

Документ подписан простой электронной подписью

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФИО: Шебзухова Татьяна Федоровна Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета «СЕВЕРО - КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Дата подписания: 27.05.2025 17:50:31 Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Уникальный программный ключ: Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ  
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ  
ОП.02 ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И  
ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА**

Специальности СПО

43.02.16 Туризм и гостеприимство

**Квалификация: Специалист по туризму и гостеприимству**

Пятигорск, 2025

Методические указания для практических занятий по дисциплине ОП.02 Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса и гостеприимстве составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО к подготовке выпуска для получения квалификации специалист по гостеприимству. Предназначены для студентов, обучающихся по специальности: 43.02.16 Туризм и гостеприимство.

## **Пояснительная записка**

Методические указания предназначены для проведения практических занятий по ОП.02 Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.16 «Туризм и гостеприимство».

Выполнение практических работ позволяет закрепить и систематизировать теоретические знания и приобрести практические навыки по отдельным темам дисциплины, способствует формированию навыков самостоятельной работы у студентов, а также формированию учебно-познавательной и социально-трудовой компетенций. Количество практических работ и их тематика составлена в соответствии с учебным планом. Каждое практическое задание содержит тему и цель работы, обеспечение занятия, содержание работы, литературу с указанием страниц, задачи для закрепления материала по соответствующей теме.

Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

уметь:

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия;
- определить необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий;
- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;
- выстраивать траектории профессионального и личностного развития;
- организовывать работу коллектива и команды;
- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;
- излагать свои мысли на государственном языке;
- оформлять документы
- применять на практике правовые и нормативные документы в контексте своих профессиональных обязанностей;
- составлять договорную документацию в соответствии со своими профессиональными функциями;
- использовать хозяйственно-экономические положения профессиональной документации, регламентирующей деятельность технических работников и специалистов;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;

- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
  - оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
  - планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы; определять численность и функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами
  - планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы; определять численность и функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами
  - планировать потребности в материальных ресурсах и персонале службы;
  - определять численность и функциональные обязанности сотрудников, в соответствии с особенностями сегментации гостей и установленными нормативами
  - планировать потребность службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале;
  - планировать и прогнозировать продажи.
- знать:
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
  - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
  - алгоритмы разработки бизнес-идей и бизнес-плана;
  - структура плана для решения задач;
  - порядок оценки инвестиционной привлекательности разработанных бизнес-идей;
  - содержание актуальной нормативно-правовой документации;
  - современная научная и профессиональная терминология;
  - возможные траектории профессионального развития и самообразования;
  - психология коллектива психология личности;
  - основы проектной деятельности;
  - особенности социального и культурного контекста;
  - правила оформления документов;
  - хозяйствственно-экономические основы нормативного регулирования гостиничного дела;
  - содержание профессиональной документации, определяющее экономику и бухгалтерский учет гостиничного предприятия;
  - характеристику документального оформления договорных отношений в гостинице, место и роль в этих отношениях технических работников и специалистов;
  - основы предпринимательской деятельности;
  - основы финансовой грамотности;
  - правила разработки бизнес-планов;
  - порядок выстраивания презентации;

- кредитные банковские продукты;
- методы планирования труда работников службы приема и размещения; структуру и место службы приема и размещения в системе управления гостиничным предприятием;
- принципы взаимодействия службы приема и размещения с другими отделами гостиницы;
- методика определения потребностей службы приема и размещения в материальных ресурсах и персонале;
- методы планирования труда работников службы питания;
- структуру и место службы питания в системе управления гостиничным предприятием;
- принципы взаимодействия службы питания с другими отделами гостиницы;
- методика определения потребностей службы питания в материальных ресурсах и персонале;
- методы планирования труда работников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда;
- структуру и место службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда в системе управления гостиничным предприятием;
- принципы взаимодействия службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда с другими отделами гостиницы;
- методика определения потребностей службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда в материальных ресурсах и персонале;
- структура и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием, взаимосвязь с другими подразделениями гостиницы;
- рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;
- виды каналов сбыта гостиничного продукта.

## **Практическое занятие №1**

Тема: Содержание предпринимательской деятельности

1. Выполнение работы «100 идей, которые потрясли мир.

