

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.М.КОКОВА»**

**Факультет «Торгово-технологический»  
Кафедра «Товароведение, туризм и право»**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Декан факультета  
доцент Глухов Т.Х.



«27» мая 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.ДВ.03.01 БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

**Направление подготовки 43.03.02 Туризм**

**Направленность (профиль) Технология и организация туроператорских и  
турагентских услуг**

**Квалификация выпускника бакалавр**

**Курс обучения – 3 (5)**

**Семестр – 6 (9)**

**Форма обучения – очная (заочная)**

**Нальчик – 2025**

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Бизнес планирование гостиничных услуг» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. № 516 (далее – ФГОС ВО с изменениями и дополнениями) и рабочего учебного плана подготовки бакалавров по данному направлению.

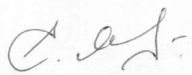
Составитель рабочей программы

д.э.н., профессор  И.Ш. Дзахмишева

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Товароведение, туризм и право»

Протокол от «22» мая 2025 г. № 10

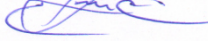
Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент  Е.А. Яицкая

Одобрено методической комиссией факультета «Торгово-технологический»

Протокол от «23» мая 2025 г. № 10

Председатель МК факультета «Торгово-технологический»

к.б.н., доцент  Т.Х. Тлупов

Согласовано:

Директор научной библиотеки  И.А. Шогенова

«22» мая 2025 г.

## 1. Цели и задачи дисциплины

**Целью дисциплины** является овладение обучающимися общенаучных компетенций по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм», а также базовыми теоретическими знаниями и основными практическими навыками в области принятия обоснованных и компетентных управленческих решений в сфере туристской деятельности бизнес планирования гостиничных услуг, направленных на совершенствование управления и стратегический рост гостиниц и развитие творческого мышления.

**Задачами дисциплины** являются изучение: теоретических положений о бизнесе, планировании, бизнес-плане; критериев и современных методов бизнес планирования гостиничных услуг, позволяющих повысить эффективность управления гостиницей и прогнозирования деятельности независимо от формы собственности и направления деятельности; организационных, маркетинговых, производственных и финансово-экономических аспектов бизнес планирования гостиниц.

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

Коды компетенций	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1	Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности	ИД-1 <sub>ПК-1</sub> Применяет знания организационных основ туристской индустрии, структуры туристской отрасли, особенностей правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности организации	<b>Знать:</b> основные категории теории управления и бизнес планирования гостиничных услуг, основные понятия цели, задачи, принципы, функции и методы бизнес планирования гостиничных услуг; <b>Уметь:</b> организовать работу исполнителей, принимать решения в туристской деятельности; использовать информационную базу при бизнес планировании гостиничных услуг. <b>Владеть:</b> навыками организации работы исполнителей, при бизнес планировании гостиничных услуг.
ПК-2	Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с	ИД-4 <sub>ПК-2</sub> Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучает обслуживаемые направления и объемы оказываемых услуг.	<b>Знать:</b> сущность и значение бизнес планирования в управлении гостиницей; структуру и содержание разделов бизнес-плана гостиничных услуг; этапы формирования бизнес-плана. <b>Уметь:</b> рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии,

	требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения		туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста; анализировать бизнес среду гостиницы; разрабатывать бизнес-план гостиничных услуг; прогнозировать риски, которые могут помешать выполнению бизнес-плана, определять перспективные направления деятельности и место гостиницы на этих рынках; обосновать управленческое решение; осуществлять стратегическое планирование гостиницы. <b>Владеть:</b> методами бизнес планирования гостиничных услуг; аналитическими методами для оценки материального и финансового положения гостиницы; навыками составления бизнес плана гостиничных услуг.
--	--	--	---

### 3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Бизнес планирование гостиничных услуг» является дисциплиной по выбору, входящей в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)», включенных в учебный план направления подготовки 43.03.02 Туризм, направленность (профиль) «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг».

**4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Учебные занятия	Очная форма обучения		Заочная форма обучения	
	Семестр 6		Семестр 9	
	з.е.	час.	з.е.	час.
<b>Контактная работа, в том числе:</b>	<b>1,64</b>	<b>59(12)*</b>	<b>0,5</b>	<b>18(4)*</b>
лекции	0,5	18(6)*	0,16	6(2)*
практические занятия	1,0	36(6)*	0,28	10(2)*
групповые консультации	0,03	1	0,03	1
контрольные балльно-рейтинговые мероприятия	0,08	3		-
промежуточная аттестация: <b>зачет</b>	,03	1	0,03	1
<b>Самостоятельная работа в том числе:</b>	<b>1,4</b>	<b>49</b>	<b>2,5</b>	<b>90</b>
самостоятельное изучение отдельных тем модуля, подготовка к практическим занятиям и т.п.	1,22	44	2,36	85
Подготовка к промежуточной аттестации	0,14	5	0,14	5
<b>Общая трудоемкость з. е./час.</b>	<b>3</b>	<b>108</b>	<b>3</b>	<b>108</b>

(\*) - занятия, проводимые в интерактивных формах.

**4.1.Содержание дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий (очная форма обучения)**

№ пп	Наименование тем дисциплины	Аудиторные занятия	Самост. работа
---------	-----------------------------	--------------------	-------------------

		Лекции	Практ. работы	Самост. изучение отд. тем
1	Содержание и организация бизнес планирования гостиничных услуг	2	4	5
2	Задачи, функции и принципы бизнес планирования гостиничных услуг	2	4	5
3	Гостиницы и их роль в развитии туризма	2(2*)	4(2)*	5
4	Структура и содержание разделов бизнес-плана гостиничных услуг	2(2*)	4 (2)*	5
5	Анализ бизнес среды гостиницы	2(2*)	4 (2)*	5
6	План маркетинга и производства гостиницы	2	4	5
7	Организационный план гостиницы	2	4	5
8	Финансовый план гостиницы	2	4	5
9	Стратегическое планирование гостиницы	2	4	4
<b>Итого по дисциплине</b>		<b>18(6)*</b>	<b>36(6)*</b>	<b>44</b>

(\*)\* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

**4.2. Содержания дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий (заочная форма обучения)**

№ пп	Наименование тем дисциплины	Аудиторные занятия		Самост. работа
		Лекции	Практ. работы	
1	Содержание и организация бизнес планирования гостиничных услуг	2	0	5
2	Задачи, функции и принципы бизнес планирования гостиничных услуг	2	0	10
3	Гостиницы и их роль в развитии туризма	0	0	10
4	Структура и содержание разделов бизнес-плана гостиничных услуг	2(2)*	0	10
5	Анализ бизнес среды гостиницы	0	2(2)*	10
6	План маркетинга и производства гостиницы	0	2	10
7	Организационный план гостиницы	0	2	10
8	Финансовый план гостиницы	0	2	10
9	Стратегическое планирование гостиницы	0	2	10
<b>Итого по дисциплине</b>		<b>6(2)*</b>	<b>10(2)*</b>	<b>85</b>

(\*)\* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

**4.3. Содержание разделов дисциплины (модуля)**

**4.3.1. Лекции**

№ п/п	Номер, тема и содержание лекции	Трудоемкость, час.		
			очно	заочно
1.	<b>Лекция №1 Тема «Содержание и организация бизнес планирования гостиничных услуг»</b> 1. Теоретические основы бизнеса 2. Сущность и значение бизнес планирования в управлении гостиницей 3. Организация процесса бизнес планирования гостиницы		2	2

2.	<b>Лекция №2. Тема «Задачи, функции и принципы бизнес планирования гостиничных услуг».</b> 1. Понятие, цель, задачи и особенности составления бизнес-плана 2. Отличие бизнес-плана от других плановых документов 3. Этапы формирования бизнес-плана.		2	2
3.	<b>Лекция №3. Тема «Гостиницы и их роль в развитии туризма».</b> 1. Основные понятия сферы гостиничного хозяйства. 2. Классификация средств размещения и гостиниц. 3. Классификация гостиниц. 4. Новые требования к классификации российских гостиниц. 5. Основные типы гостиниц.		2(2*)	0
4.	<b>Лекция №4. Тема «Структура и содержание разделов бизнес-плана гостиничных услуг»</b> 1. Общая структура бизнес-плана. 2. Титульный лист, оглавление, меморандум конфиденциальности, резюме бизнес-плана. 3. История бизнеса организации (описание отрасли). 4. Характеристика объекта бизнеса Структура бизнес-плана: 1) титульный лист; 2) аннотация; 3) меморандум о конфиденциальности; 4) оглавление; Основные разделы бизнес-плана. 1) резюме; 2) история бизнеса организации (описание отрасли); 3) характеристика объекта бизнеса; 4) анализ бизнес среды гостиницы; 5) план маркетинга; 6) производственный план; 7) организационный план; 8) финансовый план; 9) оценка и страхование риска; 10) приложения.		2(2*)	2(2)*
5.	<b>Лекция №5. Тема «Анализ бизнес среды гостиницы».</b> 1. Основные моменты раздела - Анализ бизнес среды гостиницы 1. Оценка рынка сбыта 2. Оценка конкурентной среды 2. Прогнозирование в бизнес планировании гостиницы.		2(2*)	0

