|  |
| --- |
| ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ **«ЛЕНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ** **ИМЕНИ А.С. ПУШКИНА»**УТВЕРЖДАЮПроректор по учебно-методическойработе \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.Н.Большаков**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА** **дисциплины** **Б1.В.02.01 УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ И БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ****Направление подготовки 43.03.02 Туризм****Направленность (профиль) Технология и организация туристского обслуживания**(год начала подготовки – 2021)Санкт-Петербург2021 |

**1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Индекс компетенции | Содержание компетенции (или ее части) | Индикатор |
|
| ПК-6 | Способен разрабатывать бизнес-планы создания и развития существующих и новых предприятий (направлений деятельности, продуктов) и оценивать их эффективность | ПК-6.1 Осуществляет процесс проектирования и реализации проектов в туристской деятельности |
| ПК-6.2 Использует методы бизнес- планирования |
| ПК-6.3 Осуществляет предпроектный анализ, оценивает экономическую эффективность проекта |

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП:**

**Цель дисциплины:** приобретение теоретических знаний о разработке бизнес-планов создания и развития существующих и новых предприятий (направлений деятельности, продуктов) и методах оценки их эффективности, а также формирование системы знаний, умений и навыков об осуществлении процесса проектирования и реализации проектов в туристской деятельности, использования методов бизнес-планирования, осуществлении предпроектного анализа, оценки экономической эффективности проекта.

**Задачи:**

* изучить процесс проектирования и реализации проектов в туристской деятельности, методы бизнес-планирования, предпроектного анализа и оценки экономической эффективности проекта;
* получить практические умения и навыки находить и использовать информацию о процессе проектирования и реализации проектов в туристской деятельности; использования и применения метода бизнес-планирования, предпроектного анализа, оценки экономической эффективности проекта.

**Место дисциплины:** дисциплина относится к дисциплинам части формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата.

**3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ**

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов *(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).*

Очная форма обучения

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад.час |
|  |  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):** | 56 |
| в том числе: |  |
| Лекции | 18 | - |
| Лабораторные работы / Практические занятия (в т.ч. зачет) | -/38 | -/8 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 25 |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | 27 |
| контактная работа | - |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | - |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в час. /з.е.)** | 108/3 |

Заочная форма обучения

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад.час |
|  |  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия) (всего):** | 18 |
| в том числе: |  |
| Лекции | 6 | - |
| Лабораторные работы / Практические занятия (в т.ч. зачет) | -/12 | -/4 |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 81 |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | 9 |
| контактная работа | - |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | - |
| **Общая трудоемкость дисциплины (в час. /з.е.)** | 108/3 |

**4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

**4.1. Блоки (разделы) дисциплины.**

|  |  |
| --- | --- |
| № | Наименование блока (раздела) дисциплины |
|  | Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия |
|  | Анализ внутренней среды предприятия |
|  | Анализ структуры рынка и расчет [емкости рынка](http://pandia.ru/text/category/emkostmz_rinka/). Выбор потребителей туристских услуг |
|  | Исследование конкурентной среды |
|  | Разработка туристских товаров и услуг |
|  | Ценовая политика в системе бизнес-планирования |
|  | Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама |
|  | Производственный и организационный планы предприятия |
|  | Финансовый план. Оценка эффективности и [управление рисками](http://www.pandia.ru/text/category/upravlenie_riskami/) |

**4.2. Примерная тематика курсовых проектов (работ)**

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена учебным планом.

