

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 24.04.2024 09:28:25

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58480412a28e198

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования**

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания

по выполнению практических работ

по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме»

для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль): «Управление впечатлениями в индустрии
гостеприимства»

Пятигорск, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
Практическое занятие 1.....	7
Практическое занятие 2.....	8
Практическое занятие 3.....	12
Деловая игра к практическому занятию № 3.....	13
Практическое занятие 4.....	16
Практическое занятие 5.....	19
Практическое занятие 6.....	21
Практическое занятие 7.....	22
Деловая игра к практическому занятию № 7.....	24
Практическое занятие 8.....	27
Практическое занятие 9.....	29

ВВЕДЕНИЕ

Практическое занятие является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно сам семинар (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Практическое занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

Ко всем темам занятий дан перечень наиболее важных вопросов, необходимых для усвоения, а также приведен список основной и дополнительной литературы, необходимой для изучения.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На занятии большое внимание уделяется рассмотрению не только теоретических вопросов, но и выполнению практических упражнений, направленных на выработку умений и навыков культурной речи. К каждому занятию студент подбирает материалы из методической литературы, СМИ, Интернета.

Рекомендуется в отдельной тетради вести словарь терминов (в алфавитном порядке) с пояснениями к ним.

Если слушатель не подготовился к занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе. При возникновении трудностей при изучении курса, необходимо посетить консультацию преподавателя, ведущего занятия, в соответствии с графиком консультаций, который имеется на кафедре Туризма и гостиничного дела.

При подготовке к занятиям по всем темам слушатели должны изучить:

- рекомендованную в плане практических занятий основную литературу;
- рекомендованную в плане практических занятий дополнительную литературу.

Формируемые компетенции:

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать	ИД-1 ОПК-5 Определяет, анализирует, производитивно-экономические показатели предприятий туристской сферы	Обладает комплексной системой знаний методов сбора экономической информации; обладает умением и навыками

экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности		анализа производственно-экономических показателей предприятий туристской сферы на макро- и микроуровнях.
	ИД-2 ОПК-5 Принимает экономически обоснованные управленческие решения	Принимает экономически обоснованные управленческие решения на основе проанализированных производственно-экономических показателей деятельности туристского предприятия.
	ИД-3 ОПК-5 Обеспечивает экономическую эффективность туристского предприятия	Способен рассчитать и проанализировать затраты и чистую прибыль деятельности предприятия туристской индустрии; создавать и внедрять инновационные решения для повышения экономической эффективности туристского предприятия.
ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	ИД-1 ПК-3 Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя	Знает методы сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации необходимой для организации и управления туристской деятельностью. Знает современные методы принятия управленческих решений. Умеет составлять документацию в области профессиональной деятельности и проверять правильность ее оформления. Умеет эффективно взаимодействовать с потребителем, контрагентами, органами государственной законодательной и исполнительной власти
	ИД-2 ПК-3 Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, осуществляет	Умеет управлять внутрифирменными процессами в туристской организации, в том числе по формированию и

	<p>деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей и способствующую решению социальных проблем общества</p>	<p>использованию материально-технических и трудовых ресурсов. Способен осуществлять выбор и способы реализации стратегии развития туристских предприятий с учетом современных мировых тенденций. Умеет разрабатывать текущие и перспективные планы реализации туристских продуктов.</p>
--	---	---

Практическое занятие 1.

Предприятие – как основное звено экономики.

Цель: Изучить предприятие – как основное звено экономики. Изучить предприятие туризма и его финансовый и кадровый потенциал.

Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности; ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

Актуальность темы: Предприятие есть основная форма организации предпринимательской деятельности. Функционируя на рынке, предприятие является главным хозяйствующим субъектом, занятым производством продукции, выполнением работ, оказанием различных производственных услуг.

Теоретическая часть:

Под предприятием понимается самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в порядке, установленном законом, для производства продукции, оказания услуг, выполнения работ в целях удовлетворения потребностей рынка, получения прибыли или осуществления специальных социально значимых функций.

Предприятие (организация) является основным звеном экономики. Именно на предприятии осуществляется производство и реализация продукции (работ, услуг), происходит непосредственная связь работников со средствами производства и предметами труда. Как основные хозяйствующие субъекты предприятия играют важную роль в социально-экономическом развитии страны. От эффективности их деятельности во многом зависит социальная и политическая стабильность в обществе.

Роль предприятий состоит в следующем:

- на уровне предприятия решаются основные экономические задачи общества;
- что производить, как производить, для кого производить;
- от результатов деятельности предприятий зависит социально-экономическое положение регионов и страны в целом;
- предприятие создает рабочие места, обеспечивая занятость населения;
- от деятельности предприятий зависит качество товаров, услуг, удовлетворение спроса потребителей;
- предприятия обеспечивают формирование доходов населения, социальное развитие трудовых коллективов, создают условия для обучения, повышения квалификации персонала;
- предприятия участвуют в формировании региональной инфраструктуры;
- предприятия через налоговую систему формируют доходную часть федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов.

Функции предприятий зависят от профиля их деятельности (производство продукции, выполнение работ, оказание услуг) и конкретизируются в зависимости от отраслевой принадлежности.

Выполняя свои функции, предприятия решают ряд задач, основными из которых являются:

- получение прибыли, наращивание рыночной стоимости, обеспечение дохода владельцам;
- обеспечение потребителей продукцией, товарами (работами, услугами) соответствующего качества;
- обеспечение персонала заработной платой, нормальными условиями труда и возможностями профессионального роста;
- рациональное использование производственных ресурсов;

- обеспечение конкурентоспособности продукции (услуг) и предприятия в целом.

Задачи предприятия определяются интересами владельцев, размерами капитала, ситуацией внутри предприятия и во внешней среде. Они находят свое выражение в стратегии развития предприятия. Для решения вышеназванных задач предприятия формируют имущество, приобретают оборудование, материалы, товары, нанимают оперативный персонал, создают организационную структуру и аппарат управления, организуют технологические процессы.

Вопросы и задания:

1. Значение предприятия в экономике страны.
2. Понятие «предприятия».
3. Предприятия как субъект рыночной экономики.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2019. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Перечень дополнительной литературы:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

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

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагат».

Практическое занятие 2.

Предприятие туризма и его финансовый и кадровый потенциал.

Цель: Изучить предприятие туризма и его финансовый и кадровый потенциал.

Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности; ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского

продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

Актуальность темы: Продвижение к цивилизованному рынку имеет целью экономическую стабилизацию, появление совершенного законодательства, нормальной конкурентной среды, изобилие материальных факторов производства, доступность предметов потребления. По опыту стран с развитым рынком, основным фактором конкурентоспособности фирмы, ее выживаемости и процветания становится качество персонала и его отношение к труду, профессионализм и творчество работников. Западный бизнес все более склонен считать, что неполное использование кадрового потенциала - это упущенная выгода, а неправильное, неграмотное использование, эксплуатация, пренебрежение к работникам - путь к прямому ущербу.

Теоретическая часть:

Под предприятием понимается самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в порядке, установленном законом, для производства продукции, оказания услуг, выполнения работ в целях удовлетворения потребностей рынка, получения прибыли или осуществления специальных социально значимых функций.

Предприятие (организация) является основным звеном экономики. Именно на предприятии осуществляется производство и реализация продукции (работ, услуг), происходит непосредственная связь работников со средствами производства и предметами труда. Как основные хозяйствующие субъекты предприятия играют важную роль в социально-экономическом развитии страны. От эффективности их деятельности во многом зависит социальная и политическая стабильность в обществе.

Роль предприятий состоит в следующем:

- на уровне предприятия решаются основные экономические задачи общества;
- что производить, как производить, для кого производить;
- от результатов деятельности предприятий зависит социально-экономическое положение регионов и страны в целом;
- предприятие создает рабочие места, обеспечивая занятость населения;
- от деятельности предприятий зависит качество товаров, услуг, удовлетворение спроса потребителей;
- предприятия обеспечивают формирование доходов населения, социальное развитие трудовых коллективов, создают условия для обучения, повышения квалификации персонала;
- предприятия участвуют в формировании региональной инфраструктуры;
- предприятия через налоговую систему формируют доходную часть федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов.

Функции предприятий зависят от профиля их деятельности (производство продукции, выполнение работ, оказание услуг) и конкретизируются в зависимости от отраслевой принадлежности.

Выполняя свои функции, предприятия решают ряд задач, основными из которых являются:

- получение прибыли, наращивание рыночной стоимости, обеспечение дохода владельцам;
- обеспечение потребителей продукцией, товарами (работами, услугами) соответствующего качества;
- обеспечение персонала заработной платой, нормальными условиями труда и возможностями профессионального роста;
- рациональное использование производственных ресурсов;
- обеспечение конкурентоспособности продукции (услуг) и предприятия в целом.

