ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»

«Утверждаю»
Ректор, д.э.н., профессор
_____ Бучаев Я.Г.
30 мая 2018 г.

КАФЕДРА «ФИНАНСЫ И КРЕДИТ»

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНВЕСТИЦИОННЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ»

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ – 38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ,

ПРОФИЛЬ «МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ, ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ И РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ»

УРОВЕНЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - БАКАЛАВРИАТ

Махачкала – 2018

УДК 378.146.9
ББК Ч215.7

Составитель - Магомедова Назира Ибрагимовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Финансы и кредит» Дагестанского государственного университета народного хозяйства.

Внутренний рецензент – Магомедов Магомед Шегаудинович, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства».

Внешний рецензент – Сулейманова Наида Абдурахмановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Национальная и региональная экономика» ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет».

Представитель работодателя: Джамалов Магомед Джамалович, генеральный директор ООО «Туристическая фирма «Азия».

Оценочные материалы по дисциплине «Инвестиционный анализ туристических проектов» разработаны в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 января 2016 г. №7, в соответствии с приказом от 19.12.2013 г., № 1367, в соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 24 февраля 2014 г., № 31402.

Оценочные материалы по дисциплине «Инвестиционный анализ туристических проектов» размещены на официальном сайте www.dgunh.ru

Магомедова Н. И. Оценочные материалы по дисциплине «Инвестиционный анализ туристических проектов» для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Менеджмент в туризме, гостиничном хозяйстве и ресторанном бизнесе».- Махачкала: ДГУНХ, 2018г., 70 с.

Рекомендовано к утверждению
Учебно-методическим
советом ДГУНХ,
проректор по учебной работе ДГУНХ,
председатель Учебно-методического совета,
доктор экономических наук,
профессор Казаватова Н.Ю.

29 мая 2018 г.

Одобрено и рекомендовано к утверждению
Руководитель образовательной программы
высшего образования – программы
бакалавриата по направлению
подготовки 38.03.02 Менеджмент,
профиль «Менеджмент в туризме,
гостиничном хозяйстве и
ресторанном бизнесе»,
к.э.н., доцент Минатуллаев А.А.

28 мая 2018 г.

Одобрено на заседании кафедры
«Финансы и кредит», 26 мая 2018 г.,
протокол № 10
зав. кафедрой к.э.н., доцент
Халимбекова А.М.

Назначение фонда оценочных средств

Оценочные материалы составляются для текущего контроля успеваемости (оценивания хода освоения дисциплин), для проведения промежуточной аттестации (оценивания промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине) обучающихся по дисциплине «Инвестиционный анализ туристических проектов» на соответствие их учебных достижений поэтапным требованиям образовательной программы высшего образования 38.03.02 Менеджмент, профиль ««Менеджмент в туризме, гостиничном хозяйстве и ресторанном бизнесе».

Оценочные материалы по дисциплине «Инвестиционный анализ туристических проектов» включает в себя: перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП ВО; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания; типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОП; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценочные материалы сформированы на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности: разные обучающиеся должны иметь равные возможности для достижения успеха.

Основными параметрами и свойствами оценочных материалов являются:

- предметная направленность (соответствие предмету изучения конкретной дисциплины);
- содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц, образующих содержание теоретической и практической составляющих дисциплины);
- объем (количественный состав оценочных материалов);
- качество оценочных материалов в целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении контроля с различными целями.