1. В настоящее время под предпринимательством, или предпринимательской деятельностью, понимают инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, осуществляющую на свой риск и под свою имущественную ответственность, направленную на получение прибыли. Субъектами предпринимательской деятельности выступают: отдельные граждане - предприниматели, коллективы людей, государство в лице государственных органов. Первые два субъекта формируют две основных формы предпринимательства: индивидуальное и коллективное. Предпринимательство может осуществляться без применения наёмного труда или с применением наёмного труда, без образования юридического лица или с образованием юридического лица. По своему характеру предпринимательская деятельность может быть коммерческой и некоммерческой.

2. Выделяют четыре фазы цикла: пик (экономический бум), спад (рецессия), депрессия, подъем (экспансия).

Первая фаза – пик цикла. Ей соответствует высокая занятость, полная загрузка производственных мощностей, наивысший уровень деловой активности. Уровень цен, ставка зарплаты и процентные ставки очень высокие.

Вторая фаза – спад (кризис). Ей соответствует избыточный капитал, который не находит своего применения в новых инвестициях, что ведет к падению нормы ссудного процента. Производство и занятость сокращаются, в результате предложение превышает спрос, возникают инфляция и другие Время Депрессия Пик Подъем Спад Уровень экономической активности 60 негативные явления в экономике.

Третья фаза – низшая точка спада (депрессия). Здесь объем производства и занятость самые минимальные. Предприятия стараются выйти из застоя, приспособиться к низким ценам путем снижения издержек производства. Идет обновление основного капитала, растет спрос на него, что является стимулом для развития отраслей, выпускающих средства производства, а затем и для оживления всей экономики.

Четвертая фаза – подъем. Здесь повышается инвестиционная активность, заключаются новые контракты, растет спрос на ссудный капитал, повышается уровень ссудного процента, производства и занятости. Растут цены, сокращается безработица вплоть до полной занятости и полной загрузки мощностей. Это продолжается до достижения наивысших показателей, то есть вплоть до пика

### **Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Что такое предпринимательство?
2. Охарактеризуйте признаки предпринимательской деятельности
3. Что понимается под предпринимательской сделкой?
4. Перечислите цели предпринимательской деятельности
5. Охарактеризуйте задачи предпринимательства
6. Назовите функции предпринимательства

## **Практическое занятие №2**

Тема: Содержание предпринимательской деятельности. Типы и виды предпринимательства

2. Товары с коротким жизненным циклом

1. Производственное предпринимательство – экономически активная деятельность субъектов рыночной экономики, предметом которой является производство товаров, выполнение работ и оказание услуг, подлежащих последующей реализации потребителям. Причём функция производства является определяющей. С точки зрения общества в целом, производственное предпринимательство имеет приоритетное значение, поскольку общественное богатство зависит от состояния дел в сфере материального, научно-технического и сервисного производства. Производственное предпринимательство считается самым трудным, хотя и наиболее важным видом предпринимательства.

2. В России в первые годы перехода к рынку активно развивалось производственное предпринимательство, довольно быстро уступившее первенство коммерческому.

3. Производственный бизнес – вид предпринимательства, основу которого составляет производство как материальное, так и духовное, интеллектуальное. Это один из самых сложных видов бизнеса, цель которого – создание вещей, ценностей, благ, любого полезного продукта, необходимого потребителям и способного быть проданным по определённой цене или обмененным на другой товар. Схема производственного предпринимательства: предприниматель приобретает либо арендует основные средства – помещения и оборудование, закупает оборотные средства – материалы и комплектующие, привлекает рабочую силу, приобретает, получает необходимую информацию, осуществляет производство.

### **Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Структура и содержание комплексного анализа деятельности предприятия в конкурентной среде.
2. Структура экономического анализа предприятия.
3. Анализ экономических ресурсов предприятия и эффективности их использования.
4. Структура управленческого анализа.
5. Структура финансового анализа предприятия.
6. Совокупность основных экономических проблем развития предприятия и их взаимосвязь.

## **Практическое занятие №3**

Тема: Содержание предпринимательской деятельности. Юридические основания для открытия предпринимательской деятельности.

3. Товары, которые никогда не уйдут с рынка.