Задачи предприятия определяются интересами владельцев, размерами капитала, ситуацией внутри предприятия и во внешней среде. Они находят свое выражение в стратегии развития предприятия. Для решения вышеназванных задач предприятия

формируют имущество, приобретают оборудование, материалы, товары, нанимают оперативный персонал, создают организационную структуру и аппарат управления, организуют технологические процессы.

Раскрывая сущность предприятия, принято рассматривать ее в трех аспектах:

- юридическом,
- экономическом,
- отраслевом.

Наиболее общий характер, присущий всем предприятиям независимо от отраслевой принадлежности, имеет юридический аспект. С правовой точки зрения все предприятия рассматриваются как юридические лица. Признаками предприятия как юридического лица являются: организационное единство, имущественная обособленность, самостоятельная имущественная ответственность, собственное наименование и выступление в гражданско-правовом обороте от своего имени (собственного лица), наличие расчетного счета, самостоятельного бухгалтерского баланса.

Организационное единство предполагает наличие определенной соподчиненности органов управления предприятием, составляющих его структуру, регламентацию отношений между его подразделениями. Закрепляется организационное единство в уставе юридического лица.

Наличие обособленного имущества в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении означает, что имущество юридического лица обособляется от имущества других юридических лиц (в том числе вышестоящих), учредителей, государственных или муниципальных образований. Внешним выражением имущественной обособленности является наличие у организации (предприятия) уставного капитала (складочного капитала у товариществ, уставного фонда у государственных, муниципальных унитарных предприятий), а учетно-бухгалтерским отражением служит самостоятельный баланс.

Самостоятельная имущественная ответственность организаций (предприятий) является следствием их имущественной обособленности. Юридическое лицо несет имущественную ответственность за свои действия и по обязательствам.

Выступление в гражданско-правовом обороте от собственного лица означает возможность приобретать и осуществлять гражданские права, нести обязательства, а также выступать истцом и ответчиком в суде.

Экономический аспект сущности предприятия характеризуется его самостоятельностью как субъекта рыночных отношений, созданного для удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. Для выполнения своих функций и задач предприятие должно иметь материальные, трудовые, финансовые ресурсы. Используя эти ресурсы, оно принимает различные управленческие решения.

Степень самостоятельности в принятии этих решений зависит от того, какими правами обладает предприятие в отношении имущества.

Кадровый потенциал организации – важнейший стратегический фактор, определяющий ее успех. Качественные и количественные характеристики рабочей силы определяют возможность реализации экономических программ, структурной перестройки, расширения производства, роста качества продукции и производительности труда. Именно мероприятия, способствующие развитию персонала, позволяют увеличить кадровый потенциал компании.

Сущность и значение основных средств, их состав и структура

Для достижения целей хозяйственной деятельности туристское предприятие, как и любое другое, должно обладать хотя бы минимумом основных средств, позволяющих этого добиться.

Основные средства (ОС) предприятий, учреждений и организаций представляют собой совокупность средств и орудий труда, действующих в натуральной форме в течение

длительного времени как в сфере материального производства, так и в непроизводственной сфере.

Согласно этому определению различают:

- основные производственные средства, действующие на предприятиях и предназначенные для изготовления продукции (механизмов, оборудования и ò.ä.);
- основные непроизводственные средства, действующие в сфере обслуживания (медицинских, бытовых, торговых, оздоровительных и других учреждений).

В соответствии со спецификой сферы туризма особый интерес представляют основные непроизводственные средства. Непроизводственные основные средства туристского предприятия есть совокупность вещей, сохраняющих свою материально-вещественную форму и используемых организацией в хозяйственной деятельности в течение длительного (более 12 месяцев) периода, стоимость единицы которых при этом превышает величину, установленную учетной политикой организации в соответствии с законодательством.

Основные средства предприятий туризма и их хозяйств (автобаз, прачечных и др.) образуют производственно-техническую базу, которая характеризует мощность этих предприятий.

В соответствии с Временным республиканским классификатором ОС для учета и планирования делятся на группы и виды в зависимости от срока службы и их назначения в производственном процессе.

Вопросы и задания:

1. Предприятие как объект управления.
2. Имущественный комплекс предприятия туризма и сервиса: внеоборотные активы.
3. Трудовые ресурсы предприятия туризма.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2019. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Перечень дополнительной литературы:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

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

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;

2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

Практическое занятие 3

Внутренняя среда предприятия.

Цель: Изучить внутреннюю среду предприятия.

Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности; ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

Актуальность темы: Изучение внутренней среды компании дает руководству возможность оценить внутренние ресурсы и возможности компании. Выявляя сильные и слабые стороны компании, руководство имеет возможность расширять и укреплять конкурентные преимущества и, соответственно, предупредить возникновение возможных проблем.

Теоретическая часть:

Среда туристического предприятия - это совокупность объективных условий при которых это предприятие осуществляет свою деятельность. Различают внешнее и внутреннее среды.

Внутренняя среда организации — глобальная структура организации, охватывающая все ее производственные подразделения, финансовые, транспортные и иные независимо от их местоположения и сферы деятельности.

Руководитель организации формирует и изменяет, когда это необходимо, внутреннюю среду организации. Для этого он должен уметь выделять и знать ее внутренние переменные — цели, структуру, задачи, технологию, персонал. Поскольку организации представляют собой созданные людьми системы, то внутренние переменные в основном являются результатом управленческих решений. Это, однако, не означает, что все внутренние переменные полностью контролируются руководством. Некоторые внутренние переменные выступают в качестве барьеров, и руководство должно преодолеть в своей работе, например, барьер взаимодействия с подчиненными, барьер передачи знаний и опыта; в туризме встречается такой барьер, как завышенные требования к персоналу в части знания туристской территории, т.е. руководитель ожидает от подчиненных очень глубоких познаний зон отдыха, достопримечательностей, традиций, что в полной мере приходит с опытом.

Цели организации — конкретные конечные состояния или желаемый результат, которого стремится добиться трудовой коллектив. Основной целью коммерческих организаций является получение прибыли, на что указывает Гражданский кодекс РФ. Генеральной целью деятельности турфирм является предоставление качественных туристских услуг и повышение степени удовлетворенности туриста от совершенного путешествия. Эти цели нельзя назвать разнородными, они формируют взаимосвязь — дерево целей: реализация одной из них нецелесообразна без реализации другой. Цели разрабатываются руководством организации и доводятся до сведения управляющих всех уровней.

Структура организации представляет собой логическое взаимоотношение уровней управления и функциональных областей, направленное на установление четких взаимосвязей между отдельными подразделениями организации, распределение между ними прав и ответственности в такой форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей.

Задачи организации — определенная работа, серия работ, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в заранее определенные сроки. Задачи непрерывно усложняются по мере роста доли рынка, требующего обеспечения все возрастающими объемами ресурсов — материальных, финансовых, трудовых и др.

Качество работы персонала напрямую определяется реализацией кадровой политики в организации. При этом немаловажную роль играет стиль руководства. В туристских организациях особо значимы благоприятные корпоративные отношения в трудовом коллективе и неприемлемы авторитарные методы управления, так как они угнетают творческий подход, инициативу, свободу коммуникации менеджеров, препятствуют формированию атмосферы открытости, взаимоподдержки.

Многообразие деятельности внутренней среды туристской организации можно свести к следующим укрупненным сферам: О производство и предоставление туристских услуг;

- маркетинг и материально-техническое снабжение;
- научные разработки в области развития туризма — технологии работы с клиентами и персоналом, ноу-хау систем обслуживания туристов;
- финансовое управление, бухгалтер и отчетность;
- общее руководство;
- управление персоналом.

Такое деление на сферы деятельности весьма условно и конкретизируется в общей и производственной организационной структурах.

Тщательный анализ факторов внутренней среды организации является предпосылкой принятия правильных управленческих решений.

Предприятием является самостоятельно хозяйствующий субъект, обладающий правами юридического лица, который на основе использования имущества трудовым коллективом производит и реализует продукцию, выполняет работы, оказывает услуги. Предприятие основано на предпринимательской деятельности.

Предпринимательство — это инициативная деятельность хозяйствующих субъектов, связанная с традиционным и новаторским использованием имущества, денежных средств и других ресурсов в целях достижения коммерческого и иного успеха на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой.

В области туристской деятельности предпринимательство в большей степени связано с оказанием услуг.

Вопросы и задания:

1. Основные ее элементы: производство, маркетинг, финансы, управление персоналом, организационная структура.
2. Признаки, характеризующие элементы внутренней среды предприятия.
3. Оценка внутренней среды и ее назначение.

Деловая игра к практическому занятию № 3.

Цель: исследование формирования и развития конкретного стиля руководства на примере туристской организации в г. Пятигорске.

Формируемые компетенции: ОПК-5 способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности; ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

Методика выполнения: Студенческая аудитория разбивается на группы по 3 человека для разработки турорганизации в г. Пятигорске, определяет ее название, цель формирования и планы дальнейшего развития. Группа самостоятельно определяет руководителя и подчиненных и выявляет для организации стиль руководства менеджера.