I.ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

1.1 Перечень формируемых компетенций

код компетенции	формулировка компетенции
ОК	**ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ**
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ОПК	**ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ**
ОПК-6	способность принимать управленческие решения в операционной деятельности организации
ПК	**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ**
ПК-7	способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли
ПК-8	умение мыслить аналитически при принятии управленческих решений в процессе восприятия и оценки новых технологий
ПК-15	умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании

КОМПОНЕНТНЫЙ СОСТАВ КОМПЕТЕНЦИЙ

код и формулировка компетенции	**компонентный состав компетенции**		
	знает:	**умеет:**	**владеет:**
ОК-3: способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	**З1**-основные направления научных исследований в сфере проектирования и анализа в туризме; **З2**-понятийно-категориальный	**У1**-системно анализировать информацию; **У2**-использовать теоретические знания для генерации новых идей; **У3**-оперировать	**В1**-экономической терминологией; **В2**-навыками работы с научной литературой и нормативно-правовой документацией; **В3**-навыками

	аппарат.	экономическими понятиями и категориями при проектировании и анализе инвестиций в туристскую отрасль; **У4**-применять показатели анализа при принятии управленческих инвестиционных решений;	анализа различных инвестиционных проектов и решений, правовых норм и правовых отношений в инвестиционной деятельности в туристскую отрасль.
ОПК-6: способность принимать управленческие решения в операционной деятельности организации	**З1**-основные направления деятельности туристской организации; **З2**-основные инструменты антикризисной политики организации; **З3** – позиции конкурентов на туристском рынке.	**У1**-оценить воздействующие изменения на организацию, угрозы и конкуренцию, возможности; **У2**-оценить внутренние сильные и слабые стороны организации, проекта; **У3**-подвергать инвестиционному анализу разрабатываемого туристского проекта с учетом всех его особенностей на всех стадиях разработки.	**В1**-приемами и формами управления туристскими проектами; **В2**-основами стратегического и тактического планирования; **В3**-навыками оперативного реагирования на изменяющиеся условия; **В4**-навыками анализа эффективности разрабатываемых туристских проектов.
ПК-7: способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей	**З1**-фундаментальные понятия и категории, необходимые для изучения отраслевых экономических дисциплин; **З2**-особенности проектирования и анализа инвестиционной	**У1**-подвергать анализу различные проекты с применением стоимостных показателей; **У2**-определять уровень рисковости того или иного разрабатываемого проекта; **У3**-управлять	**В1**-навыками самостоятельного, творческого использования теоретических знаний в области инвестиционного анализа; **В2**-методами инвестиционного анализа для принятия решений в управлении

экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	деятельности туристской отрасли; **З3**-основные приемы антикризисного управления разрабатываемых проектов.	денежными потоками разрабатываемых проектов.	туристским бизнесом и работе с клиентами; **В3**- навыками и способностью оценивать затраты на страхование и предупреждение рисков в турбизнесе.
ПК-8: умеет мыслить аналитически при принятии управленческих решений в процессе восприятия и оценки новых технологий	**З1**-основные методы инвестиционного анализа; **З2**-основные информационные технологии в инвестиционном проектировании	**У1**-применять стоимостные показатели в практическом проектировании туристских бизнес-идей; **У2**-работать с различными программными продуктами инвестиционного анализа с приложением к туристскому проектированию	**В1**-навыками принятия управленческих решений при альтернативных и независимых вариантах проектов; **В2**-навыками работы с программными продуктами инвестиционного анализа в проектировании
ПК-15: умение проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании	**З1**-особенности и структуру экономических страховых рисков; **З2-**правила принятия решений в управлении туристскими проектами для достижения установленных целей в условиях риска.	**У1**-применять программы страхования рисков в условиях конкурентной борьбы, объективных обстоятельств изменений экономической ситуации; **У2**-оценивать страховые риски.	**В1**-навыками и практикой установления соответствующей степени риска и управления им.

1.2 ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Структура дисциплины:

№ темы	тема (раздел теоретического обучения) дисциплины
Тема 1.	Специфика инвестирования в туризме
Тема 2.	Теоретические основы туроперейтинга
Тема 3.	Оценка инвестиционной привлекательности объектов туристского проектирования
Тема 4.	Инвестиционные риски в турпроектировании

Тема 5.	Методы оценки эффективности туристских проектов
Тема 6.	Методология турпроектирования
Тема 7.	Ценообразование в турпроектировании турпродута и туруслуг
Тема 8.	Бизнес-план в инвестиционном анализе турпроектов