Согласно ст. 23 ГК РФ гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя

Для того чтобы начать индивидуальную предпринимательскую деятельность, необходимо:

- пройти государственную регистрацию;
- встать на учет в налоговой инспекции;
- встать на учет в государственных внебюджетных фондах;
- получить сведения из статистического регистра хозяйствующих субъектов;
- открыть расчетный счет в банке (на усмотрение ИП);
- получить лицензию на выбранный вид деятельности, если это необходимо.

Порядок осуществления государственной регистрации ИП определен Федеральным законом от 8 августа 2001 года № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

#### **Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Что такое ООО и ИП? В чем отличие между ООО и ИП?
2. Как выбрать систему налогообложения?
3. Как открыть расчетный счет в банке?
4. Опишите порядок осуществления государственной регистрации

### **Практическое занятие №4**

Тема: Содержание предпринимательской деятельности. Объекты и субъекты предпринимательской деятельности.

4. Товары, которые исчезнут из обращения в ближайшее будущее.

#### 1. Объектами предпринимательства являются:

- инновационная деятельность (исследования, разработки, технические услуги);
- производственная деятельность (по выпуску товаров и оказанию услуг);
- торгово-посредническая деятельность.

Субъектами предпринимательской деятельности – теми, кто ее осуществляет, являются физические и юридические лица.

Субъектом предпринимательской деятельности может быть как индивидуальный предприниматель, так и группа людей, действующих в рамках организации и выступающих с инициативой по выпуску нового товара, реализации новых решений, новых подходов и т.п.

#### **Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Кто такое наемный работник?
2. Кто такой потребитель?
3. Охарактеризуйте портрет современного предпринимателя.
4. Основные составляющие современной концепции деловых качеств предпринимателя.

### **Практическое занятие №5**

Тема: Предпринимательская идея и ее выбор. Источники формирования предпринимательских идей

5. Моделирование отличий товара (услуги), лежащего в основе деловой идеи.

1. Предпринимательская идея – это отражение в сознании предпринимателя присущего потребителю желания (осознанного или нет) иметь тот товар, который будет произведен предпринимателем.

Источниками формирования предпринимательских идей обычно считают:

- товарный рынок. Сущность использования товарного рынка как источника идей сводится к выявлению существующего на рынке дефицита и прибыльности своих усилий по возможной ликвидации такого дефицита. Обычно к этому источнику прибегают начинающие предприниматели, имеющие малый опыт. Опытный предприниматель тоже анализирует товарный рынок, но обычно имеет другие цели;

- географический или структурный «разрывы» в системе общественного производства.

- достижения науки и техники. Достижения науки и техники в качестве источника идей требуют хорошей информированности в этой области и значительного интеллектуального труда. С одной стороны, такой подход направлен на поиск конкретных форм совмещения имеющихся достижений науки, техники и технологии, с другой — возможностей производства новых товаров.

- новые возможности применения уже производимого товара или продукта. Новые возможности применения уже производимого товара или продукта являются специфическим источником идей. В значительной степени появление идей на базе этого источника носит случайный характер. Однако целенаправленный поиск в этом направлении, основанный на творческом подходе, тоже эффективный метод. Например, приборы ночного видения, ранее используемые только в военной технике, в результате конверсии ВПК стали широко применяться для гражданских целей (в охранных системах или для прицелов охотничьих ружей).

- не осознанные потребителем или пока не удовлетворенные потребительские запросы. Не осознанные потребителем и пока не удовлетворенные запросы, угадываемые предпринимателем, представляют собой практически неисчерпаемый источник идей.

#### **Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Моделирование отличий товара (услуги), лежащего в основе деловой идеи.
2. Что такое предпринимательская идея?
3. Методы выработки предпринимательских идей

### **Практическое занятие №6**

Тема: Предпринимательская идея и ее выбор. Процесс генерации предпринимательской идеи.

#### **6. Конкурентный лист.**

Генерация идей - это процесс создания новых идей или решений, которые могут быть использованы для улучшения бизнеса.

Он позволяет:

- Расширить рынок и привлечь новых клиентов.
- Улучшить качество продуктов и услуг.
- Снизить расходы.
- Создать новые конкурентные преимущества.

Существует множество методов, которые помогают генерировать идеи, и каждый из них имеет свои преимущества и недостатки.