Ход выполнения деловой игры:

1. Обобщить цели и планы туристской организации.
2. Обобщить выбор руководителя и распределение обязанностей подчиненных.
3. Обосновать стиль руководства менеджера туристской организации (авторитарный, демократический или либеральный).
4. Выбранному руководителю определить актуальную проблему туристской организации и провести производственное совещание на основании выбранного стиля руководства.
5. Выбранному руководителю необходимо определить приемлемый вариант решения нижеперечисленных производственных проблем, используя выбранный стиль руководства (Таблица 1).

Таблица 1 – Определение правильности действий менеджера использованием выбранного стиля руководства

№	Вопрос	Предполагаемый ответ
Производственные ситуации		
1	Ваш непосредственный начальник, минуя вас, дает задание вашему подчиненному, который уже занят выполнением срочной работы. Вы и ваш начальник считаете свои задания неотложными	А. Буду строго придерживаться субординации, не оспаривая решения начальника
		Б. Предложу подчиненному отложить выполнение текущей работы
		В. Выражу свое несогласие с решением начальника; предупрежу его о том, что впредь в таких случаях буду отменять его задания, порученные моему подчиненному без моего согласия
		Г. В интересах дела отменю задание начальника, прикажу подчиненному продолжать начатую работу
2	Между вашими подчиненными возник конфликт, мешающий им успешно работать. Каждый из них в отдельности обращается к вам, чтобы вы приняли его сторону и разрешили конфликт	А. Моя задача - не допустить, чтобы они конфликтовали на работе, а решать конфликт - их личное дело
		Б. Лучше всего разобраться в этом общественным организациям
		В. Прежде всего необходимо разобраться в причинах конфликта самому и попытаться найти способ их примирить
		Г. Выяснить, кто из членов коллектива - авторитет для конфликтующих, и воздействовать на людей через него
3	3. Ваш подчиненный по причине недисциплинированности не выполнил задание в срок,	А. Сначала добиться выполнения задания, а затем уже поговорить наедине: воспитывать, а если надо - наказать

	хотя дал слово сделать эту важную работу к намеченной дате	<p>Б. Поговорить с ним наедине, выяснить причину срыва, добиться выполнения работы, наказать в случае повторного нарушения вдвойне</p> <p>В. Сначала поговорить с теми, кто больше знает о провинившемся, и посоветоваться о том, какую форму воздействия применить к нему</p> <p>Г. Отменить задание, передать вопрос на решение «треугольнику». В дальнейшем вести тщательный контроль за его работой, вовремя исправлять ошибки</p>
4	Один из членов вашего коллектива внезапно заболел. Каждый сотрудник очень занят срочной работой. Работа отсутствующего также должна быть выполнена в срок. Как вы поведете себя в такой ситуации?	<p>А. Поручу выполнить работу за отсутствующего одному из своих подчиненных</p> <p>Б. Предложу: «Давайте подумаем вместе, кто возьмет на себя эту работу. Ведь она все равно должна быть сделана. Пусть каждый скажет, что он делает в этот период, а затем мы вместе решим, как выполнить работу заболевшего»</p> <p>В. Скажу коллективу: «Я очень перегружен работой! Разделите-ка сами между собой работу заболевшего. Выручайте друг друга и весь коллектив. Человек выздоровеет - отработает. За дело!»</p> <p>Г. Скажу и сделаю так: «Если никто из вас не сможет выполнить работу, я сам сделаю ее!»</p>
<i>Ваш подчиненный - хороший организатор, профессиональный специалист, умен, инициативен</i>		
1	1. Постоянно опаздывает на работу. Каковы ваши действия?	
	2. Показывает неуважение к вам. Ваши действия?	
	3. Просит отпуск в «жаркий» период производственного времени по семейным обстоятельствам. Ваши действия?	

Вопросы для дискуссии в ходе деловой игры:

1. Какие подходы в теории управления используются к определению эффективности лидерства?
2. Какие факторы влияют на формирование и развитие конкретного стиля руководства?
3. Какова зависимость между результатами труда и стилем руководства?
4. В чем специфика многомерных стилей руководства?

Защита проектов оканчивается конкурсом на лучшее обоснование стилей

руководства менеджеров туристской организации, в котором по желанию можно выделить несколько номинаций: самый эффективный стиль руководства, самый достойный руководитель турфирмы и т.д. Предварительно каждому руководителю следует разработать список критериев, на основе которых будет производиться отбор лучшего выбранного руководителя туристской организации.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2019. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Перечень дополнительной литературы:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7

2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3

3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

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

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

Практическое занятие 4.

Предпринимательская и производственная функция предприятий сферы туризма.

Цель: Изучить предпринимательскую и производственную функцию предприятий сферы туризма.

Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности; ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

Актуальность темы: В условиях современной рыночной экономики весьма актуальна тема выбора организационно-правовых форм предпринимательской деятельности. Наличие различных организационно-правовых форм хозяйствования, как

показала мировая практика, является важнейшей предпосылкой для эффективного функционирования рыночной экономики в любом государстве, в том числе и России.

Теоретическая часть:

Предприятием является самостоятельно хозяйствующий субъект, обладающий правами юридического лица, который на основе использования имущества трудовым коллективом производит и реализует продукцию, выполняет работы, оказывает услуги. Предприятие основано на предпринимательской деятельности.

Предпринимательство — это инициативная деятельность хозяйствующих субъектов, связанная с традиционным и новаторским использованием имущества, денежных средств и других ресурсов в целях достижения коммерческого и иного успеха на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой.

В области туристской деятельности предпринимательство в большей степени связано с оказанием услуг.

Субъектами предпринимательства (предпринимателями) могут быть как отдельные частные лица, действующие от своего имени и под свою имущественную ответственность, так и объединения партнеров, действующие под ответственность юридического лица.

Известны две модели предпринимательства: классическое и инновационное.

Классическое предпринимательство — традиционное, консервативное предпринимательство, направленное на максимальную отдачу ресурсов при использовании традиционных приемов хозяйствования для повышения рентабельности деятельности организации и обновления номенклатуры услуг.

Инновационное предпринимательство — предпринимательская деятельность на основе новаторства в целях создания новшеств посредством использования неизвестных факторов экономики или путем их нового сочетания с традиционными. Такая новаторская деятельность, как правило, приносит более ощутимый результат, чем традиционное предпринимательство, но предъявляет особые требования к предпринимателю.

Предприниматель должен:

— обладать самостоятельностью и независимостью в принятии решений по любому вопросу деловой деятельности в рамках действующего законодательства;

— иметь экономическую и иную заинтересованность в результатах своей деятельности, т.е. рассчитывать получить максимально возможную прибыль;

— идти на риск и брать на себя ответственность. Под риском понимают возможность возникновения в ходе реализации планов неблагоприятных условий, приводящих к убыткам. Различают риски производственные, коммерческие, финансовые, инвестиционные и рыночные. Методами снижения риска и уменьшения потерь от возникновения событий риска являются прогнозирование развития рынка, распределение риска между партнерами, страхование, резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов и др.;

— всегда иметь инновационный подход к деятельности (т.е. новаторство в использовании имеющихся факторов производства товаров/услуг, в поисках и привлечении новых потребителей услуг, факторов производства, новых рынков сбыта и нетрадиционных организационных форм деятельности). Для предпринимателя движущей силой в поиске и внедрении новшеств является ожидание сверхприбылей.

Для успешной организации доходного дела в современных условиях предприниматель должен иметь хорошую профессиональную подготовку, необходимые знания в области экономики, политики, психологии, юриспруденции, организации производства продукции и услуг, а также уметь сотрудничать с учеными, специалистами по маркетингу, владельцами капитала.

В предпринимательской деятельности выделяют следующие *стадии*:

1) накопление и отбор предпринимательской идеи, в которой могут быть совмещены возможности предпринимателя с потребностями рынка;

- 2) планирование производственной и финансово-хозяйственной деятельности, маркетинга;
- 3) определение потребностей в ресурсах (в том числе в денежных средствах) и в поставщиках;
- 4) управление проектом, т.е. техническая, финансовая, организационная подготовка производства товаров/услуг, осуществление запланированной деятельности;
- 5) управление предприятием — контроль, анализ и корректировка действий, накопление опыта, поиск новых идей.

Успех предпринимателя зависит от условий, в которых он функционирует. Назовем некоторые из них.

Предпринимательская среда — общественные условия (ситуация), в которых осуществляется предпринимательство и которые оказывают влияние на результаты предпринимательства. Различают следующие группы условий.

Экономические условия — фактическое предложение товаров/услуг и платежеспособный спрос на них; доходы фактических и потенциальных туристов; наличие, величина и доступность заемных средств для предпринимателей; наличие альтернативных товаров/услуг и цен на них; развитость инфраструктуры туристского рынка; условия конкуренции.

