат с целью выявления их возможного снижения и более эффективного использования имеющихся ресурсов.

Анализ маркетинговой среды (Marketing Analysis) – Метод, который анализирует внешней макро и микросреды предприятия. Использует методы PEST и SWOT-анализа.

Анализ ожидаемой денежной стоимости (Expected Monetary Value (EMV) Analysis) – Статистический метод, вычисляющий средний результат, когда в будущем имеются сценарии, которые могут произойти, а могут и не произойти. Обычно этот метод используется в рамках анализа дерева решений. Для анализа рисков стоимости и расписания рекомендуется применять моделирование, так как оно обладает большей мощностью и снижает вероятность неправильного применения по сравнению с анализом ожидаемой денежной стоимости.

Анализ резервов (Reserve Analysis) – Методы анализа, служащие для определения существенных характеристик и взаимосвязей элементов в плане управления проектом с целью установления резерва для длительности расписания, бюджета, оценочной стоимости или средств проекта.

Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats Analysis или SWOT Analysis) – Метод сбора информации, изучающий проект с точки зрения каждой из сильных и слабых сторон проекта, его благоприятных возможностей и угроз, чтобы увеличить охват рисков, рассматриваемых в рамках управления рисками.

Анализ тенденций (Trend Analysis) – Аналитический метод, использующий математические модели для прогнозирования результатов в будущем на основании исторических данных. С помощью этого метода определяется отклонение от базового плана по затратам, срокам или содержанию с использованием данных из предыдущих периодов отчетности и прогнозирования величины отклонения данного параметра в определенный момент в будущем, если в исполнение проекта не будут вноситься изменения.

Анализ чувствительности (Sensitivity Analysis) – Метод количественного анализа рисков и моделирования, используемый для определения рисков с наибольшим возможным воздействием на проект. В процессе анализа устанавливается, в какой степени неопределенность каждого элемента проекта отражается на исследуемой цели проекта, если остальные неопределенные элементы принимают базовые значения. Обычно отображение результатов представлено в виде диаграммы "торнадо".

Балансовый метод (Balance method) – способ обработки и анализа статистических данных на основе равенства целого сумме частей. Балансовый метод в статистике – метод обработки и анализа данных, позволяющий: установить взаимосвязь между ресурсами и их использованием; выявить пропорции, складывающиеся в процессе воспроизводства.

Бизнес-план (bissnes-plan) – документ, определяющий перспективные направления создания или развития (реконструкции, модернизации) действующей компании, включающий основные направления предпринимательской деятельности: маркетинговой, производственной, орагнизационной, финансовой.

Валовая прибыль (Gross margin; Gross margin from sales; Gross profit; Gross income; Contribution margin; Earnings before interest and taxes (EBIT); Profit before interest and taxes (PBIT) – сумма превышения чистой выручки от продаж над прямыми переменными затратами на производство продукции или оказания услуг: затратами на материалы, затратами труда и производственными накладными затратами.

Дебиторская задолженность, счета к получению (Accounts receivable) – сумма долгов, причитающихся предприятию, от юридических или физических лиц в итоге хозяйственных взаимоотношений с ними. Обычно долги образуются от продаж в кредит.

Жизненный цикл проекта (Project Life Cycle) – Набор обычно последовательных фаз проекта, количество и состав которых определяется потребностями управления проектом организацией или организациями, участвующими в проекте. Жизненный цикл можно документировать с помощью методологии.

Инвестиция, капиталовложения (Investment) – долгосрочное вложение капитала в предприятия разных отраслей, предпринимательские проекты, социально-экономические программы или инновационные проекты. Инвестиции приносят прибыль через значительный срок после вложения.

Инвестиционная собственность (Investment property) – собственность, приобретенная для получения доходов или извлечения прибыли.

Индекс выполнения сроков (ИБСР) (Schedule Performance Index, SPI) – Показатель выполнения расписания проекта. Отношение освоенного объема (ОО) к плановому объему (ПО). Индекс выполнения расписания = освоенный объем, поделенный на плановый объем. Значение, большее или равное 1, означает благоприятные условия, а значение, меньшее 1, означает неблагоприятные условия. См. также управление освоенным объемом.

Информационная система управления проектами (Project Management Information System, PMIS) – Информационная система, которая состоит из инструментов и методов, используемых для сбора, интеграции и распространения результатов процессов управления проектами. Она используется для поддержки всех аспектов проекта от инициации до завершения и может включать в себя как ручные, так и автоматизированные системы.

Капитальные вложения, капитальные затраты (Capital expenditures) – совокупность экономических ресурсов, направляемых на капитальное строительство и на воспроизводство основных средств.