6.	<b>Лекция №6. Тема «План маркетинга и производства гостиницы».</b> 1. План маркетинга. 1) цели и стратегии маркетинга; 2) ценообразование; 3) схема распространения гостиничных услуг; 4) методы стимулирования продаж; 5) организация послепродажного обслуживания клиентов; 6) реклама; 7) формирование общественного мнения о гостинице и услугах; 8) бюджет маркетинга; 9) контроллинг маркетинга. 2. Производственный план. 1) технология производства; 2) производственное кооперирование; 3) контроль производственного процесса; 4) система охраны окружающей среды; 5) производственная программа; 6) производственные мощности и их развитие; 7) потребность в долгосрочных активах; 8) потребность в оборотных средствах; 9) прогноз затрат.		2	0
7.	<b>Лекция №7. Тема «Организационный план гостиницы».</b> Структура раздела может иметь следующий вид: 1) организационная структура; 2) ключевой управленческий персонал; 3) профессиональные советники и услуги; 4) персонал; 5) кадровая политика гостиницы; 6) календарный план; 7) план социального развития; 8) правовое обеспечение деятельности гостиницы.		2	0
8.	<b>Лекция №8. Тема «Финансовый план гостиницы».</b> Финансовый план гостиницы: 1) финансовую отчетность предприятия; 2) анализ финансово-экономического состояния предприятия; 3) подготовку плановых документов; 4) прогноз запаса финансовой прочности проекта. Оценка и страхование рисков гостиницы: описание организационных мер по профилактике рисков; разработка программы страхования от рисков.		2	0
9.	<b>Лекция №9. Тема «Стратегическое планирование гостиницы».</b> Теория стратегического планирования. Методология стратегического планирования. Принципы и формы стратегического планирования.		2	0
<b>Итого</b>			<b>18(6)*</b>	<b>6(2)*</b>

(\*) - занятия, проводимые в интерактивных формах.

#### 4.3.2. Практические работы

№ п/п	Наименование темы дисциплины (название модуля)	Номер и тема практической работы	Трудоемкость час.	
			очно	заочно
1.	Содержание и организация бизнес планирования гостиничных услуг	<b>Практическая работа №1</b> Тема «Теоретические основы организация бизнес планирования гостиничных услуг».	2	0
		<b>Практическая работа №2</b> Деловая игра «Создай свой бизнес».	2	0
2.	Задачи, функции и принципы бизнес планирования гостиничных услуг	<b>Практическая работа №3.</b> Тема «Задачи и функции бизнес планирования гостиничных услуг».	2	0
		<b>Практическая работа №4.</b> Тема «Принципы бизнес планирования гостиничных услуг»	2	0
3.	Гостиницы и их роль в развитии туризма	<b>Практическая работа №5.</b> Тема «Классификация гостиниц».	2(2)*	0
		<b>Практическая работа №6.</b> Деловая игра «Характеристика организационно- управленческой структуры гостиницы».	2	0
4.	Структура и содержание разделов бизнес- плана гостиничных услуг	<b>Практическая работа №7.</b> Деловая игра «Бизнес идея планирования гостиницы».	2 (2)*	0
		<b>Практическая работа №8</b> Деловая игра «Разработка структуры бизнес плана гостиницы»	2	0
5.	Анализ бизнес среды гостиницы	<b>Практическая работа №9.</b> Деловая игра «Анализ бизнес среды гостиницы»	2 (2)*	2(2)*
		<b>Практическая работа №10.</b> «Оценка конкурентной среды гостиницы»	2	0
6.	План маркетинга и производства гостиницы	<b>Практическая работа №11.</b> Деловая игра «План маркетинга гостиницы»	2	2
		<b>Практическая работа №12.</b> Деловая игра «Производственный план гостиницы»	2	0
7.	Организационный план гостиницы	<b>Практическая работа №13.</b> Деловая игра «Организационный план гостиницы»	2	2
		<b>Практическая работа №14.</b> Деловая игра «Кадровая политика гостиницы»	2	0
8.	Финансовый план гостиницы	<b>Практическая работа №15.</b> Деловая игра «Финансовый план гостиницы»	2	2
		<b>Практическая работа №16.</b> Деловая игра «Оценка и страхование рисков гостиницы»	2	0
9.	Стратегическое планирование гостиницы	<b>Практическая работа №17.</b> Деловая игра «Стратегическое планирование гостиницы».	2	2
		<b>Практическая работа №18.</b> Деловая игра «Методология стратегического планирования»	2	0
		<b>Итого:</b>	<b>36(6)*</b>	<b>10(2)*</b>

( )\* - занятия, проводимые в интерактивных формах.



## 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине Б1.В.ДВ.03.01 «Бизнес планирование гостиничных услуг» в научной библиотеке университета имеются учебники и учебные пособия.

На самостоятельную работу при изучении данной дисциплины отводится по очной (заочной) форме обучения соответственно 49 (90) часов, из них 44 (85) часов выделяется на самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов. При самостоятельном изучении отдельных тем и вопросов основными видами самостоятельной работы обучающихся являются: проработка учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы и информационно-образовательных ресурсов, конспектирование материалов, подготовка к выполнению практических заданий, к опросу, тестированию, к балльно-рейтинговым контрольным

№ пп	Тема и вопросы самостоятельной работы студентов	Объем часов очно (заочно)	Перечень учебно-методического обеспечения	Форма контроля
1.	Тема 1. Содержание и организация бизнес планирования гостиничных услуг. 1. Приведите примеры малых, средних и крупных гостиниц. 1. Особенности бизнес планирования гостиниц. 2. Масштаб и уровни планирования бизнеса гостиничных услуг. 3. Система бизнес планирования в малых и средних гостиницах. 4. Организация системы бизнес планирования гостиниц 5. Механизм планирования бизнеса гостиницы.	5(5)	[3] Стр. 10-15 [6] Стр. 28-39	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и промежуточной аттестации
2.	Тема 2. Задачи, функции и принципы бизнес планирования гостиничных услуг. 1. Проработка материала по учебной литературе. 2. Виды стратегического планирования гостиниц. 3. Особенности формирования бизнес-плана единичных гостиниц. 4. Особенности формирования бизнес-плана сети гостиниц.	5(10)	[4] Стр. 16-27 [5] Стр. 19-25	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и промежуточной аттестации
3.	Тема 3. Гостиницы и их роль в развитии туризма. 1. Приведите примеры услуг малых гостиниц 2. Приведите примеры услуг крупных гостиниц.	5(10)	[1] Стр. 41-51 [2] Стр. 32-47	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и промежуточной аттестации
4.	Тема 4. Структура и содержание разделов бизнес-плана гостиничных услуг. 1. Приведите пример описания истории бизнеса гостиницы. 2. Приведите характеристику объекта бизнеса - гостиницы.	5(10)	[3] Стр. 10-15 [4] Стр. 31-42 [5] Стр. 28-39 [6] Стр. 28-39	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и промежуточной аттестации

мероприятиям и промежуточной аттестации.

5.	<p>Тема 5. Анализ бизнес среды гостиницы.</p> <p>1. Проработка материала по учебной литературе.</p> <p>1. Накопление и анализ предпринимательских идей.</p> <p>2. Общая характеристика бизнес-плана.</p> <p>3. Состав и структура разделов бизнес-плана.</p> <p>4. Цели и планы в бизнесе организации гостиничных услуг.</p> <p>5. Этапы и сущность планирования бизнеса.</p> <p>6. Виды внутреннего планирования гостиниц.</p>	5(10)	<p>[3] Стр. 16-27</p> <p>[4] Стр. 72-81</p>	Подготовка к бально-рейтинговым контрольным мероприятиям и промежуточной аттестации
6.	<p>Тема 6. План маркетинга и производства гостиницы.</p> <p>1. Приведите пример маркетинговых мероприятий гостиницы.</p> <p>2. Напишите производственный план гостиницы.</p>	5(10)	<p>[1] Стр. 28-35</p> <p>[4] Стр. 43-52</p>	Подготовка к бально-рейтинговым контрольным мероприятиям и промежуточной аттестации
7.	<p>Тема 7. Организационный план гостиницы.</p> <p>1. Приведите пример организационной структуры небольших гостиниц.</p> <p>2. Приведите пример мотивации персонала гостиницы.</p>	5(10)	<p>[3] Стр. 28-33</p>	Подготовка к бально-рейтинговым контрольным мероприятиям и промежуточной аттестации
8 .	<p>Тема 8. Финансовый план гостиницы.</p> <p>1. Проанализируйте оперативный отчет гостиницы.</p> <p>2. Проанализируйте отчет доходов и расходов гостиницы.</p> <p>3. Проанализируйте отчет движения денежных средств гостиницы.</p> <p>4. Проанализируйте балансовый отчет гостиницы.</p> <p>5. Приведите примеры финансовых рисков небольших гостиниц.</p> <p>6. Приведите примеры</p>	5(10)	<p>[5] Стр. 34-43</p>	Подготовка к бально-рейтинговым контрольным мероприятиям и промежуточной аттестации