Социальные условия — это представление общества о путях развития предпринимательства и отношение к нему (неприятие, терпимость, одобрение); отношение государства (аппарата управления) к предпринимательству; национальные традиции и обычаи; образовательный уровень специалистов, с которыми предприниматель вступает в деловые отношения.

Правовые условия — законы и подзаконные акты, регулирующие предпринимательскую деятельность и создающие наиболее благоприятные условия для развития предпринимательства. Важнейшими являются законы о правовых гарантиях предпринимательской деятельности, включая право на собственность и соблюдение договорных обязательств.

Вопросы и задания:

1. Понятие «предпринимательство».
2. Модели предпринимательства.
3. Стадии предпринимательской деятельности.
4. Услуга как специфический продукт предприятий туристического бизнеса.
5. Требования к услугам в сфере туризма.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. — 2-е изд. — Ростов н/Д : Феникс, 2019. — 383 с. — (Бизнес-технологии). — Библиогр.: с. 378-381. — ISBN 978-5-222-13003-2

Перечень дополнительной литературы:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. — М.: Финансы и статистика, 2020. — 176 с. — ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. — М.: Финансы и статистика, 2019. — 176 с. : ил. — Гриф: Рек. МО. — ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. — М.: Финансы и статистика, 2019. — 208 с. : ил. — Библиогр.: с. 207-208. — ISBN 5-279-01873-3

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

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

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

Практическое занятие 5

Экономическая оценка результатов деятельности предприятия туризма и сервиса.

Цель: Изучить экономическую оценку результатов деятельности предприятия туризма и сервиса.

Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности; ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

Актуальность темы: Туризм — вид экономической деятельности, ориентированной на конечного потребителя. Финансовые результаты деятельности туристского предприятия определяются объемами продаж туристского продукта, определяемые спросом, и уровнем себестоимости, обусловленным качеством туристских товаров. Все это обуславливает актуальность анализа финансовых результатов и факторов, влияющих на их величину.

Теоретическая часть:

Под эффективностью работы сервисного предприятия подразумевается отношение результатов его деятельности к затратам, направленным на их качественное достижение. В указанном понимании эффективности отображен так называемый затратно-ресурсный подход.

Есть также другой подход к эффективности - целеориентированный. Он позволяет сопоставлять, насколько выполнены предприятием цели, поставленные первоначально. Перечень подобных целей обычно сводится к следующему:

- выживание в условиях конкурентной борьбы;
- лидерство в борьбе с конкурентами;
- недопущения крупных финансовых неудач и банкротства;
- приобретение устойчивого положения и позитивного имиджа;
- рост экономического потенциала;
- рост объемов производства и реализации;
- максимизация прибыли и минимизация расходов;
- рентабельность и т.п.

Эти два подхода тесно переплетены между собой, дополняя друг друга. Нередко считается, что они позволяют исчерпать понимание любой эффективности управленческих процессов. В практике работы сервисного предприятия анализ общей эффективности осуществляется на уровне высшего звена управления, хотя польза от работы отдельных подразделений также учитывается. Расчет экономической

эффективности производится путем сравнения затрат с экономическим эффектом. Положительный результат свидетельствует об экономии, отрицательный - об убытке.

Однако в последние годы в экономической практике - и сфера услуг выступала здесь лидером - формируются другие критерии и акценты в понимании эффективности работы предприятия. Становится очевидным, что недостаточно различать эффективность результативную (связанную с сопоставлением результатов и целей) и экономическую (ресурсно-затратную). Необходим анализ обоснованности целей деятельности предприятий, а также самих критериев эффективности, что поднимает эту проблему на более широкий уровень рассмотрения.

Известно, например, что представления о целях общественного развития и развития экономики медленно, но постоянно трансформируются. Одновременно меняются и представления о критериях эффективности. В последние годы в мировой практике управления появляются более широкие способы оценки результативности работы предприятий, нацеленные на учет самых разных факторов и обстоятельств его деятельности, включая и те, которые связаны с людьми (с кадровым составом и с потребителями). Ключевой момент понимания эффективности начинает связываться с выяснением того, при помощи комбинации каких ресурсов в сложившихся условиях получен результат, что упущено, какие резервы не использованы, как повысить эффективность в будущем с учетом проделанного анализа.

Такой широкий подход к определению экономической эффективности, наиболее отвечающий специфике сервисной деятельности, дается в теории комплексного экономического анализа. В его рамках эффективность сервисного предприятия рассматривается в разделах перспективного, текущего, оперативного анализа, на базе которого оценивается достигнутый результат, а также выявляются факторы его изменения, неиспользованные возможности и резервы его повышения.

Эффективность сервисного предприятия можно исследовать с самых разных сторон: с точки зрения формирования затрат, планирования объема услуг, прибыли, реализации инвестиционных проектов и др. Вместе с тем анализ затрат, методов их распределения, составление и контроль выполнения смет, калькулирование себестоимости единицы продукции и т.п. -- все эти вопросы выступают необходимым и вместе с тем только начальным этапом анализа общей эффективности сервисной организации.

Вопросы и задания:

1. Производительность и оплата труда на предприятии туризма.
2. Затраты предприятия туризма и их оценка.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2019. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Перечень дополнительной литературы:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

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

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

Практическое занятие 6 **Международная торговля и туризм.**

Цель: Изучить международную торговлю и туризм.

Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности; ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

Актуальность темы: Туризм представляет собой социальное, культурное и экономическое явление, связанное с перемещением людей в места, находящиеся за пределами их постоянного жительства, причем мотивом, как правило, служат развлечения и отдых. Он оказывает воздействие на экономику, природную и антропогенную среду и местное население в посещаемых местах и на самих туристов.

Теоретическая часть:

Обмен услугами международного туризма между странами, так же как и обмен товарами, является частью международной торговли и оказывает значительное влияние на экспорт и импорт страны. Оказание первой медицинской помощи туристу в стране пребывания является экспортом для принимающей страны, а питание, которое туристы получают за рубежом, считается импортом для страны отправления этих туристов.

Международный туризм является также активным генератором международных торговых потоков товаров и услуг других сфер экономики. Многие страны удовлетворяют запросы иностранных гостей с помощью импортных продуктов и услуг, а развитие туристской инфраструктуры в стране тоже может стимулировать импорт различных строительных материалов, сырья, технологий. В свою очередь, для продвижения туристского продукта за границу могут экспортироваться рекламные товары, одежда, журналы и другая продукция.

Последствия такого перехода к новому постиндустриальному обществу могут быть неадекватны, например, в сфере занятости из-за перехода большого количества трудовых ресурсов из производственного сектора в сферу услуг. И здесь надо проводить оптимальную политику перераспределения трудовых ресурсов, чтобы не создавался излишек их в сфере услуг в ущерб производственному сектору. В этой связи многие страны иногда проводят политику, направленную на сокращение обмена туристскими услугами или товарами, предназначенными для туризма.

Ограничивающие меры для туризма могут быть весьма разнообразны — от ограничений ввоза и вывоза иностранной валюты до повышения тарифов на перевозки, а также административного квотирования количества путешествующих.

Вопросы и задания:

1. Международные туристские организации.
2. Показатели конкурентоспособности страны в туристическом бизнесе.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2019. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Перечень дополнительной литературы:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

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

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

Практическое занятие 7

Инвестиции в туризме.

Цель: Изучить инвестиции в туризме.

Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности; ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

Актуальность темы: туризм, являясь выгодной отраслью экономики, становится при соответствующих условиях важнейшей статьей валового национального дохода страны. Одним из основных факторов развития туристской индустрии является привлечение необходимого объема инвестиций, а также эффективное управление имеющимися ресурсами.

Теоретическая часть:

Инвестиции в туризм — это размещение капитала инвесторов в туристском бизнесе с целью получения прибыли. Для туристских инвестиций, так же как и для других инвестиций, необходимо принимать во внимание, что инвестированный капитал должен

приносить прибыль. Так как капитал является одним из главных компонентов в туристском производстве, то возможность туристской экономики производить туристские продукты во многом зависит от размера капитала, который будет инвестирован в туристскую экономику. При увеличении капитала увеличивается производительность туристской экономики. При уменьшении объемов инвестиций в туристскую экономику соответственно уменьшается и возможность производства.

Капиталовложения в туристскую экономику возрастают только тогда, когда отдача на вложенные средства превышает объем инвестированного капитала. Когда туристские инвестиции равны объему отдачи, эффективность туристских инвестиций равна нулю. Это означает, что туристская экономика производит такое количество капитала, которое равно затраченным капиталовложениям. В этом случае капитал и производство в туристской экономике остаются постоянными. Если же отдача меньше, чем туристские инвестиции, т.е. разность между вложенным и полученным капиталом отрицательна, туристская экономика теряет источники для возобновления капитала и возможности производства уменьшаются.