Кластер – группа географически сконцентрированных взаимосвязанных компаний (поставщики, производители, провайдеры) и организаций (образовательные заведения, органы государственного управления), действующие в определенной сфере и взаимодополняющие друг друга.

Лизинг (Leasing) – аренда на срок от 6 месяцев до 15 лет технических средств и сооружений производственного назначения. Лизинг осуществляется на основе договора между лизинговой компанией (лизингодателем), приобретающей имущество за свой счет и сдающей его в аренду, и фирмой-арендатором (лизингополучателем), которая постепенно вносит арендную плату за использование лизингового имущества. В период действия договора право собственности на лизинговое имущество принадлежит лизингодателю, а право на пользование – лизингополучателю.

Ликвидность (Liquidity) – легкость реализации, продажи, превращения материальных или иных ценностей в денежные средства для покрытия текущих финансовых обязательств. Ликвидность – способность активов превращаться в деньги быстро и легко, сохраняя фиксированную свою номинальную стоимость.

Операционный анализ, анализ безубыточности (Break-e v e n analysis;

Cost-volume-profit analysis (C-V-P analysis) – анализ результатов деятельности предприятия на основе соотношения объемов производства, прибыли и затрат, позволяющий определить взаимосвязи между издержками и доходами при разных объемах производства.

Основные фонды (Capital assets; Fixed assets; Fixed capital) – произведенные активы, используемые неоднократно или постоянно в течение длительного периода, но не менее одного года, для производства товаров, оказания рыночных и нерыночных услуг.

Норма прибыли, ставка дохода (Rate of return; Rate of profit) – отношение прибыли, полученной предприятием, к стоимости имущества за вычетом его обязательств.

План движения денежных средств (CASH-FLO) – Статистический метод, определяющий денежные потоки: денежные поступления, отчисления, отсаток денежных средств на начало и конец периода.

Рентабельность продаж (Sales margin; Sales profitability) – отношение прибыли от реализации продукции (операционной прибыли) к объему продаж за определенный период.

Система программных мероприятий – совокупность институциональных и правовых преобразований, конкретных инвестиционных проектов и некоммерческих (социальных, экологических, других) мероприятий, выполнение которых обеспечивает осуществление Программы в целом

Собственный капитал (Equity; Ownership capital; Net worth) – капитал, вложенный владельцами предприятия. Собственный капитал АО – акционерный капитал. Собственный капитал рассчитывается как разница между совокупными активами предприятия и его обязательствами (пассивами) и представляет собой сумму превышения обоснованной рыночной стоимости собственности над непогашенной задолженностью.

Товарно-материальные запасы, материальные оборотные средства (Inventory) – товары, которые компания держит для производства и продажи: наличные запасы сырья, готовая продукция и товары на складе, незавершенное производство, товары, закупленные для перепродажи, животные на откорме.

Туристско-рекреационный кластер – группы географически соседствующих, использующих рекреационный потенциал территории и взаимодействующих между собой предприятий, общественных организаций и связанных с ними органов государственного управления, формирующих и обслуживающих туристские потоки.

Факторы производства, экономические ресурсы (Factors of production; Economic resources) – используемые в производстве ресурсы, от которых в определяющей степени зависят количество, объем выпускаемой продукции. Четыре основных фактора производства – земля, труд, капитал, а также предпринимательская способность.

Финансовый лизинг, финансовая аренда (Financial leasing; Financial lease) – операция по специальному приобретению имущества в собственность и последующей сдачей его во временное владение и пользование на срок, приближающийся по продолжительности к сроку эксплуатации и амортизации всей стоимости имущества. В течение срока договора лизингодатель за счет лизинговых платежей возвращает себе всю стоимость имущества и получает прибыль от финансовой сделки. Фактически финансовый лизинг представляет собой форму долгосрочного кредитования. Финансовый лизинг характеризуется трехсторонним характером взаимоотношений.

Фондовооруженность труда (Fixed capital per worker) – показатель, характеризующий оснащенность работников предприятий сферы материального производства основными производственными средствами. Фондовооруженность определяется как отношение стоимости основных средств предприятия к средней годовой списочной численности работников.

Чистая прибыль, чистые поступления, чистый доход, (Net income; Net earnings; Net profit; Pure profit) – часть балансовой прибыли предприятия, остающаяся в его распоряжении после уплаты налогов, сборов, отчислений, обязательных платежей в бюджет. Из чистой прибыли выплачиваются дивиденды акционерам, производятся reinvestitions в производство и формирование фондов и резервов.

ADR (Average daily room rate) – средняя цена за номеро/день с учетом

заполняемости.

GopPAR (Gross operating profit per available room) – валовая прибыль на один доступный номеро/день.

RevPAR (Revenue per available room per day) – доход с одного доступного места.