	производственных рисков небольших гостиниц. 7. Приведите примеры рисков снижения покупательной способности в сфере гостиничных услуг.			
9.	Тема 9. Стратегическое планирование гостиницы. 1. Проработка материала по конспектам лекций и учебной литературе на тему: Стратегическое планирование гостиничных услуг. 1. Раскройте основные теоретические аспекты стратегического планирования 2. В чем состоит методология стратегического планирования коммерческих организаций? 3. Перечислите и охарактеризуйте принципы и формы стратегического планирования.	4(10)	[31] Стр. 72-81 [6] Стр. 92-101	Подготовка к бально-рейтинговым контрольным мероприятиям и промежуточной аттестации
Подготовка к промежуточной аттестации		5(5)	[1]*, [2]*, конспект лекций	
Итого:		49(90)		

\* Перечень учебно-методического обеспечения приведен в разделе 8.

На очной форме обучения контроль самостоятельной работы, чаще всего осуществляется перед началом чтения лекции, выполнения практических заданий, во время проведения бально-рейтинговых контрольных мероприятий и промежуточной аттестации.

На заочной форме обучения, контроль самостоятельной работы осуществляется только во время промежуточной аттестации.

Объем часов, выделяемых для подготовки к промежуточной аттестации (5 часов по очной форме и 5 часов по заочной форме обучения), используется для самостоятельной подготовки обучающихся к экзамену. Данный этап является завершающим при изучении дисциплины и контроль самостоятельной работы осуществляется во время промежуточной аттестации.

## **6. Фонд оценочных средств, для проведения текущего и промежуточного контроля знаний, обучающихся по дисциплине (модулю)**

### **6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся.**

№ пп	Структурированные модули	Коды формируемых компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения дисциплины
1	Содержание и организация бизнес планирования гостиничных услуг	ПК-1	1-ый рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практической работы и их защита)
2	Задачи, функции и принципы бизнес планирования гостиничных услуг		
3	Гостиницы и их роль в развитии туризма		
4	Структура и содержание разделов бизнес-плана	ПК-1 ПК-2	2-ой рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные

	гостиничных услуг		мероприятия (коллоквиумы, контрольные работы, тесты)
5	Анализ бизнес среды гостиницы		подготовка к выполнению практической работы и их защита)
6	План маркетинга и производства гостиницы		
7	Организационный план гостиницы	ПК-1 ПК-2	3-ий рейтинг контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практической работы и их защита)
8	Финансовый план гостиницы		
9	Стратегическое планирование гостиницы		

## 6.2. Показатели и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся

**Текущий контроль** - это непрерывное отслеживание освоения индикаторов достижения профессиональных компетенций по дисциплине.

**Промежуточный контроль** проводится с целью оценки усвоения студентами материала крупного модуля или раздела учебной дисциплины. В течение семестра проводится три таких контрольных мероприятий, согласно календарного учебного графика. Промежуточный контроль – это своего рода микроэкзамен по пройденному материалу учебной дисциплины. Он может проводиться, как в устной, так и в письменной форме, а также в виде тестового контроля.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом:

- оценки (текущего контроля) за работу в семестре (оценки за выполнение контрольных заданий, за выполнение и успешную защиту практических работ, за активное участие в опросе студентов перед началом лекции или в конце ее);
- оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях (ответы на тесты, на контрольные вопросы);

Для определения оценки за работу в семестре и оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях содержательная часть рабочей программы четко структурируется на содержательные модули из которых формируется три блока (модуля), с периодами изучения равными периодам проведения рейтинг-контроля.

Таким образом, устанавливается объем дисциплины, подлежащей оценке качества усвоения в рамках блоков. При этом каждая контрольная точка оценивается в 20 баллов, из которых на долю текущего контроля приходится 10 баллов, а остальные 10 баллов студент может получить по результатам промежуточного контроля.

Критериями оценки сформированности компетенций являются индикаторы достижения компетенции при изучении разделов (модулей) дисциплин.

Согласно этих критериев при разработке шкал оценивания руководствуемся следующим:

**15-20 баллов** – студент получает при **высоком** уровне овладения компетенциями и освоения знаний, умений и теоретического материала без пробелов; выполнении всех заданий, предусмотренных учебным планом на высоком качественном уровне; сформировании практических навыков, профессионального применения освоенных знаний;

Это позволяет получить студенту экзамен «автоматом» (при 55 и более баллов) или на промежуточной аттестации (при 45 и более баллов) оценку «отлично».

**10-14 баллов** – студент получает при **среднем** уровне овладения компетенциями и освоении знаний, умений и теоретического материала, когда учебные задания не оценены максимальным числом баллов, и в основном сформированы практические навыки.

**До 10 баллов** – студент получает при **пороговом** уровне овладения компетенциями и частично с пробелом освоении знаний, умений и теоретического материала, некачественном выполнении учебных заданий, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, в случаях не сформирования некоторых практических навыков

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

### 7. 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Рабочей программой дисциплины «Бизнес планирование гостиничных услуг» предусмотрено участие дисциплины в формировании следующих компетенций:

ПК-1. Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности.

ПК-2. Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

В процессе освоения образовательной программы компетенции ПК-1, ПК-2 формируются при изучении дисциплин, прохождении практик и ГИА.

#### Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Дисциплины, практики, ГИА через которые формируется компетенция (компоненты)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы
ПК-1	Б1.В.09 Основы туризма	1
	ФТД.01 Гражданское население в противодействие распространения идеологии терроризма	2
	Б1.В.06 Планирование и анализ деятельности Б1.В.08 Технология и организация управления качеством гостиничных услуг	4
	Б1.О.10 Менеджмент в туризме Б1.В.11 Принятие управленческих решений в туризме	5
	Б1.О.17 Организация туристской деятельности Б1.В.14 Технология и организация выездного туризма <b>Б1.В.ДВ.03.01 Бизнес планирование гостиничных услуг</b> Б1.В.ДВ.03.02 Поведения потребителя	6
	Б1.О.22 Организация туроперейтинга Б2.О.05(П) Производственная практика, организационно-управленческая	7
	Б1.В.18 Организация обслуживания в туристской индустрии Б1.В.02 Технология и организация операторских и агентских услуг Б3.01 Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	8
ПК-2	Б1.О.11 Экономика туризма	2
	Б1.В.07 Стандартизация и сертификация в туристской индустрии	3
	Б1.В.06 Планирование и анализ деятельности	4
	Б1.В.11 Принятие управленческих решений в туризме Б1.В.16 Технология и организация услуг питания	5
	Б1.О.16 Бухгалтерский и финансовый учет в туризме <b>Б1.В.ДВ.03.01 Бизнес планирование гостиничных услуг</b> Б1.В.ДВ.03.02 Поведение потребителя	6
	Б2.О.05(П) Производственная практика,	7

	организационно-управленческая	
	Б3.01 Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	8

*\* Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы определяются семестром изучения дисциплин и прохождения практик.*

## 7.2. Описание показателей индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

### Промежуточная аттестация - зачет.

При модульной системе основным стимулом к регулярной работе студентов является возможность быть освобождённым от зачёта, (получить их «автоматом»). Для этого студент должен выполнить следующие условия:

- не иметь по промежуточным модулям **0** баллов;
- если студент набрал по итогам текущего рейтинга **49** и более баллов, то он получает зачёт «автоматом».

Максимальная сумма баллов, которую студент может набрать за семестр составляет **100** баллов, из которых на текущий и промежуточный контроль отводится **60** баллов. Оставшиеся **40** баллов - это сумма баллов, которую студент может набрать по результатам промежуточной аттестации (зачет).