Туристский рынок - это система мирохозяйственных связей, в которой совершается процесс превращения туристско-экскурсионных услуг в деньги и обратного превращения денег в туристско-экскурсионные услуги.

Другими словами, туристский рынок - это сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта. Если экономические интересы производителя и потребителя туристского продукта совпадают, то происходит акт купли-продажи туристского продукта.

Рынок выполняет многочисленные функции: информационную, посредническую, регулируемую, ценообразующую, стимулирующую, созидательно-разрушительную, дифференцирующую. Но в качестве *основополагающих функций туристского рынка* можно выделить следующие:

- 1) реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте;
- 2) организация процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);
- 3) экономическое обеспечение материальных стимулов к труду.

В процессе выполнения туристским рынком первой функции происходит движение стоимости, которое отражается посредством обмена: деньги <-> туристский продукт.

Завершение этого обмена означает законченность акта товарно-денежных отношений, реализацию стоимости, заключенной в туристском продукте, и общественное признание его потребительской стоимости. В результате обеспечивается нормальный ход общественного воспроизводства, появляются и накапливаются денежные средства для развития туристской индустрии.

Функция организации процесса доведения туристского продукта до потребителя осуществляется через создание сети турагентов и туроператоров по его реализации.

Функция экономического обеспечения материальных стимулов к труду заключается в том, что в процессе обмена «деньги - туристский продукт» на туристском рынке распределение как необходимая фаза воспроизводства предстает в завершенном виде. У работников туристской фирмы, получающих за свой труд денежное вознаграждение, создаются материальные стимулы к повышению качества и увеличению количества туристского продукта, производству его в соответствии с запросами потребителей.

Туристский рынок характеризуется наличием субъектов, т. е. юридических и физических лиц, которые являются производителями и потребителями туристского продукта. Можно выделить три субъекта туристского рынка: **самых туристов (потребителей турпродукта), туроператоров и турагентов.**

Туристский рынок характеризуется емкостью, уровнем сбалансированности спроса и предложения, условиями реализации туристского продукта.

Механизм функционирования туристского рынка - это система действий экономических рычагов для сбалансирования спроса и предложения на туристский продукт, на обмен «деньги - туристский продукт», на денежные потоки и потоки туристского продукта.

Емкость туристского рынка - это его способность «поглотить» то или иное количество туристского продукта, т. е. возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма, товаров туристско-сувенирного назначения при существующих ценах и предложении. Емкость зависит от объемов платежеспособного спроса населения, уровня цен и размеров туристского предложения.

Туристский кругооборот - это система экономических и юридических (гражданско-правовых) отношений, возникающая между туристом и туристской фирмой и показывающая направления движения туристских потоков туристского продукта, инвестиций в развитие туризма и денежных поступлений в бюджет от доходов туристской деятельности.

Вопросы и задания:

1. Инвестиции: сущность и значение.
2. Экономический механизм инвестирования.
3. Сбережение и потребление.
4. Материально-вещественные и денежные инвестиции.

Деловая игра к практическому занятию № 7.

Цель: знакомство со спецификой денежных обращений, инвестиционной деятельности, работа с акциями в туризме в зарубежных странах (на примере Китая).

Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности; ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

Методика выполнения: Из числа студентов формируются туристические агентства (3 группы по 5-7 человек и 1 куратор).

Ход выполнения деловой игры: К участникам игры обращается с приветственной речью президент Китая Си Цзиньпин. В своей речи президент кратко рассказывает об истории страны, ее культуре и современном положении. В настоящее время Восточная Азия и Тихоокеанский регион стремительно набирают обороты в международном туризме. Китай обладает большими возможностями для рекреационного туризма в силу своего географического, геополитического положения, разнообразия климатических условий и биоразнообразия флоры и фауны.

Для выполнения всей предварительной работы в агентствах (знакомство со страной, регистрация агентства, выпуск акций и так далее) отводится один час. При этом можно использовать принцип «Экспресс – знакомства», т.е. каждые 10 минут агентство получает очередное задание, при этом выполненное задание возвращается. Для организации знакомства можно использовать и другие формы игр по станциям.

Задания оформлены в виде бланков (формат А4), на которых приведена необходимая информация. В ходе «экспресс-знакомства» агентству необходимо придумать название и слоган, разработать логотип, выпустить и зарегистрировать акции агентства. По итогам выполнения всех заданий, заполненные бланки вывешиваются на видном месте, таким образом, получается выставка, на которой можно ознакомиться со всеми туристическими агентствами.

Информация по игре:

Акция туристического агентства должна содержать следующую информацию:

- серию акции;
- номер акции;
- название агентства;
- логотип и товарный знак;
- подпись руководителя;
- дату выпуска;
- дату регистрации.

Первоначальная цена акции устанавливается равной 10 юаням, затем она будет меняться на протяжении всего дня, в зависимости от успешных или не очень успешных действий.

Информация о курорте:

Задание:

Китай – официальное название Китайская Народная Республика сокращенно КНР — государство в Восточной Азии, крупнейшее по численности населения государство мира занимает третье место в мире по территории, уступая только Канаде и России. В Китае есть все: высочайшие горы и нагорья, низменности и равнины, вдоль берегов многочисленных морей - порты, пляжи и курортные места, знаменитые монастыри, в том числе легендарный Шаолинь, женьшеневые фермы в провинции Цинхай, многочисленные археологические раскопки в пустынях Гоби и Такла-Макан, альпинистские базы на восточных склонах Гималаев и Каракорума.

Студентам необходимо изготовить образец акции туристического агентства, используя все подручные средства (цветная бумага, карандаши, фломастеры, краски).

Проведение интеллектуальной биржи:

Первоначальный капитал участники могут заработать индивидуально на интеллектуальной бирже. Для этого им необходимо ответить на вопросы про Гоа. За каждый правильный ответ выплачивается вознаграждение в размере 1 юаня. Всего в ходе работы интеллектуальной биржи (30 минут) участники игры могут заработать в среднем по 20-25 юаней.

После накопления первоначального капитала начинается работа туристических агентств. Для привлечения денежных средств ее руководство предлагает акции на торгах. Первоначальный курс всех акций определяется равным 10 юаням, т.е. любую акцию можно поменять на любую. Дальнейшая цена акции каждого туристического агентства изменялась в зависимости от действия брокера. В каждом туристическом агентстве выбирается человек (брокер), который будет играть на повышение или понижение цены акции туристического агентства, которое он представляет на бирже.

Биржевые сессии

Брокеры всех туристических агентств собираются вместе и случайным образом делятся на пары и играют между собой в логическую игру «Лабиринт». Это логическая игра для двоих, требующая ручку и бумагу. На игровом поле (Рисунок 1) участники по очереди ставят черточки длиной в одну клетку – по вертикали или по горизонтали. Тот из участников, кто закрыл квадрат (поставил четвертую составляющую его черту), ставит в этом квадрате свой знак (крестик или нолик) и ходит еще раз. Задача играющих – поставить как можно больше своих знаков, выигрывает тот, у кого после полного заполнения поля этих знаков оказалось больше. После того как брокеры, играя в «Лабиринт» пройдут целый круг, происходит пересчет цены акции.

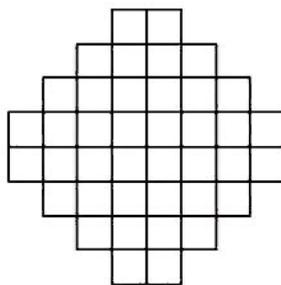


Рисунок 1 – игра «Лабиринт»

Правила определения цены акции

Процент побед	Изменение цены акции
0	падение на 5 денежных единиц
25	падение на 3 денежные единицы
50	Сохранение цены
75	увеличение цены на 3 денежные единицы
100	увеличение в 2 раза

Ведущий биржевых сессий может оглашать предварительные итоги игр в парах (например, «После трех игр брокер туристического агентства «Колумб-тур» одержал три убедительные победы», такое объявление может привести к желанию приобрести акции «Колумб-тур»), т.е. не дожидаясь окончательного пересчета цены акции, могут заключаться сделки по купле-продаже акций туристических агентств.

Для представления цены акций удобно использовать обыкновенную школьную доску либо можно цены писать мелом прямо на асфальте, если игра проводится вне помещения. Все участники игры могут продавать и покупать акции как индивидуально, так и объединяясь в микрогруппы по интересам.

В ходе игры можно провести несколько биржевых сессий, при этом официальные цены акций будут меняться соответственно несколько раз (например, биржевая сессия длится 20 минут каждого игрового часа). При проведении каждой биржевой сессии можно видоизменять правила подсчета цены акции, например, при 100% побед цена акций может возрасти не в 2, а в 3 раза. В биржевых сессиях можно проводить замены брокеров, можно одновременно выставлять несколько брокеров от одного туристического агентства.