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

код компетенции	Этапы формирования компетенций (темы дисциплин)							
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**
ОК-3	+	+	+	+	+	+	+	+
ОПК-6	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК-7	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК-8		+	+	+	+	+	+	+
ПК-15					+	+	+	+

II.ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

2.1 Структура оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации

№ п/п	**контролируемые разделы, темы дисциплины**	**код контролируемой компетенции или ее части**	**планируемые результаты обучения (знать, уметь, владеть), характеризующие этапы формирования компетенций**	**Наименование оценочного средства**	
				текущий контроль успеваемости	**промежуточная аттестация**
1	Специфика инвестирования в туризме	**ОК-3** **ОПК-6** **ПК-7**	**<u>ОК-3</u>** Знать: **З1** Уметь: **У1** Владеть: **В1, В2** **<u>ОПК-6</u>** Знать: **З1, З3** Уметь: **У1** Владеть: **В2, В3** **<u>ПК-7</u>** Знать: **З1** Уметь: **У2** Владеть: **В1**	-Фронтальный опрос; -вопросы для обсуждения.	-Тестовые задания; - Задача к зачету №1
2	Теоретические основы туроперейтинга	**ОК-3** **ОПК-6** **ПК-7**	**<u>ОК-3</u>** Знать: **З1** Уметь: **У1**	- Фронтальный опрос; -вопросы для	-Тестовые задания; - Задача к

		ПК-8	Владеть: **В1, В2** **<u>ОПК-6</u>** Знать: **З1, З3** Уметь: **У1** Владеть: **В2, В3** **<u>ПК-7</u>** Знать: **З1** Уметь: **У2** Владеть: **В1** **<u>ПК-8</u>** Знать: **З2** Уметь: **У2** Владеть: **В2**	обсуждения; - решение задач.	зачету №2
3	Оценка инвестиционной привлекательности объектов туристского проектирования	**ОК-3** **ОПК-6** **ПК-7** **ПК-8**	**<u>ОК-3</u>** Знать: **З1** Уметь: **У1** Владеть: **В1, В2** **<u>ОПК-6</u>** Знать: **З1, З3** Уметь: **У1** Владеть: **В2, В3** **<u>ПК-7</u>** Знать: **З1** Уметь: **У2** Владеть: **В1** **<u>ПК-8</u>** Знать: **З2** Уметь: **У2** Владеть: **В1, В2**	- Фронтальный опрос; -вопросы для обсуждения.	-Тестовые задания; - Задача к зачету №3
4	Инвестиционные риски в турпроектировании	**ОК-3** **ОПК-6** **ПК-7** **ПК-8**	**<u>ОК-3</u>** Знать: **З1** Уметь: **У1** Владеть: **В1, В2** **<u>ОПК-6</u>** Знать: **З1, З3** Уметь: **У1** Владеть: **В2, В3** **<u>ПК-7</u>** Знать: **З1** Уметь: **У2** Владеть: **В1** **<u>ПК-8</u>** Знать: **З2** Уметь: **У2** Владеть: **В1, В2**	-Тестовые задания; -вопросы для обсуждения; - кейсы по теме.	-Тестовые задания; - Задача к зачету №4
5	Методы оценки эффективности туристских проектов	**ОК-3** **ОПК-6** **ПК-7** **ПК-8** **ПК-15**	**<u>ОК-3</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2, У3, У4** Владеть: **В1, В2, В3** **<u>ОПК-6</u>** Знать: **З1, З3** Уметь: **У1, У2, У3**	- Фронтальный опрос; -вопросы для обсуждения; - кейсы по теме.	-Тестовые задания; - Задача к зачету № 5.