### Индикаторы достижения компетенции\*

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
ИД-1 <sub>ПК-1</sub> Применяет знания организационных основ туристской индустрии, структуры туристской отрасли, особенностей правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности организации (шестой этап)	<b>Знать:</b> основные категории теории управления и бизнес планирования гостиничных услуг, основные понятия цели, задачи, принципы, функции и методы бизнес планирования гостиничных услуг.	Не знает основные категории теории управления и бизнес планирования гостиничных услуг, основные понятия цели, задачи, принципы, функции и методы бизнес планирования гостиничных услуг	Частично знаком с основными категориями теории управления и бизнес планирования гостиничных услуг, основные понятия цели, задачи, принципы, функции и методы бизнес планирования гостиничных услуг	Достаточно владеет основными категориями теории управления и бизнес планирования гостиничных услуг, основные понятия цели, задачи, принципы, функции и методы бизнес планирования гостиничных услуг	В полной мере владеет основными категориями теории управления и бизнес планирования гостиничных услуг, основные понятия цели, задачи, принципы, функции и методы бизнес планирования гостиничных услуг
	<b>Уметь:</b> организовать работу исполнителей, принимать решения в туристской деятельности; использовать информационную базу при бизнес планировании	Не обладает умениями организовать работу исполнителей, принимать решения в туристской деятельности;	Частично обладает умениями организовать работу исполнителей, принимать решения в туристской деятельности;	Умеет фрагментарно организовать работу исполнителей, принимать решения в туристской деятельности;	Умеет организовать работу исполнителей, принимать решения в туристской деятельности; использовать

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
	гостиничных услуг.	использовать информационную базу при бизнес планировании гостиничных услуг.	деятельности; использовать информационную базу при бизнес планировании гостиничных услуг.	использовать информационную базу при бизнес планировании гостиничных услуг.	информационную базу при бизнес планировании гостиничных услуг.
	<b>Владеть:</b> навыками организации работы исполнителей, при бизнес планировании гостиничных услуг.	Не владеет навыками организации работы исполнителей, при бизнес планировании гостиничных услуг.	Не в полной мере владеет навыками организации работы исполнителей, при бизнес планировании гостиничных услуг.	Способен овладеть навыками организации работы исполнителей, при бизнес планировании гостиничных услуг.	Владеет на высоком уровне навыками организации работы исполнителей, при бизнес планировании гостиничных услуг.
ИД-4 <sub>ПК-2</sub> Участствует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучает обслуживаемые направления и объемы оказываемых услуг. (шестой этап)	<b>Знать:</b> сущность и значение бизнес планирования в управлении гостиницей; структуру и содержание разделов бизнес-плана гостиничных услуг; этапы формирования бизнес-плана.	Не знает сущность и значение бизнес планирования в управлении гостиницей; структуру и содержание разделов бизнес-плана гостиничных услуг; этапы формирования бизнес-плана.	Частично знаком с сущностью и значением бизнес планирования в управлении гостиницей; структуру и содержание разделов бизнес-плана гостиничных услуг; этапы формирования бизнес-плана.	Достаточно владеет сущностью и значением бизнес планирования в управлении гостиницей; структуру и содержание разделов бизнес-плана гостиничных услуг; этапы формирования бизнес-плана.	В полной мере владеет с сущностью и значением бизнес планирования в управлении гостиницей; структуру и содержание разделов бизнес-плана гостиничных услуг; этапы формирования бизнес-плана.
	<b>Уметь:</b> рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста; анализировать бизнес среду гостиницы; разрабатывать бизнес-план гостиничных услуг; прогнозировать риски, которые могут помешать выполнению бизнес-плана, определять перспективные направления деятельности и место	Не умеет рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста; анализировать бизнес среду гостиницы; разрабатывать бизнес-план гостиничных услуг; прогнозировать риски, которые могут помешать выполнению	Частично обладает умениями рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста; анализировать бизнес среду гостиницы; разрабатывать бизнес-план гостиничных услуг; прогнозировать риски, которые	Умеет фрагментарно рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста; анализировать бизнес среду гостиницы; разрабатывать бизнес-план гостиничных услуг; прогнозировать риски, которые могут помешать	Умеет рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста; анализировать бизнес среду гостиницы; разрабатывать бизнес-план гостиничных услуг; прогнозировать риски, которые могут помешать выполнению

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
	гостиницы на этих рынках; обосновать управленческое решение; осуществлять стратегическое планирование гостиницы.	бизнес-плана, определять перспективные направления деятельности и место гостиницы на этих рынках; обосновать управленческое решение; осуществлять стратегическое планирование гостиницы.	могут помешать выполнению бизнес-плана, определять перспективные направления деятельности и место гостиницы на этих рынках; обосновать управленческое решение; осуществлять стратегическое планирование гостиницы.	выполнению бизнес-плана, определять перспективные направления деятельности и место гостиницы на этих рынках; обосновать управленческое решение; осуществлять стратегическое планирование гостиницы.	бизнес-плана, определять перспективные направления деятельности и место гостиницы на этих рынках; обосновать управленческое решение; осуществлять стратегическое планирование гостиницы.
	<b>Владеть:</b> методами бизнес планирования гостиничных услуг; аналитическими методами для оценки материального и финансового положения гостиницы; навыками составления бизнес плана гостиничных услуг.	Не владеет методами бизнес планирования гостиничных услуг; аналитическими методами для оценки материального и финансового положения гостиницы; навыками составления бизнес плана гостиничных услуг.	Не в полной мере владеет методами бизнес планирования гостиничных услуг; аналитическими методами для оценки материального и финансового положения гостиницы; навыками составления бизнес плана гостиничных услуг.	Способен овладеть методами бизнес планирования гостиничных услуг; аналитическими методами для оценки материального и финансового положения гостиницы; навыками составления бизнес плана гостиничных услуг.	Владеет на высоком уровне методами бизнес планирования гостиничных услуг; аналитическими методами для оценки материального и финансового положения гостиницы; навыками составления бизнес плана гостиничных услуг.

\*На этапе освоения дисциплины

Для допуска к зачету студент должен набрать в ходе текущего и промежуточного контроля не менее **40** баллов. Если эта сумма меньше **30** баллов, то студент не допускается к зачету. Если эта сумма больше или равна **30**, то путем дополнительного опроса (собеседование, контрольная работа, тест, реферат) эта сумма может быть повышена до **40** баллов.

Для допуска к зачету студенту необходимо восстановить пробелы, как по текущему, так и по промежуточному контролю. На зачете студент может получить **20 – 40** баллов. Максимальный балл при каждой повторной пересдаче уменьшается на **10** баллов. Если ответы студента оцениваются суммой баллов менее **20**, то студенту выставляется **0** баллов.

Студент, набравший по итогам текущего и промежуточного контроля по дисциплине менее **30** баллов, после всех разрешенных отработок может получить оценку не выше «удовлетворительно».

#### Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Шкала оценивания	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (зачтено)	85-100	заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические



		навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (зачтено)	70-84	заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (зачтено)	60-69	заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (не зачтено)	0-59	заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

### **7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих индикаторы достижения компетенции ИД-1пк-1, ИД-4пк-2, в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы**

#### **7.3.1. Тесты для текущего и промежуточного контроля обучающихся**

##### **Тема 1: Содержание и организация бизнес-планирования гостиничных услуг**

1. Что такое бизнес?

- а) дело, приносящее доход.
- б) собственность
- в) доход

2. Экономическая деятельность субъекта, нацеленная на получение прибыли путем создания и реализации определенной продукции (товаров, работ, услуг) – это

- а) торговля
- б) бизнес
- в) собственность

3. Совокупность отношений между всеми его участниками, образующими команду единомышленников с целью получения дохода, прибыли – это

- а) торговля
- б) бизнес
- в) производство

4. Посредством каких компонентов реализуется бизнес?

- а) коммерция (торговлю) и коммерческое посредничество.
- б) коммерция
- в) производство продукции, коммерцию (торговлю) и коммерческое посредничество.

5. Является ли понятие «бизнес» синонимом понятия «предпринимательство»?

- а) да
- б) нет

6. Являются ли работники, осуществляющие трудовую деятельность по найму, на контрактной или иной основе, а также их профессиональные союзы участниками бизнеса?

- а) да
- б) нет

7. Являются ли лица, осуществляющие инициативную деятельность на свой риск, под свою экономическую и юридическую ответственность, а также коллективы предпринимателей участниками бизнеса?

- а) да
- б) нет

8. Являются ли потребители продукции участниками бизнеса?