**4.3. Перечень занятий, проводимых в активной и интерактивной формах, обеспечивающих развитие у обучающихся навыков контактной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств. Практическая подготовка.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование блока (раздела) дисциплины** | **Занятия, проводимые в активной и интерактивной формах** | **Практическая подготовка\*** |
| **Форма проведения занятия** | **Наименование видов занятий** |
| 1. | Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия | практическое занятие | Выполнение практического задания | Работа в группах |
| 2. | Анализ внутренней среды предприятия | практическое занятие | Выполнение практического задания | Работа в группах |
| 3. | Анализ структуры рынка и расчет [емкости рынка](http://pandia.ru/text/category/emkostmz_rinka/). Выбор потребителей туристских услуг | практическое занятие | Выполнение практического задания | Работа в группах |
| 4. | Исследование конкурентной среды | лекционное занятие | Выполнение практического задания | Работа в группах |
| 5. | Разработка туристских товаров и услуг | практическое занятие | Выполнение практического задания | Работа в группах |
| 6. | Ценовая политика в системе бизнес-планирования | практическое занятие | Выполнение практического задания | тренинг |
| 7. | Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама | практическое занятие | Выполнение практического задания | Работа в группах |
| 8. | Производственный и организационный планы предприятия | практическое занятие | Выполнение практического задания | тренинг |
| 9. | Финансовый план. Оценка эффективности и [управление рисками](http://www.pandia.ru/text/category/upravlenie_riskami/) | практическое занятие | Выполнение практического задания | тренинг |

**5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**5.1. Вопросы для подготовки к практическим занятиям и устного опроса:**

*Тема 1. Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия.*

1. Предмет и содержание бизнес-планирования, социально-экономическая сущность бизнес-плана.
2. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования.
3. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам.
4. Подготовка к разработке и составлению бизнес-плана.
5. Структура проекта.
6. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги).
7. Бизнес-идея проекта.
8. Порядок проведения предпроектных исследований.
9. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка).
10. Разработка стратегии: маркетинг
11. Разработка стратегии: производственный план
12. Разработка стратегии: финансовый план.
13. Основные разделы бизнес-плана.
14. Основные разделы инвестиционного проекта туристского предприятия.
15. Особенности разработки бизнес-планов создания и развития существующих и новых предприятий (направлений деятельности, продуктов).

*Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия.*

1. Общая характеристика предприятия: история развития предприятия.
2. Организационно-правовая форма предприятия.
3. Организационная структура предприятия.
4. Сфера деятельности предприятия.
5. Основные продукты и услуги предприятия.
6. Кредитная история.
7. Экономический анализ деятельности предприятия.
8. Анализ технико-экономических показателей: выручка, прибыль, рентабельность.
9. Анализ технико-экономических показателей: показатели использования основных фондов и оборотных средств.
10. Анализ технико-экономических показателей: численность персонала, фонд [оплаты труда](http://www.pandia.ru/text/category/oplata_truda/)
11. Анализ технико-экономических показателей: производительность труда.
12. Анализ финансовой деятельности: анализ структуры баланса, анализ ликвидности.
13. Анализ финансовой деятельности: платежеспособности, кредитоспособности.
14. Анализ финансовой деятельности: деловой активности.
15. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт.
16. Анализ внутренних возможностей предприятия: организационная структура и менеджмент, маркетинг.
17. Анализ внутренних возможностей предприятия: финансы.
18. Бизнес-план, инвестиционный проект туристского предприятия.
19. Оценка эффективности бизнес-планов создания и развития существующих и новых предприятий (направлений деятельности, продуктов),

*Тема 3. Анализ структуры рынка и расчет*[*емкости рынка*](http://pandia.ru/text/category/emkostmz_rinka/)*. Выбор потребителей туристских услуг.*

1. Осуществление предпроектного анализа.
2. Процесс принятия решения о покупке.
3. Оценка конъюнктуры рынка.
4. Общая структура спроса.
5. Изучение товарной структуры рынка.
6. Прогноз основных показателей рынка.
7. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса.
8. Определение емкости рынка.
9. Общие и специфические факторы рынка.
10. Процесс принятия решения о покупке.
11. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления.
12. Классификация потребителей в туризме.
13. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка.
14. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический.
15. Выбор методов рыночной сегментации рынка.
16. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг.

*Тема 4. Исследование конкурентной среды.*

1. Понятие конкурентной среды туристского предприятия.
2. Виды конкуренции и характеристика типов туристских рынков.
3. Виды предпринимательского поведения в туризме.
4. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании.
5. Анализ факторов конкурентной среды туристского предприятия. Определение доли рынка предприятия.
6. Характеристика основных конкурентов.
7. Анализ продукции и услуг конкурентов.
8. Анализ ценовой политики, программ продвижения.
9. Оценка конкурентоспособности предприятия при его проектировании или развитии.