			Владеть: **В1, В2, В3, В4** **<u>ПК-7</u>** Знать: **З1, З2, З3** Уметь: **У1, У2, У3** Владеть: **В1, В2, В3** **<u>ПК-8</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2** Владеть: **В1, В2** **<u>ПК-15</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2** Владеть: **В1**		
6	Методология турпроектирования	**ОК-3** **ОПК-6** **ПК-7** **ПК-8** **ПК-15**	**<u>ОК-3</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2, У3, У4** Владеть: **В1, В2, В3** **<u>ОПК-6</u>** Знать: **З1, З2, З3** Уметь: **У1, У2, У3** Владеть: **В1, В2, В3, В4** **<u>ПК-7</u>** Знать: **З1, З2, З3** Уметь: **У1, У2, У3** Владеть: **В1, В2, В3** **<u>ПК-8</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2** Владеть: **В1, В2** **<u>ПК-15</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2** Владеть: **В1**	- Фронтальный опрос; -вопросы для обсуждения; -решение задач.	-Тестовые задания; - Задача к зачету №8.
7	Ценообразование в проектировании турпродукта и туруслуг	**ОК-3** **ОПК-6** **ПК-7** **ПК-8** **ПК-15**	**<u>ОК-3</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2, У3, У4** Владеть: **В1, В2, В3** **<u>ОПК-6</u>** Знать: **З1, З2, З3** Уметь: **У1, У2, У3** Владеть: **В1, В2, В3, В4** **<u>ПК-7</u>** Знать: **З1, З2, З3** Уметь: **У1, У2, У3** Владеть: **В1, В2, В3** **<u>ПК-8</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2** Владеть: **В1, В2** **<u>ПК-15</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2**	- Фронтальный опрос; -вопросы для обсуждения; -решение задач; - кейсы по теме.	-Тестовые задания; - Задача к зачету №6.

			Владеть: **В1**		
8	Бизнес-план в инвестиционном анализе турпроектов	**ОК-3** **ОПК-6** **ПК-7** **ПК-8** **ПК-15**	**<u>ОК-3</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2, У3, У4** Владеть: **В1, В2, В3** **<u>ОПК-6</u>** Знать: **З1, З2, З3** Уметь: **У1, У2, У3** Владеть: **В1, В2, В3, В4** **<u>ПК-7</u>** Знать: **З1, З2, З3** Уметь: **У1, У2, У3** Владеть: **В1, В2, В3** **<u>ПК-8</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2** Владеть: **В1, В2** **<u>ПК-15</u>** Знать: **З1, З2** Уметь: **У1, У2** Владеть: **В1**	- Фронтальный опрос; -вопросы для обсуждения; - решение задач.	-Тестовые задания; - Задача к зачету №7.

2.2 КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ ПО ВИДАМ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	наименование оценочного средства	характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УСТНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА			
1	собеседование, устный опрос	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
ПИСЬМЕННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА			
3	Реферат	Продукт самостоятельной работы аспиранта, представляющий собой	Тематика рефератов

		краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	
4	Тест	Система стандартизированных заданий, чаще всего с выбором одного или нескольких вариантов ответов, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
5	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	комплект контрольных заданий по вариантам
6	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	задания для решения кейс-задачи
7	Задача	Это средство раскрытия связи между данными и искомым, заданные условием задачи, на основе чего надо выбрать, а затем выполнить действия, в том числе арифметические, и дать ответ на вопрос задачи.	задания по задачам

А) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТОВ НА УСТНЫЕ ВОПРОСЫ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/ зачет
1.	1) полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно.	12-15	отлично
2.	студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.	8-11	хорошо
3.	ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;	1-7	удовлетворительно

	2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.		
4.	студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал; отмечаются такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.	0	неудовлетворительно

Б) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ТЕСТИРОВАНИЯ

№ п/п	тестовые нормы: % правильных ответов	количество баллов	оценка/зачет
1	90-100 %	18-20	отлично
2	80-89%	16-17	хорошо
3	70-79%	14-15	
4	60-69%	12-13	удовлетворительно
5	50-59%	11-12	
6	менее 50%	0	неудовлетворительно

В) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ

№ п/п	**критерии оценивания**	**Процент от максимального количества баллов**	**количество баллов**	**оценка/зачет**
1	Полное верное решение. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения.	100	5	отлично
2	Верное решение, но имеются небольшие недочеты, в целом не влияющие на решение, такие как небольшие логические пропуски, не связанные с основной идеей решения. Решение оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию решения.	81-100	4	хорошо
3	Решение в целом верное. В логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок, но задача решена	66-80		

	неоптимальным способом или допущено не более двух незначительных ошибок. В работе присутствуют арифметическая ошибка, механическая ошибка или описка при переписывании выкладок или ответа, не исказившие экономическое содержание ответа.			
4	В логическом рассуждении и решении нет ошибок, но допущена существенная ошибка в математических расчетах. При объяснении сложного экономического явления указаны не все существенные факторы.	46-65	3	удовлетворительно
5	Имеются существенные ошибки в логическом рассуждении и в решении. Рассчитанное значение искомой величины искажает экономическое содержание ответа. Доказаны вспомогательные утверждения, помогающие в решении задачи.	31-45	2	
6	Рассмотрены отдельные случаи при отсутствии решения. Отсутствует окончательный численный ответ (если он предусмотрен в задаче). Правильный ответ угадан, а выстроенное под него решение - безосновательно.	1-30	1	
7	Решение неверное или отсутствует.	0	0	неудовлетворительно

Г) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕФЕРАТОВ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1	выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.	5 баллов	отлично
2	основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая	4 балла	

	последовательность в суждениях; не выдержан объем реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.		хорошо
3	имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы.	3 балла	
4	тема освоена лишь частично; допущены грубые ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.	1-2 балла	удовлетворительно
5	тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.	0 баллов	неудовлетворительно

Д) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов
1	Задание выполнено полностью: цель домашнего задания успешно достигнута; основные понятия выделены; наличие схем, графическое выделение особо значимой информации; работа выполнена в полном объёме.	9-10
2	Задание выполнено: цель выполнения домашнего задания достигнута; наличие правильных эталонных ответов; однако работа выполнена не в полном объёме.	8-7
3	Задание выполнено частично: цель выполнения домашнего задания достигнута не полностью; многочисленные ошибки снижают качество выполненной работы.	6-5
4	Задание не выполнено, цель выполнения домашнего задания не достигнута.	0

Е) КРИТЕРИИ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕШЕНИЯ КЕЙС-ЗАДАЧ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1	умение анализировать ситуацию и находить оптимальное количества решений	1	0 баллов - неудовлетворительно 1-4 баллов - удовлетворительно 5-8 – хорошо 8-10 - отлично
2	умение работать с информацией, в том числе умение затребовать дополнительную информацию, необходимую для уточнения ситуации	1	
3	умение моделировать решения в соответствии с заданием, представлять различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат	1	
4	умение принять правильное решение на основе анализа ситуации;	1	

5	навыки четкого и точного изложения собственной точки зрения в устной и письменной форме, убедительного отстаивания своей точки зрения;	1	
6	навык критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.	1	
7	адекватность и соответствие ответов специалиста современным тенденциям рынка, конструктивность.	1	
8	креативность, нестандартность предлагаемых решений*;*	1	
9	количество альтернативных вариантов решения задачи (версионность мышления);	1	
10	наличие необходимых навыков, их выраженность (в зависимости от *требований).*	1	
	Количество баллов в целом	***10***	

Ж) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка
1	исключительные знания, абсолютное понимание сути вопросов, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенные, содержательные, аргументированные и исчерпывающие ответы	27-30	отлично
2	глубокие знания материала, отличное понимание сути вопросов, твердое знание основных понятий и положений по вопросам, структурированные, последовательные, полные, правильные ответы	24-26	хорошо
3	глубокие знания материала, правильное понимание сути вопросов, знание основных понятий и положений по вопросам, содержательные, полные и конкретные ответ на вопросы. Наличие несущественных или технических ошибок	21-23	
4	твердые, достаточно полные знания, хорошее понимание сути вопросов, правильные ответы на вопросы, минимальное количество неточностей, небрежное оформление	18-20	
5	твердые, но недостаточно полные знания, по сути верное понимание вопросов, в целом правильные ответы на вопросы, наличие неточностей, небрежное оформление	14-17	