- а) да
  - б) нет
9. Какое свойство бизнеса характеризует придание рациональной направленности на объединяющее элементы бизнеса начало – получение дохода, прибыли
- а) целесообразностью
  - б) целостностью
  - в) противоречивостью
  - г) активностью.
10. Какое свойство бизнеса характеризует свободное проникновение в различные сферы экономики?
- а) целесообразностью
  - б) целостностью
  - в) противоречивостью
  - г) активностью.
11. Закономерный результат поиска человеческим обществом наиболее рациональных и эффективных инструментов и способов своего исторического развития и выживания – это
- а) планирование
  - б) бизнес
  - в) предпринимательство
12. Целевой программный документ, представляющий собой систему расчетов, технико-экономических обоснований, совокупность экономических показателей, описание мер и действий, посвященных реализации основной цели предпринимательской деятельности – получения максимальной прибыли от нее - это
- а) планирование
  - б) бизнес-план
  - в) предпринимательство
13. Самостоятельный вид плановой деятельности, который непосредственно связан с предпринимательством - это
- А: бизнес планирование
  - б) бизнес-план
  - в) предпринимательство
- Тема 2: Задачи, функции и принципы бизнес-планирования гостиничных услуг**
14. Планирование хозяйственной деятельности гостиницы на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов – это
- а) цель разработки бизнес-плана
  - б) социальная цель
  - в) управление бизнесом
15. Какие задачи решает бизнес-план?
- а) преодоление дефицита гостиничных услуг
  - б) определить конкретные направления деятельности, перспективные рынки сбыта и место фирмы на этих рынках;
  - в) повышение статуса предпринимателя
16. Какую функцию выполняет бизнес-планирование гостиничных услуг?
- а) обоснование стратегии и тактики развития гостиницы.
  - б) получение прибыли
  - в) удовлетворение потребностей населения
17. Какую функцию выполняет бизнес-планирование гостиничных услуг?
- а) получение прибыли
  - б) планирование
  - в) оценить затраты
18. Какую функцию выполняет бизнес-планирование гостиничных услуг?
- а) получение прибыли
  - б) оценить затраты

- в) привлечение денежных средств со стороны (ссуды, кредиты).
19. Какую функцию выполняет бизнес-планирование гостиничных услуг?
- а) получение прибыли
  - б) привлечение инвесторов и расширение круга предприятий-партнеров, совместно реализующих разработанный проект
  - в) оценить затраты
20. Какую функцию выполняет бизнес-планирование гостиничных услуг?
- а) получение прибыли
  - б) оценить затраты
  - в) вовлечение всех сотрудников в процесс составления бизнес-плана
21. В чем состоит особенность бизнес плана диверсифицированных организаций?
- а) в план включаются отчетные данные за предшествующий год, с которыми сравниваются показатели планируемого года
  - б) излагаются обычные разделы бизнес-плана, увязанные с инвестиционным проектом
  - в) вместо развернутого плана производства в нем кратко излагается планируемый перечень гостиничных услуг (работ), которые будут предоставляться.
22. В чем состоит особенность бизнес плана гостиниц с крупным инвестиционным проектом
- а) в план включаются отчетные данные за предшествующий год, с которыми сравниваются показатели планируемого года
  - б) кратко излагается планируемый перечень гостиничных услуг
  - в) Первое место здесь занимают показатели, характеризующие инвестиционный проект. Затем излагаются обычные разделы бизнес-плана, увязанные с инвестиционным проектом.
23. В чем состоит особенность бизнес плана начинающих гостиниц
- а) излагаются обычные разделы бизнес-плана и включаются, лишь расчетные показатели.
  - б) в план включаются отчетные данные за предшествующий год, с которыми сравниваются показатели планируемого года
  - в) кратко излагается планируемый перечень гостиничных услуг
24. Принцип, означающий постоянную адаптацию к изменениям среды, в которой функционирует гостиница называется принципом
- а) гибкости
  - б) непрерывности
  - в) коммуникативности
25. Принцип, подразумевающей творческий характер планирования и неоднократность проработки уже составленных разделов плана называется принципом
- а) гибкости
  - б) непрерывности
  - в) интерактивности
26. Чем отличается бизнес план от стратегического плана гостиниц?
- а) бизнес план включает весь комплекс общих целей гостиницы
  - б) включает не весь комплекс общих целей гостиницы, а только ту, которая связана с созданием и развитием определенного нового бизнеса
  - в) бизнес план включает производственно-технические аспекты.
27. Чем отличается бизнес план от инвестиционного проекта гостиниц?
- а) бизнес план включает весь комплекс общих целей гостиницы
  - б) бизнес план включает производственно-технические аспекты.
  - в) Бизнес-план выступает как документ, представляющий собой планы разработки и реализации соответствующей части инвестиционного проекта.

### **Тема 3: Гостиницы и их роль в развитии туризма**

28. Имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления временного жилья за денежное вознаграждение – это
- а) индивидуальный предприниматель
  - б) бизнес
  - в) гостиница

29. Любой объект, предназначенный для временного проживания туристов (гостиница, турбаза, площадка для кемпинга и др.) – это
- а) средства размещения туристов
  - б) исполнитель услуги средств размещения
  - в) услуги средств размещения
30. Организация, индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги средств размещения – это
- а) средства размещения туристов
  - б) исполнитель услуги средств размещения
  - в) услуги средств размещения
31. Деятельность исполнителя по размещению туристов и оказанию гостиничных, специализированных (лечебно-оздоровительных, санаторных, спортивных, туристских) и других услуг
- а) средства размещения туристов
  - б) исполнитель услуги средств размещения
  - в) услуги средств размещения
32. Любой объект, который регулярно или иногда предоставляет туристам размещение для ночевки в комнате или каком-либо ином помещении; однако число номеров, которое в нем имеется, превышает минимум, определяемый каждой страной самостоятельно
- а) коллективное средство размещения туристов
  - б) исполнитель услуги средств размещения
  - в) услуги средств размещения
33. К коллективным средствам размещения относятся
- а) гостиницы и аналогичные средства размещения
  - б) особняки
  - в) бани
34. К коллективным средствам размещения относятся
- а) мотели
  - б) рестораны
  - в) виллы
35. К коллективным средствам размещения относятся
- а) пансионаты
  - б) особняки
  - в) квартиры
36. К коллективным средствам размещения относятся
- а) туристские общежития
  - б) особняки
  - в) квартиры
37. К индивидуальным средствам размещения относятся
- а) виллы
  - б) рестораны
  - в) мотели
38. К индивидуальным средствам размещения относятся
- а) коттеджи
  - б) гостиницы
  - в) мотели
39. К индивидуальным средствам размещения относятся
- а) особняки
  - б) рестораны
  - в) мотели
40. Собственность, при которой один собственник имеет право занимать квартиру в течение определенного ограниченного времени, а другие имеют право на оставшиеся периоды времени называется

- а) таймшер
- б) гостиница типа кондоминиума
- в) мотель

#### **Тема 4. Структура и содержание разделов бизнес-плана гостиничных услуг**

41. Что представляет собой бизнес – план?

а) Документ, отражающий все аспекты деятельности будущего коммерческого предприятия (проекта) на определенный период, устанавливающий показатели для достижения поставленных целей и обеспечивающий контроль за их выполнением.

б) Описание проекта (бизнес - идеи) с расчетом финансовых показателей на определенный календарный период.

в) Обоснование последовательности и финансовой целесообразности выполнения тех или действий по достижению намеченных показателей.

42. Расположите в порядке убывания основные стадии процесса бизнес - планирования:

- подготовительная стадия;
- реализации бизнес-плана.
- разработка бизнес-плана;
- продвижения бизнес-плана на рынок интеллектуальной собственности;

43. Презентация бизнес-плана - это

а) краткое изложение основных положений бизнес-плана на переговорах с инвесторами и потенциальными партнерами

б) это процедура аудита бизнес-плана с внешними инвесторами проводящие по определенной схеме;

в) это начало переговоров с потенциальными инвесторами и партнерами по реализации бизнес- проекта.

44. Сколько этапов включает процедура аудита бизнес-плана?

- а) 3
- б) 6
- в) 5
- г) 9

45. Что означает реализовать бизнес-план?

а) означает определение логической последовательности событий в рабочих задачах;

б) означает подготовку бюджета реализации и потоков средств, которые обеспечат финансирование бизнес-плана;

в) означает выполнить все рабочие задачи в фирме и вне ее, необходимые для того, чтобы перевести деловой проект из стадии бизнес-плана в реальную производственную стадию

46. Титульный лист бизнес - плана содержит информацию о:

- а) инициаторе проекта.
- б) характеристике производимого товара (услуги).
- в) сроках реализации проекта.
- г) анализе конкурентных преимуществ товара (услуги).

47. Определите, к какой части бизнес – плана относится обоснование объемов и каналов возможных продаж товара (услуг)?

- а) производственный план
- б) план маркетинга
- в) организационный план
- г) финансовый план

48. Для представления бизнес – идеи и получения инвестиций в требуемом объеме необходимо тщательно проработать все разделы бизнес – плана. Однако основное внимание следует уделить:

а) разработке целей и задач проекта, определению всех участников.

б) формированию плана (программы) действий и планированию организационных мероприятий.

в) составлению обобщенного резюме, расчету основных параметров и финансовых показателей.

49. Бизнес – планирование, как необходимый элемент управления предпринимательской деятельностью, позволяет реализовывать различные цели, но главным назначением бизнес-плана является:

- а) выпуск запланированного объема продукции.
- б) расширение предпринимательской деятельности.
- в) получение прибыли.

50. Следует ли по мере развития бизнеса вносить изменения в бизнес – план и уточнения?