*Тема 5. Разработка туристских товаров и услуг.*

1. Классификация туристских товаров и услуг.
2. Общая характеристика турпродукта.
3. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы.
4. Формирование товарной политики на туристском предприятии.
5. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия.
6. Порядок разработки и выбора турпродукта.
7. Инновационная деятельность.
8. Представление характеристики продукции и услуг в бизнес-плане.
9. Сравнительный анализ по основным показателям с товарами-аналогами.
10. Характеристика функциональных и потребительских свойств основных и дополнительных товаров и услуг.

*Тема 6. Ценовая политика в системе бизнес-планирования.*

1. Этапы формирования ценовой политики.
2. Определение цели [ценообразования](http://www.pandia.ru/text/category/tcenoobrazovanie/).
3. Выбор ценовой политики.
4. Разработка стратегии ценообразования.
5. Установление цен на туристские товары и услуги: затратные методы.
6. Установление цен на туристские товары и услуги: метод потребительской оценки.
7. Установление цен на туристские товары и услуги: метод анализа цен конкурентов.
8. Установление цен на туристские товары и услуги: метод директ-костинг.
9. Рыночная корректировка: [дифференцирование цен](http://pandia.ru/text/category/differentcirovanie_tcen/).
10. Рыночная корректировка: использование различных видов цен в туризме.

*Тема 7. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама.*

1. Сущность сбытовой деятельности предприятий туризма и индустрии гостеприимства.
2. Каналы распространения туристских товаров и услуг, уровни каналов.
3. Формы и методы реализации турпродукта.
4. Способы и методы реализации (сбыта) турпродукта: директ-маркетинг.
5. Способы и методы реализации турпродукта: теле-маркетинг.
6. Способы и методы реализации турпродукта: косвенный сбыт.
7. Способы и методы реализации турпродукта: селективный сбыт.
8. Способы и методы реализации турпродукта: исключительный сбыт.
9. Формирование программы сбыта.
10. Годовая программа сбыта, учет сезонности при формировании сбыта.
11. Разработка программы сбыта в натуральном и стоимостном виде.
12. Виды продвижения в туризме: реклама.
13. Виды продвижения в туризме: личная продажа.
14. Виды продвижения в туризме: паблик рилейшнз.
15. Виды продвижения в туризме: стимулирование сбыта.
16. Особенности разработки плана продвижения для предприятий туризма.
17. Определение цели продвижения, характеристика целевой аудитории.
18. Анализ и выбор каналов продвижения, разработка медиаплана, разработка итогового плана продвижения с учетом шага проекта.

*Тема 8. Производственный и организационный планы предприятия.*

1. Характеристика технологии производства продукции и услуг.
2. Обоснование строительных решений при возведении объектов по плану.
3. Оценка потребности в технологическом и торговом оборудовании.
4. Выбор [поставщиков оборудования](http://www.pandia.ru/text/category/postavka_oborudovaniya/).
5. Оценка и представление затрат на оборудование.
6. Расчет потребности в сырье, материалах, комплектующих, [производственных затратах](http://pandia.ru/text/category/zatrati_proizvodstvennie/).
7. Организационная схема управления предприятием.
8. План персонала, система подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала.
9. Расчет потребности в затратах на оплату труда персонала.
10. Организационный план управления проектом.
11. Календарный график мероприятий по проекту.
12. Инвестиционный план: потребность в финансировании, [источники финансирования](http://www.pandia.ru/text/category/istochniki_finansirovaniya/), условия и сроки финансирования, условия возврата инвестиций.
13. Диаграмма GANT.
14. Выбор поставщиков оборудования. Оценка и представление затрат на оборудование.

