|  |
| --- |
| Кафедра социально-культурного сервиса и туризмаУТВЕРЖДАЮПроректорпо учебно-методической работе\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_С.Н.Большаков«\_\_\_\_ »\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_ г **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ** **Б1.В.02.03 БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА****направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело****Направленность (профиль) Гостиничная деятельность**Санкт-Петербург 2019 |

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №пп | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или ее части) | Индикатор |
|
| **1.** | ПК-2 | Способен обеспечивать контроль и оценку эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания | ПК-2.2. Определяет формы и методы контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания |

**2. Место дисциплины в структуре ОП:**

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

**Задачи дисциплины:**

* изучить особенности обеспечения контроля и оценки эффективности деятельности департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания;
* научиться находить и использовать информацию о формах и методах контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания, а также информацию необходимую для подготовки бизнес-плана.
* сформировать практические навыки по подготовке бизнес-планов и использования информации об определении форм и методов контроля бизнес-процессов департаментов (служб, отделов) организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

**Место дисциплины**: Дисциплина входит в состав вариативной части основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 43.03.03 Гостиничное дело, профиль подготовки Гостиничная деятельность.

Содержание дисциплины является основой для Преддипломной практики и выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР).

**3. Объем дисциплины и виды учебной работы:**

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

Очная форма обучения

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад. Час |
|  |  | Практическая подготовка |
| **Контактная работа (аудиторные занятия (всего**): | 52 |
| В том числе: |  |
| Лекции | 12 |  |
| Лабораторные работы/ Практические занятия | 40/- | 6/- |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 56 |
| **Вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)** | 0,25 |
| контактная работа | 0,25 |
| самостоятельная работа по подготовке к зачету | - |
| Общая трудоемкость дисциплины (час/з.е.) | 108/3 |

* Зачет проводится на последнем занятии.

Заочная форма обучения

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной работы | Трудоемкость в акад. Час |
| По заочной форме |
| **Контактная работа (аудиторные занятия (всего**): | 14 |
| В том числе: |  |
| Лекции | 4 | - |
| Лабораторные работы / Практические занятия  | 10/- | 6/- |
| **Самостоятельная работа (всего)** | 90 | - |
| **Вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой** | 4  | - |
| контактная работа | 0,25  | - |
| самостоятельная работа по подготовке к зачету с оценкой | 3,75 | - |
| **Вид промежуточной аттестации (экзамен):** | - |
| контактная работа | - |
| самостоятельная работа по подготовке к экзамену | - |
| Общая трудоемкость дисциплины (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.**

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

Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия.

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

Тема 4. Исследование конкурентной среды.

Тема 5. Разработка туристских товаров и услуг.

Тема 6. Ценовая политика в системе бизнес-планирования.

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

Тема 8. Производственный и организационный планы предприятия.

Тема 9. 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 командной 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. | Тема 3 Анализ структуры рынка и расчет [емкости рынка](http://pandia.ru/text/category/emkostmz_rinka/). Выбор потребителей туристских услуг. | практическое занятие | дискуссия | Выполнение лабораторного/ практического задания |
| 2. | Тема 4. Исследование конкурентной среды. | практическое занятие | дискуссия | Выполнение лабораторного/ практического задания |
| 3. | Тема 5. Разработка туристских товаров и услуг. | практическое занятие | дискуссия | Выполнение лабораторного/ практического задания |
| 4. | Тема 7. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама. | лекционное занятие | дискуссия | Выполнение лабораторного/ практического задания |

**\***Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, **предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.**

**5. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:**

**5.1. Темы для творческой самостоятельной работы обучающегося**

Темы для творческой самостоятельной работы студента формулируются обучающимся самостоятельно, исходя из перечня тем занятий текущего семестра.

**5.2 Вопросы для подготовки к практическим занятиям :**

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

Предмет и содержание бизнес-планирования, социально-экономи­ческая сущность бизнес-плана.

1. Предмет и содержание бизнес-планирования,

социально-экономическая сущность бизнес-плана.

1. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования.
2. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам.
3. Подготовка к разработке и составлению бизнес-плана.
4. Структура проекта.
5. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги).
6. Бизнес-идея проекта.
7. Порядок проведения предпроектных исследований.
8. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка).
9. Разработка стратегии: маркетинг
10. Разработка стратегии: производственный план
11. Разработка стратегии: финансовый план.
12. Основные разделы бизнес-плана.
13. Основные разделы инвестиционного проекта туристского предприятия.
14. 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**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №пп | № и наименование блока (раздела) дисциплины |  Форма текущего контроля  |
| 1 | Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия. | Устный опрос |
| 2 | Анализ внутренней среды предприятия. | Устный опросТестовые задания |
| 3 | Анализ структуры рынка и расчет [емкости рынка](http://pandia.ru/text/category/emkostmz_rinka/). Выбор потребителей туристских услуг. | Устный опрос |
| 4 | Исследование конкурентной среды. | Устный опрос |
| 5 | Разработка туристских товаров и услуг. | Устный опрос |
| 6 | Ценовая политика в системе бизнес-планирования. | Устный опрос |
| 7 | Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама. | Устный опросТестовые задания |
| 8 |  8. Производственный и организационный планы предприятия. | Устный опрос |
| 9 | Финансовый план. Оценка эффективности и [управление рисками](http://www.pandia.ru/text/category/upravlenie_riskami/). | Устный опрос |

**6.2. Примеры оценочных средств текущего контроля по дисциплине**

***Вопросы для устного опроса:***

Представлены в п. 5.1.

***Тестовые задания:***

**Вариант 1.**

**Вопрос 1. Выберите правильный вариант ответа.**

Анализ соотношения между совокупным доходом и совокупными издержками с целью определения прибыльности при различных уровнях производства – это:

**1.анализ безубыточности**

2.анализ возможностей производства и сбыта

3.анализ деятельности предприятия.

4.анализ среды

**Вопрос 2. Выберите правильный вариант ответа.**

Анализ финансовой устойчивости ориентирован на :

**1.оценку надежности предприятия с точки зрения его платежеспособности**

2.оценку конкурентоспособности предприятия

3.создание и использование инструментария, позволяющего найти лучшее сочетание цены продукта, объема его выпуска и реально планируемых продаж

4.характеристику платежеспособности предприятия

**Вопрос 3. Выберите правильный вариант ответа.**

Анализ финансовой устойчивости ориентирован на:

1.выработку политики увеличения и рационального распределения прибыли

2.определение политики предприятия в расширении производства.

**3.оценку надежности предприятия с точки зрения его платежеспособности**

4.формирование политики в области ценных бумаг

**Вопрос 4. Выберите правильный вариант ответа.**

Бизнес-план имеет следующие два направления:

**1.внутреннее и внешнее**

2.долгосрочное и краткосрочное

3.стратегическое и тактическое.

4.техническое и экономическое

**Вопрос 5. Выберите правильный вариант ответа.**

В чем состоит основная цель разработки инвестиционного проекта

1.выбор оптимального варианта технического перевооружения предприятия

**2.обоснование технической возможности и целесообразности создания объекта предпринимательской деятельности**

3.получение прибыли при вложении капитала в объект предпринимательской деятельности

4.проведение финансового оздоровления

**Вопрос 6. Выберите правильный вариант ответа.**

Для предпринимателя, который знает, что он действует на стабильном и насыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на:

**1.избирательный (специфический) спрос**

2.общие потребности (общий спрос)

3.первичный спрос

4.потенциальный спрос

**Вопрос 7. Выберите правильный вариант ответа.**

Достаточный бизнес-план содержит:

1.все ответы верны

**2.все разделы бизнес-плана по предлагаемому варианту и не обязательно включает подробные расчеты по альтернативным вариантам**

3.все расчеты, справки, свидетельства и другие материалы

4.краткие выводы по каждому разделу без обоснования и расчетов

**Вопрос 8. Выберите правильный вариант ответа.**

Емкость рынка – это:

1.все ответы верны

**2.объем реализованных на рынке товаров (услуг) в течение определенного периода времени**

3.территория, на которой происходит реализация товаров (услуг) предприятия

4.удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме продаж товаров (услуг) на данном рынке

**Вопрос 9. Выберите правильный вариант ответа.**

Если фирма рискует тем, что в худшем случае произойдет покрытие всех затрат, а в лучшем – получит прибыль намного меньше расчетного уровня – эта область риска называется, как:

1.критического

2.минимального

3.недопустимого

**4.повышенного**

**Вопрос 10. Выберите правильный вариант ответа.**

Изъятие существующих продуктов из производственной программы предприятия; прекращение производства товара; вывод товара с рынка как потерявшего конкурентоспособность на рынке и спрос – это...