## Мозговой штурм

Это один из самых популярных методов. Участники собираются вместе и высказывают свои идеи по определенной теме. При мозговом штурме важно не оценивать идеи, а просто записывать их все. Даже если они кажутся странными или нереалистичными.

Компания Apple использовала мозговой штурм для разработки нового iPhone. Участники размышляли, как улучшить дизайн и функциональность телефона. В результате были предложены такие идеи, как сенсорный экран, камера и мультитач-управление.

### **Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Что такое процесс генерации предпринимательской идеи?
2. Опишите схему предпринимательских действий
3. Охарактеризуйте основные типы ключевых факторов успеха

## **Практическое занятие №7**

Тема: Основные стадии жизненного цикла товара

7. Товарные характеристики. Позиционирование товара

Жизненный цикл товара - это концепция, которая описывает все стадии, через которые проходит товар, начиная со своего создания и заканчивая выводом из производства.

Жизненный цикл товара включает пять основных этапов:

Введение на рынок - это этап, на котором товар появляется на рынке впервые. В эту фазу входят разработка и запуск нового продукта на рынок, а также начало работ по привлечению клиентов и внедрению товара в ходе конкуренции. Продукт может иметь малую известность и ограниченные продажи на этом этапе

Рост продаж - на этом этапе продукт начинает получать большую известность и популярность. Продажи резко растут, а бизнес постоянно работает над увеличением производства и удовлетворением спроса на товар. На этом этапе компании обычно инвестируют в рекламу и маркетинг, чтобы укрепить свое лидерство на рынке

Зрелость - на этом этапе продажи достигают своего пика и затем стабилизируются. Конкуренция может быть более интенсивной на этом этапе, что вынуждает компании искать новые способы улучшения качества и снижения затрат при производстве. Также на этом этапе бизнес пытается удержать свою долю рынка и удовлетворить потребности постоянных клиентов

Спад продаж - рано или поздно, после этапа зрелости, продажи начнут снижаться. Этот этап опасен для бизнеса, поскольку компании должны определить причины уменьшения продаж и разработать стратегии удержания своей доли рынка. Некоторые компании выбирают стратегию запуска нового продукта для замены устаревшего, а другие - концентрируются на маркетинговых активностях или снижении затрат при производстве

Снятие с производства - этот этап наступает, когда компания решает удалить продукт с рынка. Это может произойти по ряду причин, включая низкую прибыль, технические проблемы или нехватку сырья. Компания может решить

заменить продукт на более новый и усовершенствованный или просто удалить его из продажи

**Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Что такое жизненный цикл товара?
2. Охарактеризуйте основные стадии жизненного цикла товара
3. Генерирование деловой идеи, экспертная оценка идей, сбор и анализ рыночной информации.

**Практическое занятие №8**

Тема: Создание собственного дела

8. Деловая игра. Создание нового предприятия и подготовка пакета документов для государственной регистрации.

Создание собственного дела в России осуществляется в соответствии с действующим гражданским законодательством, федеральными законами об отдельных организационно-правовых формах компаний и различными нормативными актами, регулирующими весь процесс образования и функционирования частных фирм.

**Для предпринимателя наиболее важны следующие виды законодательства:**

- гражданское законодательство, регулирующее отношения между физическими и юридическими лицами;
- налоговое законодательство, устанавливающее обязательства лиц по отчислению в бюджет;
- кодекс административных правонарушений, регулирующий отношения между физическими лицами и государством, но не требующий судебных разбирательств;
- трудовое законодательство, регулирующее отношения между работником и работодателем;
- законодательство о защите прав потребителя;
- уголовное законодательство, регулирующее отношения между государством и физическими лицами.

**Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Охарактеризуйте новые бизнес-модели.
2. Опишите основные этапы создания предпринимательской единицы
3. Правила start-up.

**Практическое занятие №9**

Тема: Технология бизнес-планирования. Назначение, цели и задачи бизнес-планирования.

9. Разработка концепции предприятия сферы туризма и гостеприимства. Презентация идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности.

Существуют внутренние и внешние бизнес-планы. Написание первых необходимо для использования внутри компании. Вторые предназначены для демонстрации партнеру, банку, инвестору.

Внешний план, составленный с упором на преимущества, надежность и быструю окупаемость проекта, по сути, – презентация. Обычно включает приложения, которые детализируют расчеты и наглядно подтверждают данные.