Параллельно с работой биржи разворачивается рекламная кампания по привлечению клиентов и продажи им туристических маршрутов (это могут быть всевозможные географические викторины, аттракционы, национальные игры). В правилах определения стоимости акции можно предусмотреть защитный механизм от падения цены акции в зависимости от числа распроданных туристических маршрутов, т.е. чем разнообразнее и качественнее туристическое агентство оказало услуг своим клиентам, тем цены их акции менее подвержены колебаниям в ходе биржевых сессий.

Итоги игры:

Итог игровой деятельности – общее собрание акционеров. Это деловая игра, экономический смысл которой в увеличении стоимости и перераспределении акций. В игре участвует все агентства, у каждого из которых выпущены в обращении свои акции (из расчета один человек одна акция), кроме этого в игре можно предусмотреть вариант объединения агентств по цветам акций, т.е. агентства выпускают акции, которые, например, будут трех цветов (белый, красный, зеленый). В таком случае агентства могут быть объединены по цветам акций, т.е., например, три агентства выпустили акции на

белой бумаге, три агентства на красной бумаге и соответственно три агентства на зеленой бумаге.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2019. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Перечень дополнительной литературы:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7

2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3

3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

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

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

Практическое занятие 8

Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.

Цель: Изучить туристский рынок как сферу проявления экономических отношений.

Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности; ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

Актуальность темы: Туристский рынок - это сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта. Если экономические интересы производителя и потребителя туристского продукта совпадают, то происходит акт купли-продажи туристского продукта.

Теоретическая часть:

Туристский рынок - это сфера проявления экономических отношений между

производителями и потребителями туристского продукта. Если экономические интересы производителя и потребителя туристского продукта совпадают, то происходит акт купли-продажи туристского продукта.

Рынок выполняет информационную, посредническую, регулирующую, ценообразующую, стимулирующую, созидательно-разрушительную, дифференцирующую и др. функции. Но в качестве основополагающих функций туристского рынка можно выделить:

- реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте;

- организация процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);

- экономическое обеспечение материальных стимулов к труду. В процессе выполнения туристским рынком первой функции происходит движение стоимости, которое отражается посредством обмена: деньги - туристский продукт.

Завершение этого обмена означает законченность акта товарно-денежных отношений, реализацию стоимости, заключенной в туристском продукте, и общественное признание его потребительской стоимости. В результате обеспечивается нормальный ход общественного воспроизводства, появляются и накапливаются денежные средства для развития туристской индустрии.

Функция организации процесса доведения туристского продукта до потребителя осуществляется через создание сети турагентов и туроператоров по его реализации.

Функция экономического обеспечения материальных стимулов к труду заключается в том, что в процессе обмена «деньги - туристский продукт» на туристском рынке распределение как необходимая фаза воспроизводства предстает в завершенном виде. У работников туристской фирмы, получающих за свой труд денежное вознаграждение, создаются материальные стимулы к повышению качества и увеличению количества туристского продукта, производству его в соответствии с запросами потребителей.

Вопросы и задания:

1. Понятие туристского рынка.
2. Субъекты туристского рынка.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2019. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Перечень дополнительной литературы:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению

самостоятельной работы по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

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

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

Практическое занятие 9 **Экономика регионального туризма.**

Цель: Изучить экономику регионального туризма.

Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности; ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

Актуальность темы: Изучение экономики туризма на уровне регионов особенно актуально в России, потому что наша страна обладает обширной территорией, разделенной на множество субъектов (регионов), каждый из которых имеет свои неповторимые особенности. Для того, чтобы грамотно управлять экономикой регионов, максимально эффективно использовать их потенциал, необходимо знать эти особенности и находить к каждому субъекту свой правильный подход.

Теоретическая часть:

Туристский регион - это территория, которая обладает общностью различных туристских ресурсов (маршрут, этнические, исторические, религиозные, архитектурные). Это внутринациональная категория, внутри конкретной страны, часть субъекта Федерации, район, который охватывает несколько мероприятий (субъектов, федераций, например, Золотое Кольцо, Прибайкалье).

Различают микрорегионы - относительно небольшие территории, которые характеризуются какой-либо общностью признаков, и макрорегионы - регионы, охватывающие несколько различных территорий, стран, например, Россия, АТР.

К основным понятиям региональной экономики относятся:

Региональная экономика - область научных знаний о размещении производительных сил, об экономике регионов.

Регионы - все республики, края и области как объекты государственного управления. В региональной экономике это - объекты изучения.

Макрорегион - территория страны, охватывающая множество разных регионов. Дальний Восток России можно назвать макрорегионом.

Микрорегион - сравнительно небольшая часть территории. Микрорегионом можно назвать, например город с прилегающими к нему поселениями.

Экономический регион - территориально-хозяйственное образование.

Экономический комплекс государства - интегрированная система региональных, хозяйственных комплексов, каждый из которых с определенной долей автономности функционирует как целостная территориально-экономическая единица.

Объектом изучения региональной экономики является региональная экономика последнего уровня обобщения, т.е. экономика российских регионов.

Предметом региональной экономики является исследование законов и тенденций функционирования хозяйства регионов как составных элементов региональной системы страны.

Методом изучения в региональной экономике является системный анализ, заключающийся в поэтапном исследовании отдельных элементов с последующим их соединением в целостный хозяйственный комплекс региона как составного элемента интегрированной региональной экономической системы государства.

Структура метода изучения региональной экономики имеет определенную последовательность анализа ее особенностей и проблем. Это исследование:

- проблем научного категорирования;
- проблем экономического районирования;
- функционирования отраслевых процессов на региональном уровне;
- особенностей функционирования территориально-экономических образований с местным самоуправлением;
- проблем общественного воспроизводства на региональном уровне, абстрагированного от межрегиональных взаимодействий;
- возникновения и функционирования множественных межрегиональных взаимодействий;
- становления экономического комплекса государства как целостной системы региональных хозяйств.

Региональная экономика исследует внутрирегиональное развитие всех элементов производительных сил (фонды, люди) и производственных отношений (производство и присвоение материальных благ), а также межрегиональные отношения в территориальном разрезе.

Изучение экономики региона основано на постановке и изучении логически выстроенных вопросов:

- административный состав региона;
 - особенности экономико-географического положения;
 - место региона в хозяйственном комплексе республики;
 - краткая экономическая оценка природных условий и ресурсов;
 - экологические проблемы региона;
 - характеристика населения и трудовых ресурсов;
 - демографические проблемы;
 - развитие и размещение основных отраслей рыночной специализации региона;
 - отрасли, дополняющие территориальный комплекс;
 - внутрирегиональные и межрегиональные экономические связи
 - промышленные центры, узлы, территориально-производственные комплексы;
 - основные направления развития региона в условиях развития рыночных отношений.
- Факторами развития регионального туризма являются:
- рост численности населения, особенно городского, в регионе;
 - рост реальных доходов и соответственно покупательной способности населения;
 - изменение соотношения рабочего и свободного времени населения в регионе;
 - изменение структуры потребительского спроса (увеличение спроса на услуги, в частности на туризм, образование, здравоохранение и т. д.);
 - развитие регионального транспорта;
 - развитие региональных средств массовых коммуникаций;
 - повышение культурного и образовательного уровня населения в регионе, что способствует развитию стремления к познанию, к использованию опыта других стран в своей профессиональной деятельности;
 - перераспределение собственности в регионах;
 - качественное изменение управленческих региональных функций;
 - необходимость обеспечения экономической самодостаточности территорий на основе прежде всего эндогенных процессов регионального общественного воспроизводства;
 - специализация экономических регионов на определенных видах экономической деятельности.

Основными задачами экономики регионального туризма являются:

- разработка теории экономики регионального туризма с учетом конкретной и перспективной социально-экономической ситуации;

- перенесение центра тяжести экономики регионального туризма в условиях суверенизации республик и районов, входящих в состав России, с вопросов размещения на проблемы социального и экономического развития туризма в регионах;
- изучение проблем размещения туристских производительных сил по регионам и выработка принципов управления этим процессом в пределах региона;
- исследование тенденций в межрегиональных связях в сфере туризма (производственная и социальная интеграция регионов);
- разработка принципов формирования новых туристских регионов;
- анализ территорий со сложившимися туристскими ресурсами и их места и роли в развитии промышленного и сельскохозяйственного производства;
- обоснование размещения в конкретных регионах крупных туристских объектов как очагов концентрации туристского бизнеса в целях их последующего увеличения или рассредоточения;
- разработка схем производственной интеграции регионов для экспорта региональных туристских продуктов.

Вопросы и задания:

1. Системный экономический анализ и моделирование процессов регионального туризма.
2. Основные понятия, предмет и метод изучения региональной экономики.
3. Факторы развития и задачи экономики регионального туризма.

Список литературы:

Перечень основной литературы:

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2019. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Перечень дополнительной литературы:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7
2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3
3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

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

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагиат».