- а) в зависимости от развития рынка и его отраслей.
- б) нет, бизнес – план важен только для представления его инвестору, и в дальнейшем не актуален.
- в) да, по мере изменения внутренней структуры организации и внешней среды функционирования.

Тема 5. Анализ бизнес среды гостиницы

51. Емкость рынка – это:

- а) объем реализованных на рынке товаров (услуг) в течение определенного периода времени
- б) территория, на которой происходит реализация товаров (услуг) предприятия
- в) удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме продаж товаров (услуг) на данном рынке

52. По соотношению продавцов и покупателей рынок свободной конкуренции состоит из...

- а) большого числа независимо действующих продавцов и покупателей какого-либо однородного продукта на высокоорганизованном рынке
- б) множества покупателей и продавцов, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен.
- в) одного продавца с услугой, у которого нет аналога или заменителя

53. По соотношению продавцов и покупателей рынок монополистической конкуренции состоит из...

- а) большого числа независимо действующих продавцов и покупателей какого-либо однородного продукта на высокоорганизованном рынке
- б) множества покупателей и продавцов, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен.
- в) одного продавца с услугой, у которого нет аналога или заменителя

54. По соотношению продавцов и покупателей рынок чистой монополии состоит из...

- а) большого числа независимо действующих продавцов и покупателей какого-либо однородного продукта на высокоорганизованном рынке
- б) множества покупателей и продавцов, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен.
- в) одного продавца с услугой, у которого нет аналога или заменителя

55. По соотношению продавцов и покупателей олигополистический рынок состоит из...

- а) большого числа независимо действующих продавцов и покупателей какого-либо однородного продукта на высокоорганизованном рынке
- б) множества покупателей и продавцов, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен.
- в) небольшого количество продавцов

56. Выделение отдельных частей (сегментов) рынка, отличающихся друг от друга характеристиками спроса на услуги, т.е. разбивка потребителей по мотивации и иным признакам – это

- а) сегментация рынка
- б) конкурентоспособность
- в) конкуренция

57. Количество услуг, которое покупатель готов приобрести при данных условиях в течение определенного промежутка времени – это

- а) объем спроса
- б) объем предложения

в) эластичность спроса

58. Сосредоточение внимания на одном из сегментов рынка, на особой группе покупателей (например, только на пожилых покупателях, или только на обеспеченных, или же на пожилых обеспеченных покупателях), определенной группе услуг или на ограниченном географическом секторе рынка – это

а) фокусирование

б) анализ

в) эластичность спроса

Тема 6. План маркетинга и производства гостиницы.

59. Принцип понимания потребителя основан на ...

а) учете потребностей и динамики рыночной конъюнктуры

б) активном воздействии на рынок и потребителя с помощью всех доступных средств (качества услуги, рекламы, сервиса, цены)

в) знании потребительского спроса и его изменений в перспективе

60. Принцип борьбы за потребителя (клиента) основан на ...

а) учете потребностей и динамики рыночной конъюнктуры

б) активном воздействии на рынок и потребителя с помощью всех доступных средств (качества услуги, рекламы, сервиса, цены)

в) знании потребительского спроса и его изменений в перспективе

61. Принцип понимания максимального приспособления гостиницы к требованиям рынка основан на ...

а) учете потребностей и динамики рыночной конъюнктуры

б) активном воздействии на рынок и потребителя с помощью всех доступных средств (качества услуги, рекламы, сервиса, цены)

в) знании потребительского спроса и его изменений в перспективе

62. Аналитическая функция включает в себя изучение:

а) потребителей; конкурентов; услуг; цен; продвижения и продаж услуг; системы стимулирования сбыта и рекламы и др.

б) формирование новых услуг, применение более совершенных технологий; обеспечение материально-технического снабжения; управление качеством и конкурентоспособностью гостиничных услуг.

в) организация системы продвижения услуг; организация услуг; организация системы формирования спроса и стимулирования сбыта; проведение целенаправленной ценовой политики.

63. Производственная функция включает в себя изучение:

а) потребителей; конкурентов; услуг; цен; продвижения и продаж услуг; системы стимулирования сбыта и рекламы и др.

б) формирование новых услуг, применение более совершенных технологий; обеспечение материально-технического снабжения; управление качеством и конкурентоспособностью гостиничных услуг.

в) организация системы продвижения услуг; организация услуг; организация системы формирования спроса и стимулирования сбыта; проведение целенаправленной ценовой политики.

64. Сбытовая функция включает в себя изучение:

а) потребителей; конкурентов; услуг; цен; продвижения и продаж услуг; системы стимулирования сбыта и рекламы и др.

б) формирование новых услуг, применение более совершенных технологий; обеспечение материально-технического снабжения; управление качеством и конкурентоспособностью гостиничных услуг.

в) организация системы продвижения услуг; организация услуг; организация системы формирования спроса и стимулирования сбыта; проведение целенаправленной ценовой политики.

65. Функция управления и контроля включает в себя изучение:

а) потребителей; конкурентов; услуг; цен; продвижения и продаж услуг; системы стимулирования сбыта и рекламы и др.

б) формирование новых услуг, применение более совершенных технологий; обеспечение материально-технического снабжения; управление качеством и конкурентоспособностью гостиничных услуг.

в) организацию стратегического и оперативного планирования на предприятии; информационное обеспечение управления коллективом; организацию системы коммуникаций на предприятии; организацию контроля маркетинга (обратные связи, ситуационный анализ).

#### Тема 7. Организационный план гостиницы

66. Организационная структура представляет собой

а) способ и форму объединения работников для достижения поставленных перед гостиницей производственных и управленческих целей.

б) выделение отдельных частей (сегментов) рынка, отличающихся друг от друга характеристиками спроса на услуги, т.е. разбивка потребителей по мотивации и иным признакам

67. При построении организационной структуры гостиницы необходимо учитывать принцип:

а) централизации

б) комплексности

в) равновесия

68. При построении организационной структуры гостиницы необходимо учитывать принцип:

а) гибкости

б) комплексности

в) равновесия

69. При построении организационной структуры гостиницы необходимо учитывать принцип:

а) специализации

б) комплексности

в) равновесия

70. При построении организационной структуры гостиницы необходимо учитывать принцип:

а) экономичности

б) комплексности

в) равновесия

71. При определении численности работников рассчитывают

а) явочное и списочное количество работников.

б) численность охраны

в) численность отпускников

72. В план социального развития предприятия включается ...

а) совершенствование социальной структуры трудового коллектива

б) повышение эффективности организационной структуры

#### Тема 8. Финансовый план гостиницы

73. Что собой представляет финансовое планирование;

а) помогает, провести анализ экономического состояния предприятия на данный момент времени или обосновать реальность достижения его целей в будущем

б) может быть использован Вами как эффективный инструмент самоорганизации и контроля;

в) контроль финансов вашего проекта;

74. Основой финансовой части бизнес – плана является:

а) баланс движения денежных средств.

б) д задолженность.

в) отчет о финансовых результатах.

75. Указать правильное определение «риска»

а) потери предприятием части доходов в результате осуществления определённой производственной и финансовой деятельности.

б) группа родственных случайных событий, наносящих ущерб;

в) событие, наносящее ущерб;

г) убыток, нанесенный фирме;

д) необходимость выбора двух или нескольких возможных вариантов решений;



е) принцип, состоящий в том, что если какая-нибудь неприятность может случиться, она случается.

76. Какой план отражает за каждый период результаты взаимодействия гостиницы и ее целевых рынков по каждой услуге и рынку

- а) оперативный;
- б) план доходов и расходов;
- в) план движения денежных средств

77. Какой план получит ли фирма прибыль от продажи гостиничных услуг

- а) оперативный;
- б) план доходов и расходов;
- в) план движения денежных средств

78. Какой план показывает процесс поступлений и расходования денег в процессе деятельности гостиницы

- а) оперативный;
- б) план доходов и расходов;
- в) план движения денежных средств

79. Если фирма рискует тем, что в худшем случае произойдет покрытие всех затрат, а в лучшем – получит прибыль намного меньше расчетного уровня – эта область ..... риска (вставить слово)

- а) критического
- б) минимального
- в) недопустимого
- г) повышенного

80. Охарактеризуйте финансовые риски

а) связанный с изменениями в конъюнктуре мирового рынка, со взаимоотношениями между странами, масштабными бедствиями и т. д.;

б) риски на фондовом рынке: ликвидности, информационной, валютной и др.; банковские — кредитный, процентный, портфельный; падения общерыночных цен (инфляционный); лизинговый и факторинговый риски, связанные со спецификой клиента банка;

в) риски, связанные с выбором вложения капитала в те или иные активы;

81. Охарактеризуйте производственные риски

а) связанный с изменениями в конъюнктуре мирового рынка, со взаимоотношениями между странами, масштабными бедствиями и т. д.;

б) возникающий в связи с вынужденными перерывами в производстве, выходом из строя производственных фондов, потерей оборотных средств, несвоевременностью поставки оборудования, сырья и т. д.;

в) риск, связанный со спецификой отрасли;

г) охватывающий предпринимательство на уровне макроэкономики (ввиду неожиданных изменений в политике, законодательстве, кредитовании, налогообложении и т. п.);

82. При расчете финансовых показателей в бизнес – планировании предусматривается:

- а) наиболее вероятный вариант развития бизнеса.
- б) оптимистичный вариант развития.
- в) пессимистичный вариант развития.