Внутренние документы – объективные и подробные – включают бюджет, затраты, объемы производства, оценку активов. Могут содержать коммерческую тайну (уязвимости бизнеса, конкурентные преимущества, сведения о партнерах, анализ клиентской базы). Они не выходят за пределы компании и нужны, прежде всего, руководству. Их можно составлять в произвольной форме.

#### **Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Перечислите цели и задачи бизнес-плана
2. Охарактеризуйте виды бизнес-планов
3. Структура бизнес-плана

### **Практическое занятие №10**

Тема: Технология бизнес-планирования. План маркетинга. Финансовый план.

#### **10. Разработка маркетингового и финансового планов**

Маркетинговый план — это дорожная карта, показывающая конкретные шаги для достижения целей бизнеса.

По этой причине создание маркетингового плана представляет собой индивидуальный процесс, и его бесцельное копирование не имеет практической пользы.

В маркетинговом документе определяются конкретные задачи на заданный временной период, которые требуется решить для продвижения бизнеса. Эти промежуточные задачи являются составной частью общей концепции, они подчинены общей логике и направлены на достижение главной цели – увеличению объема продаж. Корректное создание маркетингового плана способствует оптимизации трат на маркетинг и дает возможность контролировать взлеты и падения в этой области.

У разных компаний финансовая часть бизнес-плана неодинакова. Различия зависят от характера самого предприятия и его направленности. Но все же основные аспекты можно выделить.

1. Описание проекта. Часто инвесторы начинают изучать бизнес-план с финансового раздела. Поэтому расскажите в нем о предприятии, его миссии и целях. Но кратко.

2. Прогнозируемые доходы. Ожидаемые поступления от продажи товаров или услуг, инвестиций, аренды и прочего.

3. Прогнозируемые расходы. Предполагаемые затраты на производство, маркетинг, аренду, зарплату и другое.

4. Прогнозируемая прибыль. Разница между доходами и расходами, которая показывает ожидаемую выгоду от деятельности.

5. Необходимые инвестиции. Вложения в развитие бизнеса, покупку оборудования, расширение производства, рекламу и так далее. Учитываются как ваши деньги, так и те, что придут извне.

6. Управление долгами. Стратегия по работе с кредитами, займами и другими долговыми обязательствами.

7. Управление рисками. Форс-мажоры, которые могут случиться, и меры, которые нужно предпринять в таком случае, чтобы минимизировать последствия.

8. План мониторинга и контроля. Нужен, чтобы отслеживать, как выполняется финансовый план, и корректировать его, если потребуется.

9. Показатели эффективности. Это денежные потоки, соотношение доходов к расходам, рентабельность и другие метрики, которые показывают, насколько успешен ваш проект с точки зрения прибыли.

### **Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Что такое маркетинговый план?
2. Что такое финансовый план?
3. Охарактеризуйте для чего в бизнес-плане нужны маркетинговый и финансовый план?

### **Практическое занятие №11**

Тема: План маркетинга. Потребность в материальных и трудовых ресурсах.. структура

11. Разработка концепции предприятия сферы туризма и гостеприимства.

Потребность предприятия в материальных ресурсах должна быть обоснована соответствующими расчетами с учетом следующих видов потребления:

- на основное производство;
- на капитальное строительство (при условии расширения материально-технической базы предприятия);
- на внедрение новой техники и проведение экспериментальных работ;
- на ремонтно-эксплуатационные нужды;
- на изготовление технологической оснастки и инструмента;
- на создание переходящих материальных запасов;
- на незавершенное производство (в случаях технологической потребности).

Расчет потребности в материальных ресурсах проводится, как правило, методом прямого счета. Этот метод предполагает путем умножения нормы расхода на соответствующий объем производства продукции (или работы) определять величину необходимых ресурсов в плановом периоде.

В зависимости от того, какие нормы применяются для расчета, используют следующие методы:

- а) поиздельный;
- б) подетальный;
- в) по аналогии;
- г) по типовым представителям.

### **Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Охарактеризуйте план производства для предприятия гостиничной отрасли
2. Потребность в материальных и трудовых ресурсах.

## **Практическое занятие №12**

Тема: План маркетинга. Потребность в капитале и источники

12. Презентация идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности

Определение потребности предприятия в собственных оборотных средствах осуществляется в процессе нормирования, то есть определения норматива оборотных средств.