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

**Методические указания
для обучающихся по организации и проведению
самостоятельной работы**
по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме»
для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль): «Управление впечатлениями в индустрии
гостеприимства»

Пятигорск, 2024

Введение

Под самостоятельной работой студентов понимается планируемая учебная, учебно-исследовательская, а также научно-исследовательская работа студентов, которая выполняется во внеаудиторное время по инициативе студента или по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Целью самостоятельной работы является изучение тем, не рассмотренных в течение аудиторных занятий. Задачи самостоятельной работы:

- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в учебно-научной деятельности проблем и вопросов;

- сформировать и закрепить умение правильно, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь в рамках научного дискурса.

Выполнение заданий по самостоятельной работе позволяет студенту закрепить знания и приобрести практические навыки в области экономики и предпринимательства в туризме.

Для достижения высоких результатов усвоения учебного материала по курсу «Экономика и предпринимательство в туризме» бакалаврам необходимо осознанно подходить к выполнению заданий для самостоятельной работы, внимательно ознакомиться с рекомендованной основной и дополнительной литературой.

Бакалаврам необходимо помнить, что целью самостоятельных занятий по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» является обобщение и систематизация теоретических знаний, полученных на лекциях и практических занятиях.

В ходе подготовки к занятиям бакалаврам следует учиться точно выражать свои мысли в докладе или выступлении по вопросу, активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию.

Общая характеристика самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Экономика и предпринимательство в туризме»

К самостоятельной работе студентов относятся следующие виды работ:

- выполнение индивидуальных домашних заданий;
- написание конспектов, подготовка рефератов;
- самостоятельное изучение теоретического материала,
- выполнение письменных заданий (упражнений) к семинарским занятиям,
- подготовка докладов, докладов-презентаций и сообщений для выступления на семинарах.

Отдельной составляющей в итоговой оценке по предмету оценка самостоятельной работы не является. Вместе с тем оценка самостоятельной работы всё же имеет непосредственное отношение к итоговым результатам по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на семинарских занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) баллы, накопленные по самостоятельной работе в качестве бонусной составляющей. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

Формируемые компетенции данными видами деятельности:

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ИД-1 ОПК-5 Определяет, анализирует, производитивно-экономические показатели предприятий туристской сферы	Обладает комплексной системой знаний методов сбора экономической информации; обладает умением и навыками анализа производственно-экономических показателей предприятий туристской сферы на макро- и микроуровнях.
	ИД-2 ОПК-5 Принимает экономически обоснованные управленческие решения	Принимает экономически обоснованные управленческие решения на основе проанализированных производственно-экономических показателей деятельности туристского предприятия.
	ИД-3 ОПК-5 Обеспечивает экономическую эффективность туристского предприятия	Способен рассчитать и проанализировать затраты и чистую прибыль

		деятельности предприятия туристской индустрии; создавать и внедрять инновационные решения для повышения экономической эффективности туристского предприятия.
ПК-3. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	ИД-1 ПК-3 Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя	Знает методы сбора, хранения, обработки, анализа и оценки информации необходимой для организации и управления туристской деятельностью. Знает современные методы принятия управленческих решений. Умеет составлять документацию в области профессиональной деятельности и проверять правильность ее оформления. Умеет эффективно взаимодействовать с потребителем, контрагентами, органами государственной законодательной и исполнительной власти
	ИД-2 ПК-3 Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, осуществляет деятельность, направленную на достижение общественно полезных целей и способствующую решению социальных проблем общества	Умеет управлять внутрифирменными процессами в туристской организации, в том числе по формированию и использованию материально-технических и трудовых ресурсов. Способен осуществлять выбор и способы реализации стратегии развития туристских предприятий с учетом современных мировых тенденций. Умеет разрабатывать текущие и перспективные планы реализации туристских продуктов.

Независимо от вида самостоятельной работы, критериями положительной самостоятельной работы могут считаться:

- а) умение проводить анализ;
- б) умение выделить главное (в том числе, умение ранжировать проблемы);
- в) самостоятельность в поиске и изучении литературы, т.е. способность обобщать материал не только из лекций, но и из разных прочитанных и изученных источников;
- г) умение использовать собственные примеры и наблюдения;
- д) заинтересованность в предмете;
- е) умение показать место данного вопроса в общей структуре курса, его связь с другими вопросами культуры речи;
- ж) умение применять свои знания для ответа на вопросы.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

Методические рекомендации по изучению теоретического материала

При работе с литературными источниками важно уметь правильно читать, понимать и запоминать прочитанное. Для понимания сложного текста важно не только быть внимательным при чтении, иметь знания и уметь их применять, но и владеть определенными мыслительными приемами. Один из них состоит в крайне важности воспринимать не отдельные слова, а предложения и даже целые группы предложений, т. е. абзацы.

При работе с литературой используются выписки (обязательное условие выписок – точное указание источника и места, откуда это выписано). Целесообразно выписки делать на карточках, что облегчает их хранение и использование. При заполнении карточек следует учитывать, что два самостоятельных вопроса заносить на одну карточку нельзя, т.к. это затруднит их классификацию и хранение. Карточка должна содержать обозначение ее содержания, номер или шифр, указывающий ее место в карточке, дату

заполнения, библиографические данные. Записи на карточке следует располагать на одной стороне, они должны быть четкими и достаточно полными. При выписывании цитат крайне важно сохранять абсолютную точность при передаче мыслей автора, ставить их в кавычки. Пропуски в цитате допускаются (отмечаются многоточием), но они не должны изменять смысла высказывания. Цитата обязательно должна быть снабжена указанием источника.

В процессе работы над изучаемым материалом составляется план в целях более четкого выявления структуры текста, записи системы, в которой излагает материал данный автор, подготовки к выступлению, а также для написания какой-либо работы, записи своих мыслей с новой систематизацией материала. В плане могут встречаться отдельные цифры и другие фактические сведения, которые хотя и не являются собственно планом, но помогают в будущем его использовании (к примеру, при выступлении).

При изучении теоретического материала требуется составление конспекта.

Конспект – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации с различной степенью полноты.

Конспект – это систематическая, логически связная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, – это не конспект. В конспект включаются не только основные положения, но и доводы, их обосновывающие, конкретные факты и примеры, но без их подробного описания.

Конспектирование может осуществляться тремя способами:

- цитирование (полное или частичное) основных положений текста;
- передача основных мыслей текста «своими словами»;
- смешанный вариант.

Все варианты предполагают использование сокращений.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

1. Проанализировать содержание каждого фрагмента текста, выделяя относительно самостоятельные по смыслу;
2. Выделить из каждой части основную информацию, убрав избыточную;
3. Записать всю важную для последующего восстановления информацию своими словами или цитируя, используя сокращения.

Разделяют четыре вида конспектов:

- текстуальный,
- плановый,
- свободный,
- тематический.

Текстуальный состоит из отдельных авторских цитат. Необходимо только умение выделять фразы, несущие основную смысловую нагрузку. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время.

Плановый – это конспект отдельных фрагментов материала, соответствующих названиям пунктов предварительно разработанного плана. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления.

Свободный конспект – индивидуальное изложение текста, т.е. отражает авторские мысли через ваше собственное видение. Требуется детальная проработка текста.

Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

Тематический конспект – изложение информации по одной теме из нескольких источников.

Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

Оформление конспекта

1. Название конспектируемого произведения (или его части) и его выходных данных, т.е. библиографическое описание документа.
2. План текста.
3. Изложение наиболее существенных положений изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко своими словами или в виде цитат, включая конкретные факты и примеры.
4. Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, применять условные обозначения.
5. Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.
6. Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).
7. Собственные комментарии полагайте на полях.

Итоговым продуктом самостоятельного изучения литературы по конкретным темам является конспект, средством оценки данного вида деятельности – собеседование, тестирование.

Методические рекомендации к самостоятельному изучению тем № 1-9

Тема 1. Предприятие – как основное звено экономики.

Цель: Изучить предприятие – как основное звено экономики.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Значение предприятия в экономике страны.
2. Понятие «предприятия». Предприятия как субъект рыночной экономики.
3. Основные цели деятельности предприятия.
4. Основные черты предприятия: организационное единство, обособленное имущество, оперативно-хозяйственная и экономическая самостоятельность.

Тема 2. Предприятие туризма и его финансовый и кадровый потенциал.

Цель: Изучить предприятие туризма и его финансовый и кадровый потенциал.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Предприятие как объект управления.

2. Имущественный комплекс предприятия туризма и сервиса: внеоборотные активы.
3. Имущественный комплекс предприятия туризма: оборотные активы.
4. Трудовые ресурсы предприятия туризма.

Тема 3. Внутренняя среда предприятия.

Цель: Изучить внутреннюю среду предприятия.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Определение среды организации.
2. Факторы внутренней туристской организации.
3. Основные элементы внутренней среды: производство, маркетинг, финансы, управление персоналом, организационная структура.
4. Оценка внутренней среды и ее назначение.