6	общие знания, недостаточное понимание сути вопросов, наличие большого числа неточностей, небрежное оформление	10-13	удовлетворительно
7	относительные знания, наличие ошибок, небрежное оформление	7-9	
8	поверхностные знания, наличие грубых ошибок, отсутствие логики изложения материала	5-6	неудовлетворительно
9	непонимание сути, большое количество грубых ошибок, отсутствие логики изложения материала	3-4	
10	не дан ответ на поставленные вопросы	1-2	
11	отсутствие ответа, дан ответ на другие вопросы, списывание в ходе выполнения работы, наличие на рабочем месте технических средств, в том числе телефона	0	

III ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Тема № 1. Специфика инвестирования в туризме

Задание 1. Перечень вопросов по теме для устного обсуждения:

1. Чем отличаются вложения от инвестиций?
2. В чем заключается экономический смысл инвестиций?
3. В чем заключается социально-экономическое значение развития туризма?
4. В чем заключена сущность инвестиций в туристскую отрасль?
5. Каковы основные показатели инвестиционной деятельности в туризме?
6. Почему инвестиции являются одним из главных факторов развития туристской отрасли?

Задание 2. Перечень контрольных вопросов по теме:

1. Дайте определение инвестиций в туристской отрасли.
2. Каковы основные черты туруслуг?
3. Приведите классификацию инвестиций в туризме.
4. Перечислите основные принципы инвестиционной деятельности в туризме.
5. Назовите основные объекты и субъект и инвестиционной деятельности в туризме.
6. Каковы основные источники, формы и методы финансирования инвестиций в туротрасли?
7. Каковы преимущества и недостатки основных направлений инвестирования в туризм?

Задание 2. Тесты по теме. Выбрать единственный верный вариант

ответа.

Тест типа А.

А1. Инвестиции - это?

А) покупка недвижимости и товаров длительного пользования;

Б) операции, связанные с вложением денежных средств в реализацию проектов, которые будут обеспечивать получение выгод в течение периода, превышающего один год;

В) покупка оборудования и машин со сроком службы до одного года;

Г) вложение капитала с целью последующего его увеличения.

А2. Сущностью инвестиций является:

А) маркетинг рынка для определения производственной программы;

Б) выбор площадки и определение мощности предприятия;

В) вложение капитала в модернизацию, расширение действующего производства или новое строительство;

Г) вложение инвестиций в расширение или новое строительство с целью получения прибыли и достижения социального эффекта.

А3. Инвестиции классифицируются на:

А) стратегические и базовые;

Б) инновационные и текущие;

В) реальные и финансовые.

А4. Прямые инвестиции - это:

А) инвестиции, сделанные прямыми инвесторами, полностью владеющими предприятием или контролирующими не менее 10% акций или акционерного капитала предприятия;

Б) вложение средств в покупку акций, не дающих право вкладчиков влиять на функционирование предприятий и составляющих менее 10% акционерного капитала предприятия;

В) торговые кредиты.

А5. Портфельные инвестиции – это:

А) небольшие по размеру инвестиции, которые не могут обеспечить их владельцам контроль над предприятием;

Б) покупка акций в размере более 10% акционерного капитала предприятия;

В) торговые кредиты.

А6. Портфельные инвестиции осуществляются:

А) в сфере туризма;

Б) в сфере обращения финансового капитала;

В) в инновационной сфере.

А7. Какие из приведенных ниже активов относятся к финансовым инвестициям:

А) лицензии;

Б) готовая продукция;

В) облигации.

А8. К особенностям инвестирования в сфере туризма относятся:

А) неотделимость туристской услуги от источника формирования,

неосязаемость, подверженность сезонным колебаниям;
Б) привлечение капитала посредством эмиссии акций, осуществление деятельности только на финансовых рынках;
В) результатом инвестирования является приобретение прав на участие в делах других фирм и долговых прав.