*Тема 9. Финансовый план. Оценка эффективности и*[*управление рисками*](http://www.pandia.ru/text/category/upravlenie_riskami/)*.*

1. План прибылей и убытков.
2. Выручка от реализации туруслуг.
3. Производственные затраты.
4. Валовая маржа. Коммерческие издержки и [постоянные затраты](http://pandia.ru/text/category/zatrati_postoyannie/).
5. Валовая прибыль.
6. Налоговое окружение.
7. План [движения денежных средств](http://pandia.ru/text/category/dvizhenie_denezhnih_sredstv/).
8. Критерии оценки инвестиционного проекта.
9. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования.
10. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR).
11. Управление финансовыми рисками.
12. Управление организационными рисками.
13. Управление социальными, техногенными рисками.
14. Оценка экономической эффективности проекта.
15. Оценка экономической эффективности бизнес-плана создания и развития существующих и новых предприятий.
16. Оценка экономической эффективности создания и совершенствования новых турпродуктов и услуг.

**6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ**

**6.1. Текущий контроль**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | № блока (раздела) дисциплины | Форма текущего контроля |
| 1 | Темы 1-9 | Устный опрос |

**7. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование | Авторы | Место издания | Год издания | Наличие |
| Печатные издания | в ЭБС, адрес в сети Интернет |
| 1. | Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: Учебное пособие  | Виноградова, М.В. | – М.: Дашков и К., | 2014. |  | [https://biblioclub.ru](https://biblioclub.ru/)  |
| 2. | Бизнес-планирование в туризме: Электронный учебник | К.В. Баландин. | – М.: Руконт, | 2013. |  | [https://biblioclub.ru](https://biblioclub.ru/)  |
| 3. | Бизнес-план на 100%.: Стратегия и тактика эффективного бизнеса. | Абрамс Р. | — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, | 2014. |  | [https://biblioclub.ru](https://biblioclub.ru/)  |
| 4. |  Бизнес-планирование с использованием программы ProjectExpert: Учебное пособие  | Алиев, В.С., Д.В. Чистов | М.: НИЦ ИНФРА-М | 2013 |  | [https://biblioclub.ru](https://biblioclub.ru/)  |
| 5. | Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: Электронный учебник  | Л.Н. Стебаков. | М.: Руконт | 2013 |  | [https://biblioclub.ru](https://biblioclub.ru/)  |

**8. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

Электронно-библиотечная система «Университетская Библиотека». – Режим доступа: <https://biblioclub.ru>

www. unwto. org – Всемирная туристская организация (UNWTO).

www. wttc. org – Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC).

www. russiatourism. ru – Федеральное агентство по туризму Российской Федерации. Официальный сайт, содержит нормативно-правовые акты и статистические материалы по туризму в РФ.

www. ratanews. ru – ежедневная электронная газета «RATA news», выпускаемая Российским союзом туриндустрии.

grebennikon. ru – Управление проектами и программами, журнал. Включен в перечень ВАК, в базу РИНЦ, в базу Agris.

nat-moo. ru – Вестник национальной академии туризма, журнал. Включен в перечень ВАК, в базу РИНЦ, в базу Agris.

**9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

В ходе осуществления образовательного процесса используются следующие информационные технологии:

- средства визуального отображения и представления информации (LibreOffice) для создания визуальных презентаций как преподавателем (при проведении занятий) так и обучаемым при подготовке докладов для семинарского занятия.

- средства телекоммуникационного общения (электронная почта и т.п.) преподавателя и обучаемого.

- использование обучаемым возможностей информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» при осуществлении самостоятельной работы.

**9.1. Требования к программному обеспечению учебного процесса**

Для успешного освоения дисциплины, обучающийся использует следующие программные средства:

Windows 7 x64

Microsoft Office 2016

Zoom

Blackboard

**9.2. Информационно-справочные системы**

Информационно-справочная правовая система «Гарант»

Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

**10. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

 Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей).

Перечень необходимых материально-технических средств обучения, используемых в учебном процессе преподавателем на занятиях для освоения обучающимися дисциплины:

компьютер преподавателя, мультимедийный проектор, экран, маркерная доска, столы и стулья обучающихся, стол и стул преподавателя, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, компьютеры для обучающихся с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.