Тема 4. Предпринимательская и производственная функция предприятий сферы туризма.

Цель: Изучить предпринимательскую и производственную функцию предприятий сферы туризма.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Услуга как специфический продукт предприятий туристического бизнеса.
2. Требования к услугам в сфере туризма.
3. Производственная функция предприятия.
4. Основные направления развития туристического бизнеса в современных условиях: вертикальная интеграция, горизонтальные и вертикальные слияния; диверсификация.

Тема 5. Экономическая оценка результатов деятельности предприятия туризма и сервиса.

Цель: Изучить экономическую оценку результатов деятельности предприятия туризма и сервиса.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Производительность и оплата труда на предприятии туризма.
2. Затраты предприятия туризма и их оценка.
3. Конкурентная среда предприятия туризма.
4. Бизнес-процессы на предприятии туризма.

Тема 6. Международная торговля и туризм.

Цель: Изучить международную торговлю и туризм.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Рекомендации ВТО по созданию единой системы в статистике туризма.

Тема 7. Инвестиции в туризме.

Цель: Изучить инвестиции в туризме.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Инвестиции: сущность и значение.
2. Экономический механизм инвестирования.
3. Сбережение и потребление.
4. Материально-вещественные и денежные инвестиции.
5. Источники привлечения инвестиций.
6. Субъекты инвестиционного процесса.
7. Характеристика государственных и частных иностранных инвестиций, их цели и использование в национальных интересах.

Тема 8. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.

Цель: Изучить туристский рынок как сферу проявления экономических отношений.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Понятие туристского рынка.
2. Субъекты туристского рынка.
3. Особенности их проявления.
4. Экономическое поведение потребителей на туристском рынке.

Тема 9. Экономика регионального туризма.

Цель: Изучить экономику регионального туризма.

Форма контроля СРС: конспект статей, опрос.

Вид самостоятельной работы:

- 1) подготовка к практическому занятию;
- 2) конспектирование материалов.

Задания для СРС:

Темы для конспектирования:

1. Системный экономический анализ и моделирование процессов регионального туризма.
2. Основные понятия, предмет и метод изучения региональной экономики.
3. Факторы развития и задачи экономики регионального туризма.

Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Самостоятельное изучение теоретического курса

Самостоятельное изучение теоретического материала предусмотрено на всём протяжении курса. Такая работа сопровождает лекционные, семинарские занятия, промежуточный и итоговый контроль, и в то же время является отдельным видом самостоятельной работы студента.

Источниками для самостоятельного изучения теоретического курса выступают:

- учебники по предмету;
- курсы лекций по предмету;
- учебные пособия по отдельным темам (например, по правилам оказания первой медицинской помощи);
- научные статьи в периодической печати и рекомендованных сборниках;
- научные монографии.

Умение студентов быстро и правильно подобрать литературу, необходимую для выполнения учебных заданий и научной работы, является залогом успешного обучения. Самостоятельный подбор литературы осуществляется при подготовке к практическим занятиям, подготовке к экзамену.

Существует несколько способов составления списка необходимой литературы.

Во-первых, в учебной программе дисциплины, в методических указаниях к семинарским занятиям приводится список основной и дополнительной литературы, которую рекомендуется изучить по соответствующей теме или разделу учебной дисциплины. При подготовке научных работ целесообразно изучать общий список литературы и делать выборку подходящей к теме литературы.

Во-вторых, в большинстве учебников, монографий и статей делаются ссылки, сноски на другие литературные источники, приводится список литературы по раскрываемой в книге проблеме. Целесообразно изучать научную ту литературу, на которую ссылаются исследователи в своих научных публикациях, поскольку изучение именно такой литературы формирует представление о состоянии и развитии того или иного вопроса.

В-третьих, поиску необходимой литературы существенно помогут различного рода библиографические указатели и пособия. В библиографическом отделе библиотеке можно воспользоваться такими указателями или прибегнуть к помощи специалистов-библиографов.

Самостоятельное выполнение заданий

Задания для самостоятельной работы преимущественно содержатся в учебно-методическом комплексе дисциплины (методических указаниях к практическим занятиям и методических рекомендациях по организации самостоятельной работы студентов). Кроме того, задания и упражнения могут предлагаться преподавателем кафедры, ведущим практические занятия. На лекциях преподаватели также дают задания для самостоятельной работы.

В рамках самостоятельной работы студенты сами могут предлагать собственные темы и формы выполнения заданий, согласуя их с преподавателем.

Сдача задания производится преподавателю, ведущему семинарские занятия, в установленные им сроки.

Виды самостоятельной работы: самостоятельное изучение литературы, подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к конспектированию литературы следует начинать с повторения материала лекции по соответствующей теме, а потом переходить к изучению материала учебника, руководствуясь вопросами к собеседованию.

Конспектирование материала способствует закреплению и углублению понимания изученного материала, а также приобретению навыков самостоятельного изучения литературы.

Итоговый продукт самостоятельной работы: конспект.

Средства и технологии оценки: собеседование.

Методические указания по подготовке к экзамену

Вопросы к экзамену

Вопросы для проверки уровня обученности

Знать:

1. Сущность и содержание туризма.
2. Инфраструктура индустрии туризма. Инфраструктура индустрии гостеприимства.
3. Экономические показатели развития индустрии туризма и гостеприимства.
4. Предмет экономики туризма.
5. Основные факторы, влияющие на развитие сферы туристических услуг.
6. Понятие экономической среда.
7. Понятие спроса и его структура, законы спроса.
8. Сегментация спроса в туризме. Детерминанты туристического спроса.
9. Понятие предложения. Предложение и факторы, его определяющие.
10. Понятие и сущность конкуренции, ее виды и функции.
11. Макроэкономические показатели развития туризма: ВВП, ВВП.
12. Социально-экономические факторы развития туризма.
13. Туристическое предприятие как хозяйствующий субъект.
14. Экономические цели предприятий индустрии туризма и гостеприимства.
15. Выбор организационно-правовой формы предприятия.
16. Формы предпринимательской деятельности на примере франчайзинга.
17. Франчайзинговая сеть, на примере TUI (Touristik Union International).
18. Сущность и значение основных средств, их состав и структура.
19. Физический и моральный износ, амортизация.
20. Оборотные средства туристического предприятия.
21. Понятие и классификация информационных технологий.
22. Современные информационные технологии на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.
23. Глобальные системы резервирования: Amadeus/Galileo/Sabre.
24. Электронная коммерция в индустрии туризма и гостеприимства.
25. Понятие финансовых ресурсов и их функции.
26. Финансовые результаты деятельности туристического предприятия.
27. Инвестиционная деятельность туристического предприятия.
28. Лизинг как форма инвестирования малых предприятий индустрии туризма и гостеприимства.
29. Виды лизинга (оперативный, финансовый, возвратный, долевого, прямой, сублизинг)

Уметь,

Владеть:

30. Сущность малого предпринимательства. Критерии отнесения субъектов рыночной экономики к малому предпринимательству.
31. Оборотные средства туристского предприятия.
32. Современные информационные технологии на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.
33. Мультимедийные технологии в индустрии туризма и гостеприимства.
34. Электронная коммерция в индустрии туризма и гостеприимства.
35. Понятие финансовых ресурсов и их функции.
36. Финансовые результаты деятельности туристского предприятия.
37. Инвестиционная деятельность туристского предприятия.

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

Оценка «отлично» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с Положением о

проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в СКФУ.

Процедура экзамена позволяет проверить сформированность компетенции ОПК-5 - способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности.

В экзаменационный билет включаются: 2 вопроса.

Для подготовки по билету отводится: 20 минут.

Список рекомендуемой литературы

Перечень основной литературы:

1. Бутко, И. И. Туристический бизнес: основы организации / И. И. Бутко, Е. А. Ситников, Д. С. Ушаков. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2019. – 383 с. – (Бизнес-технологии). – Библиогр.: с. 378-381. – ISBN 978-5-222-13003-2

Перечень дополнительной литературы:

1. Филипповский, Е. Е. Экономика и организация гостиничного хозяйства / Е. Е. Филипповский, Л. В. Шмарова. – М.: Финансы и статистика, 2020. – 176 с. – ISBN 5-279-02607-7

2. Балабанов, И. Т. Экономика и предпринимательство в туризме: учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 176 с. : ил. – Гриф: Рек. МО. – ISBN 5-279-02027-3

3. Папирян, Г. А. Международные экономические отношения: Экономика и предпринимательство в туризме / Г. А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2019. – 208 с. : ил. – Библиогр.: с. 207-208. – ISBN 5-279-01873-3

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Экономика и предпринимательство в туризме» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

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

1. <http://biblioclub.ru> - ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС «IPRbooks»;
3. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система КонсультантПлюс;
4. <http://catalog.ncstu.ru/> - Электронная библиотека СКФУ;
5. antiplagiat.ru - ЗАО «Анти Плагат».