83. Измерить степень финансового риска можно путем расчета:

- а) возможного убытка.
- б) возможной прибыли.
- в) колебаний возможного результата.

84. Утверждение о том, что «чем выше степень риска при осуществлении хозяйственной операции, тем выше уровень планируемых от этой операции доходов» отражает смысл...

- а) закона прямой зависимости между степенью риска и уровнем планируемых доходов
- б) закона неизбежности риска
- в) закона сочетания потенциальных потерь и выгод

**Тема 9. Стратегическое планирование гостиницы**

85. Определение целей, приоритетов развития социально-экономической системы (страны, региона, муниципального объединения, предприятия, корпорации и т.п.) на среднесрочную или долгосрочную перспективу, путей, ресурсов и сроков реализации целей и приоритетов - это
- а) стратегическое планирование;
  - б) планирование прибыли;
  - в) стратегическая политика
86. К основным условиям эффективной организации плановой работы относятся:
- а) сочетание генерального (перспективного) плана с более детализированными (годовыми) планами;
  - б) демонстрация того, насколько хорошо предприятие управляет своими денежными средствами (находящимися как на счетах в банке, так и в кассе) для обеспечения ликвидности;
87. Учет циклов и кризисов позволяет...
- а) заранее оценивать, когда придет время очередного кризиса, определять его диагноз, характер, последствия, ограничения, встраивать в систему стратегического планирования антикризисные программы
  - б) получить отчет о результатах и анализа движения денежных средств;
  - в) продемонстрировать, насколько хорошо предприятие управляет своими денежными средствами (находящимися как на счетах в банке, так и в кассе) для обеспечения ликвидности;
88. Индикативный характер стратегических планов позволяет...
- а) избегать чрезмерной директивности обобщающих показателей (индикаторов) стратегических планов
  - б) основывается на информации, получена из отчета о результатах и анализа движения денежных средств;
  - в) продемонстрировать, насколько хорошо предприятие управляет своими денежными
89. Балансовый метод стратегического планирования позволяет
- а) при неожиданных возможных проявления возмущений провести многошаговые расчеты их факторов и последствий и обосновать необходимые коррективы в индикаторы (показатели) и баланса стратегических планов.
  - б) избегать чрезмерной директивности обобщающих показателей (индикаторов) стратегических планов;
  - в) позволяет ежемесячно сопоставлять фактические результаты хозяйственной деятельности предприятия с запланированными.
90. Многоуровневый характер стратегических планов позволяет
- а) согласовывать стратегические планы в разных субъектах и иерархических уровнях: федеральных, региональных и муниципальных; национальных и международных; государственных и корпоративных и т.п..
  - б) избегать чрезмерной директивности обобщающих показателей (индикаторов) стратегических планов;
  - в) позволяет ежемесячно сопоставлять фактические результаты хозяйственной деятельности предприятия с запланированными.

### **7.3.2. Задания для подготовки к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям**

#### **1-ый рейтинг контроль**

1. Сущность и содержание понятий бизнес и предпринимательство.
2. Концепции интрапренерства и его основные черты.
3. Роль бизнес планирования в управлении гостиницей.
4. Сущность бизнес планирования в управлении гостиницей.
5. Организация процесса бизнес планирования гостиницы.
6. Основные стадии процесса бизнес планирования гостиничных услуг.
7. Процедура аудита бизнес-плана внешними инвесторами.
8. Основные принципы бизнес планирования гостиничных услуг.
9. Понятие, цель, задачи и особенности составления бизнес-плана.
10. Отличие бизнес-плана от других плановых документов.
11. Этапы формирования бизнес-плана.

12. Классификация средств размещения и гостиниц.
13. Классификация гостиниц.
14. Основные типы гостиниц.
15. Основные виды гостиничных услуг.
16. Дополнительные виды гостиничных услуг.
17. Коллективное средство размещения.

#### **2-ой рейтинг контроль**

18. Индивидуальные средства размещения.
19. Общая структура бизнес-плана.
20. Титульный лист, оглавление, меморандум конфиденциальности, резюме бизнес-плана.
21. История бизнеса организации (описание отрасли).
22. Характеристика объекта бизнеса
23. Сегментация бизнес планирования гостиничных услуг.
24. Позиционирование рынка гостиничных услуг.
25. Факторы емкости рынка гостиничных услуг.
26. Анализ бизнес среды гостиницы.
27. Методы прогнозирования в бизнес планировании гостиниц.
28. Основные принципы маркетинга гостиницы.
29. Маркетинговые стратегии применяются в бизнес планировании.
30. Основные показатели производственной программы гостиницы.
31. План маркетинга в бизнес планировании гостиничных услуг.
32. Производственный план в бизнес планировании гостиничных услуг.

#### **3-ий рейтинг контроль**

33. Основные пункты организационного плана гостиницы.
34. Особенности организационной структуры реорганизуемых гостиниц.
35. Особенности организационной структуры новых гостиниц.
36. Основные разделы плана социального развития гостиницы.
37. Организационный план гостиницы.
38. Оценка и страхование риска гостиницы.
39. Финансовый план гостиницы.
40. Понятие и виды рисков.
41. Управление рисками в сфере гостиничных услуг.
42. Суверенные риски гостиниц.
43. Политические риски гостиниц.
44. Производственные риски гостиниц.
45. Финансовые риски гостиниц.
46. Процентные риски гостиниц.
47. Риски снижения покупательной способности денежной единицы гостиниц.
48. Рыночные риски гостиниц.
49. Проектные риски гостиниц.
50. Валютные риски гостиниц.
51. Трансакционные риски гостиниц.
52. Актуарные риски гостиниц.
53. Основные этапы процесса управления риском.
54. Теория стратегического планирования
55. Принципы и формы стратегического планирования
56. Миссия стратегического планирования.
57. Горизонт стратегического плана
58. Объект стратегического планирования
59. Учет циклов и кризисов стратегического планирования.
60. Индикативный характер стратегических планов
61. Многоуровневый характер стратегических планов.
62. Профессионализм стратегического планирования

### **7.3.3. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию**

1. Сущность и содержание понятий бизнес и предпринимательство.
2. Концепции интрапренерства и его основные черты.
3. Роль бизнес планирования в управлении гостиницей.
4. Сущность бизнес планирования в управлении гостиницей.
5. Организация процесса бизнес планирования гостиницы.
6. Основные стадии процесса бизнес планирования гостиничных услуг.
7. Процедура аудита бизнес-плана внешними инвесторами.
8. Основные принципы бизнес планирования гостиничных услуг.
9. Понятие, цель, задачи и особенности составления бизнес-плана.
10. Отличие бизнес-плана от других плановых документов.
11. Этапы формирования бизнес-плана.
12. Классификация средств размещения и гостиниц.
13. Классификация гостиниц.
14. Основные типы гостиниц.
15. Основные виды гостиничных услуг.
16. Дополнительные виды гостиничных услуг.
17. Коллективное средство размещения.
18. Индивидуальные средства размещения.
19. Общая структура бизнес-плана.
20. Титульный лист, оглавление, меморандум конфиденциальности, резюме бизнес-плана.
21. История бизнеса организации (описание отрасли).
22. Характеристика объекта бизнеса
23. Сегментация бизнес планирования гостиничных услуг.
24. Позиционирование рынка гостиничных услуг.
25. Факторы емкости рынка гостиничных услуг.
26. Анализ бизнес среды гостиницы.
27. Методы прогнозирования в бизнес планировании гостиниц.
28. Основные принципы маркетинга гостиницы.
29. Маркетинговые стратегии применяются в бизнес планировании.
30. Основные показатели производственной программы гостиницы.
31. План маркетинга в бизнес планировании гостиничных услуг.
32. Производственный план в бизнес планировании гостиничных услуг.
33. Основные пункты организационного плана гостиницы.
34. Особенности организационной структуры реорганизуемых гостиниц.
35. Особенности организационной структуры новых гостиниц.
36. Основные разделы плана социального развития гостиницы.
37. Организационный план гостиницы.
38. Оценка и страхование риска гостиницы.
39. Финансовый план гостиницы.
40. Понятие и виды рисков.
41. Управление рисками в сфере гостиничных услуг.
42. Суверенные риски гостиниц.
43. Политические риски гостиниц.
44. Производственные риски гостиниц.
45. Финансовые риски гостиниц.
46. Процентные риски гостиниц.
47. Риски снижения покупательной способности денежной единицы гостиниц.
48. Рыночные риски гостиниц.
49. Проектные риски гостиниц.
50. Валютные риски гостиниц.
51. Трансакционные риски гостиниц.
52. Актуарные риски гостиниц.