1.вариация имиджа товара

2.вариация товара

3.конкурентоспособность товара

**4.элиминация**

**Вариант 2.**

**Вопрос 1. Выберите правильный вариант ответа.**

Инвестиции могут осуществляться в форме (укажите не менее 2-х вариантов ответов):

**1.денежных средств;**

**2.зданий, сооружений, машин, оборудования и другого имущества;**

3.информационной поддержки нематериальных активов, оцениваемых денежным эквивалентом;

**Вопрос 2. Выберите правильный вариант ответа.**

При оценке стоимости предприятия и его элементов используются следующие подходы:

1.затратный

**2.затратный, аналоговый, доходный.**

3.индексный

4.ресурсно-технологический

**Вопрос 3. Выберите правильный вариант ответа.**

Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом:

1.нет верного варианта.

2.социальные, организационные, коммерческие

3.технические, коммерческие, социальные

**4.экономические, социальные, организационные**

**Вопрос 4. Выберите правильный вариант ответа.**

Используя модель Альтмана, можно спрогнозировать банкротство на один год можно с точностью до (значение в процентах):

1.50

2.60

3.75

**4.90**

**Вопрос 5. Выберите правильный вариант ответа.**

Источниками инвестиций являются:

1.ассигнование из бюджетов различных уровней, фондов поддержки предпринимательства

**2.все варианты верны.**

3.иностранные инвестиции в форме финансового или иного участия в уставном капитале и в форме прямых вложений

нет верного ответа

3.различные формы заемных средств

4.собственные финансовые средства, иные виды активов (основные фонды, земельные участии, промышленная собственность и т. п.) и привлеченные средства

**Вопрос 6. Выберите правильный вариант ответа.**

Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта?

**1.восприятие продуктов потребителями**

2.намерение потребителей совершить покупку.

3.поведение покупателей после покупки;

4.поведение покупателей при покупке

**Вопрос 7. Выберите правильный вариант ответа.**

Какая стратегия маркетинга требует от фирмы организации ее деятельности на нескольких сегментах со специально для них разработанными товарами и маркетинговыми программами…

**1.дифференцированного**

2.концентрированного

3.недифференцированного

4.поддерживающего

**Вопрос 8. Выберите правильный вариант ответа.**

Какие отчетные документы предлагает финансовый анализ (укажите не менее 2-х вариантов ответов):

1.SWOT-анализ

**2.балансовый отчет;**

**3.отчет о финансовых результатах;**

4.отчет об источниках и исполнении фондов;

**Вопрос 9. Выберите правильный вариант ответа.**

Каким показателем характеризуется экономика, если инфляция в месяц составляет 11 %?

**1.галопирующей**

2.гиперинфляцией.

3.ползучей

4.стандартной инфляцией

**Вопрос 10. Выберите правильный вариант ответа.**

Какое из представленных определений инвестиционного проекта является верным:

**1.план вложения капитала в объекты предпринимательской деятельности с целью получения прибыли**

2.проектно-техническая документация по объему предпринимательской деятельности

3.процесс, процедура, связанная с составлением плана маркетинга, с выбором стратегий маркетинга, нацеленных на рост объема продаж товара и максимизацию прибыли фирмы

4.система технико-технологических, организационных, расчетно-финансовых и правовых материалов

**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/)  |
| 1. | Бизнес-план на 100%.: Стратегия и тактика эффективного бизнеса. | Абрамс Р. | — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, | 2014. |  | [https://biblioclub.ru](https://biblioclub.ru/)  |
| 2 |  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/)  |
| 3. | 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 10 x64
* MicrosoftOffice 2016
* LibreOffice
* Firefox
* GIMP

**9.2. Информационно-справочные системы (при необходимости):**

Не используются

**10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.

Для изучения дисциплины используется следующее оборудование: аудитория, укомплектованная мебелью для обучающихся и преподавателя, доской, ПК с выходом в интернет, мультимедийным проектором и экраном.

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами (ПК с выходом в интернет и обеспечением доступа в электронно-информационно-образовательную среду организации).