Целью нормирования является определение рационального размера оборотных средств, отвлекаемых на определенный срок в сферу производства и сферу обращения.

При исчислении потребности предприятия в собственных оборотных средствах необходимо учитывать следующее. Собственными оборотными средствами должны покрываться потребности не только основного производства для производственной программы, но и потребности подсобного и вспомогательного производства, ЖКХ и других хозяйств, не относящихся к основной деятельности предприятия и не состоящих на самом балансе. На практике часто учитывают потребность в собственных оборотных средствах только для основной деятельности предприятия, тем самым занижая эту потребность.

Нормирование оборотных средств осуществляется в денежном выражении. В основу определения потребности в них положена смета затрат на производство продукции (работ, услуг) на планируемый период.

Для определения норматива принимается во внимание среднесуточный расход нормируемых элементов в денежном выражении.

В процессе нормирования устанавливаются частные и совокупные нормативы. Процесс нормирования состоит из нескольких последовательных этапов.

В начале разрабатываются нормы запаса по каждому элементу нормируемых оборотных средств. Норма – это относительная величина, соответствующая объему запаса каждого элемента оборотных средств. Как правило, нормы устанавливаются в днях запаса и означают длительность периода, обеспечивающего данным видом материальных ценностей. Норма запаса может устанавливаться в процентах, в денежном выражении к определенной базе.

### **Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Охарактеризуйте источники финансирования
2. Охарактеризуйте потребность в капитале на этапе создания бизнес-плана
3. Презентация идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности

## **Практическое занятие №13**

Тема: План маркетинга. Резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение

13. Презентация идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности

Инвестиционное предложение — это короткая презентация, которую создают, чтобы заинтересовать инвестора, рассказать о проекте и том, почему инвестор сможет на этом заработать. Инвестпредложение еще называют инвестиционной презентацией, инвестдеком или питч-деком. По сути это одно и то же, просто разным людям более привычны разные термины.

Резюме бизнес-плана представляет собой обосновленный документ рекламно-презентационного характера. Главной задачей бумаги является донесение до потенциального партнера и инвестора всех нюансов проекта, стимулирование интереса партнеров к предложенной стратегии.

Резюме является неотъемлемой частью бизнес-плана, и располагается на второй странице в составе документа. По сути, это своеобразное видение проекта, формирование основных целей проекта и стратегий развития дела. Получая документ на изучение, финансовые структуры, инвесторы и государственные органы получат возможность кратко ознакомиться с предложенным проектом и сделать вывод, стоит ли более детально изучать предложение, или это нецелесообразно.

**Вопросы для подготовки к семинарскому занятию:**

1. Что такое резюме бизнес-плана?
2. Опишите основные этапы создания резюме бизнес-плана
3. Как сформировать инвестиционное предложение?

## **Основная литература:**

1. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для среднего профессионального образования / В. С. Боголюбов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 293 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10541-4. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475817>
2. Карагаева, О. Г. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие / О. Г. Карагаева, О. С. Гаврилова. – Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 111 с. – ISBN 978-5-4486-0152-1. – Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/72807>
3. Ковальчук, А.П., Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса. : учебное пособие / А.П. Ковальчук. — Москва : КноРус, 2022. — 172 с. — ISBN 978-5-406-08823-4. — URL:<https://book.ru/book/941146> (дата обращения: 13.07.2022). — Текст : электронный.
4. Николенко, П. Г. Проектирование гостиничной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 413 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13044-7. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476139>
5. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 120 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10550-6. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475811>

## **Дополнительные источники:**

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей»
3. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р (ред. от 23.11.2020) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года»
4. Рассохина, Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 210 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-12302-9. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475949>
5. Морозов, Г. Б. Предпринимательская деятельность : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Морозов. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 457 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13977-8. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/472980>
6. Стребкова, Л. Н. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / Л. Н. Стребкова. – 2-е изд. – Новосибирск : Новосибирский

государственный технический университет, 2017. – 132 с. – ISBN 978-5-7782-3346-1. – Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/91720>

7. Стребкова, Л. Н. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие / Л. Н. Стребкова. – 2-е изд. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 132 с. – ISBN 978-5-7782-3346-1. – Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/91720>