53. Основные этапы процесса управления риском.
54. Теория стратегического планирования
55. Принципы и формы стратегического планирования
56. Миссия стратегического планирования.
57. Горизонт стратегического плана
58. Объект стратегического планирования
59. Учет циклов и кризисов стратегического планирования.
60. Индикативный характер стратегических планов
61. Многоуровневый характер стратегических планов.
62. Профессионализм стратегического планирования

#### **7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Методическими материалами, определяющими процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих индикаторы достижений компетенций являются внутривузовские локальные нормативные акты: «Положение о балльно-рейтинговой системе контроля и оценки успеваемости студентов» и «Положение о промежуточной аттестации обучающихся».

График проведения рейтинговых контрольных мероприятия и даты проведения промежуточной аттестации, по курсам и семестрам, отражены в утвержденных проректором по УР календарных учебных графиках и расписаниях промежуточной аттестации по направлению подготовки, которые размещаются на информационных стендах факультетов и на сайте университета в установленные сроки.

### **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

#### **Основная литература**

1. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.З. Черняк, Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаев и др.; под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 591 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114751>
2. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии / И. А. Дубровин. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 432 с. <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453878>
3. Степочкина, Е. А. Бизнес-планирование / Е. А. Степочкина. - Москва : Директ-Медиа, 2014. - 81 с. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=226096>.
4. Дзахмишева И.Ш. Учебно-методическое пособие к практическим занятиям и самостоятельной работе по дисциплине «Бизнес планирование гостиничных услуг» для студентов направления подготовки 43.03.02 «Туризм» всех форм обучения. – Нальчик: Кабардино-Балкарский ГАУ, 2019. эл. опт. диск (CD-ROM).

#### **Дополнительная литература**

5. Стрекалова, Н. Д. Бизнес-планирование [Текст] : учебное пособие (+CD с учебными материалами) для вузов / Н. Д. Стрекалова. - СПб : Питер, 2009. - 352 с.
6. Бизнес-планирование [Текст] : учебно-практическое пособие / В. М. Попов [и др.]. - М. : Кнорус, 2009. - 481 с.
7. Бизнес-планирование [Текст] : учебник для студ.эконом.специальностей / ред.: В. М. Попова, С. И. Ляпунов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Финансы и статистика, 2009. - 816 с.
8. Бекетова, О.Н. Бизнес-план: теория и практика. [Текст]: учебное пособие / О.Н. Бекетова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 272 с.
9. Бизнес-планирование [Текст]: Учебно-методическое пособие. / Под ред. Н.Н. Филимоновой. – М.: Издательство Московской академии государственного и муниципального управления, 2003. – 189 с.
10. Попов, В.М. Бизнес-планирование [Текст] : Учебник, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2010– 816 с.
11. Вест, А. Бизнес-план [Текст]: учебно-практическое пособие: пер. с англ. / А. Вест. – М.: Проспект, 2005. – 232 с.

## **9. Перечень современных профессиональных баз, данных и информационных справочных систем**

- **ЭБС «Издательства Лань»**  
Коллекция «Единая профессиональная база знаний для аграрных вузов»  
ООО «Издательство Лань».  
Лицензионный договор № 003/2025-44ФЗ от 22.05.25 г сроком на 1 год  
<http://e.lanbook.com/>
- **Сетевая электронная библиотека**  
**ООО «ЭБС ЛАНЬ»**  
Договор № СЭБ НВ-164 от 17.12.2019 г. – бессрочный  
<http://e.lanbook.com/>  
<http://seb.e.lanbook.com/>
- **ЭБС «Университетская библиотека online». Базовая часть**  
**ООО «Директ-Медиа»**  
Контракт № 51-04/2025 от 22.05.2025 г сроком на 1 год  
<http://biblioclub.ru>
- **Научная электронная библиотека e-LIBRARY.RU (SCIENCE INDEX)**  
**ООО Научная электронная библиотека.**  
Лицензионный договор № SIO-2114/2025 от 06.05.2025 сроком на 1 год  
<http://elibrary.ru>
- **Сертификат ИТС ПО САБ ИРБИС64**  
**ООО «Эй Ви Ди - Систем»**  
Договор № А-12933 от 12.04.2024 г. сроком на 1 год
- **Гарант**  
**ООО «Гарант-КБР»** Договор № 305-2025г. от 09.01.2025 г. сроком на 1 год

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций, лабораторных работ, практических занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

На лекциях студенту рекомендуется внимательно слушать учебный материал, записывать основные моменты, идеи, пытаться сразу понять главные положения темы, а если что не ясно – делать соответствующие пометки. После лекции во внеурочное время целесообразно прочитать записанный материал с целью его усвоения и выяснения непонятных вопросов.

Для подготовки и выполнения практических работ студенту следует завести отдельную тетрадь. При подготовке к практической работе студенту следует составить краткий ответ (1-2 стр.) на контрольные вопросы к практическим работам. Студент должен тщательно готовиться к практическим занятиям путем проработки теоретических положений по теме занятия из конспекта лекции, рекомендуемых учебников, учебных пособия, дополнительной литературы, интернет - источников.

Раздел «Самостоятельная работа» информирует обучающихся, какие вопросы раздела (модуля) выносятся на самостоятельное изучение, об их учебно-методическом обеспечении (учебники, учебные пособия, методические указания, рекомендуемые страницы и т.д.). Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя.

Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- выполнение контрольных работ;

- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;
- выступления с докладами, сообщениями на практических занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в собеседованиях, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;

- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время может состоять из:

- повторение лекционного материала;
- подготовки к семинарам (практическим занятиям);
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;

- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме,
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов.

Степень усвояемости вопросов самостоятельной работы определяется при текущем и промежуточном контроле и при промежуточной аттестации.

Каждый студент очной формы обучения на первых практических занятиях получает индивидуальное задание по выполнению курсового проекта. Преподаватель на том же занятии ознакомливает студентов с методическими указаниями по их выполнению и назначает дни консультаций.

Студенты заочной формы обучения, после окончания предыдущей сессии, знакомятся с целями и задачами изучения дисциплины, с перечнем вопросов которые они должны изучать для формирования индикаторов достижения компетенции, запланированных в рабочей программе. Они получают задания на курсовую работу и объяснение как пользоваться методическими указаниями по выполнению курсовой работы, которые имеются в наличии в научной библиотеке ФГБОУ ВО Кабардино-Балкарский ГАУ.

Студенту следует тщательно готовиться к промежуточному контролю (тестированию, контрольным работам, контрольным опросам), прорабатывая конспект лекций и рекомендуемую литературу.

#### **Подготовка к промежуточной аттестации.**

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Дисциплина «Бизнес планирование гостиничных услуг» рассчитана на изучение в один семестр и заканчивается зачетом.

### **11.Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства**

#### **11.1 Лицензионное программное обеспечение**

AutoDesk AutoCad 2012 Education Product Standalone б/н

Антиплагиат.ВУЗ 5.0 Модуль поиска «Объединенная коллекция 2020» лицензионный договор № 10023 от 12.05.2025 г. сроком на 1 год

### 11.2 Интернет-ресурсы свободного доступа

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	<a href="http://www.edu.ru/index.php">http://www.edu.ru/index.php</a>
Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	<a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
Сайт Ростуризма	<a href="https://www.russiatourism.ru/">https://www.russiatourism.ru/</a>
Мега-Тек информационные технологии	<a href="https://www.megatec.ru/mastertour15#contacts">https://www.megatec.ru/mastertour15#contacts</a>
Профессиональный туристический портал ТурДом.	<a href="http://www.tourdom.ru">www.tourdom.ru</a>
MAG.Travel	<a href="https://www.mag.travel/">https://www.mag.travel/</a>

### 12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п./п.	Вид учебной работы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Лекционные занятия	Аудитории для проведения занятий лекционного типа в соответствии с перечнем аудиторного фонда	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, ноутбук, персональный компьютер, плакаты, эскизы, проспекты и т.д.
3.	Практические занятия	Аудитории для проведения практических занятий в соответствии с перечнем аудиторного фонда	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, ноутбук, персональный компьютер, плакаты, эскизы, проспекты и т.д.
5.	Самостоятельная работа	Учебная аудитория с выходом в Интернет для организации самостоятельной работы обучающихся; читальный зал научной библиотеки	Доска аудиторная, специализированная мебель, компьютера с выходом в интернет