А9. К стимулирующим факторам инвестиционной привлекательности объектов туриндустрии относятся:

А) приобретение акций и других ценных бумаг;
Б) содействие органов власти на различных уровнях;
В) недостаточное налоговое стимулирование инвестиционных проектов в сфере туризма;
Г) сложность регистрации объектов недвижимости, необходимость значительного числа различных согласований, бюрократические барьеры.

А10. К сдерживающим факторам инвестиционной привлекательности объектов туриндустрии относятся:

А) достаточно длительный период эксплуатации;
Б) содействие органов власти на различных уровнях;
В) недостаточное налоговое стимулирование инвестиционных проектов в сфере туризма.

А11. По характеру участия инвестиции в сфере туризма различаются как:

А) государственные, иностранные, частные;
Б) долгосрочные, среднесрочные, краткосрочные;
В) прямые и косвенные;
Г) совместные, прямые, косвенные.

А12. По объектам инвестирования инвестиции в туризм бывают:

А) инвестиции в основной капитал;
Б) гостиницы, транспорт, общественное питание;
В) денежные средства, имущественные права, движимое и недвижимое имущество;
Г) инвестиции на приобретение земельных участков.

А13. Инвестиции в туризм – это:

А) вложение капитала в модернизацию, расширение действующего производства или новое строительство;
Б) начальные инвестиции плюс прибыль и амортизационные отчисления в результате осуществления проекта;
В) размещение капитала инвесторов в туристском бизнесе с целью получения прибыли.

А14. Туристские услуги – это, прежде всего, услуги:

А) услуги по медобслуживанию туристов;
Б) экскурсионному обслуживанию и получению информации (турагентства, информационные центры) в том числе;
В) нет правильного ответа.

А15. К доходам от инвестиций в туризм относятся:

А) прибыль от арендной платы за объект;

Б) доходы от продажи земельных участков;
В) дивиденды по акциям.

А16. На уровне отдельного турпредприятия в основе анализа лежат следующие из показателей:

А) стоимость путевки;
Б) права инвестора на управление инвестируемым предприятием;
В) выручка от реализации туруслуг.

А17. Одним из принципов инвестиционной деятельности как фактора развития турфирмы является:

А) право на ведение научных разработок;
Б) оптимизация прогнозируемой степени риска инвестиций;
В) вид инвестиций, связанный с достижениями научно-технического прогресса.

А18. К адаптационным издержкам в инвестировании в туризме относится:

А) расчет оптимального объема инвестируемых в конкретный проект средств;
Б) освоение и наладка оборудования, установление новых деловых связей;
В) капитальные вложения, связанные с научно-техническим прогрессом.

А19. Принцип определения предельной эффективности капиталовложений предполагает:

А) расчет оптимального объема инвестируемых в конкретный проект средств;
Б) сочетание натурально-вещественных и стоимостных оценок эффективности капиталовложений;
В) учет фактора времени при оценках экономической эффективности и сроков окупаемости инвестиций по альтернативным проектам.

А20. Для привлечения частных, в том числе и иностранных, инвестиций в туристскую отрасль очень важно:

А) планирование размещения и развития туристских объектов;
Б) активность местных властей в области рекламно-информационной деятельности (освещение средствами СМИ туристско-рекреационного потенциала территориально-административного образования);
В) формирование материально-технологической базы туризма;
Г) формирование банков данных туристских инвестиционных проектов.

Тест типа В.

В1. Операционная деятельность любого предприятия требует постоянных инвестиций:

А) Верно;
Б) Неверно.

В2. Инвестиции не имеют никаких особенностей:

А) Верно;
Б) Неверно.

В3. Инвестиции – это вложения, которые приводят к росту капитала и

носят долгосрочный характер:
А) Верно;
Б) Неверно.
В4. Строительство гостиниц и объектов общественного питания не относится к инвестиционной деятельности в сфере туризма:
А) Верно;
Б) Неверно.
В5. ФЗ «Об основах туристской деятельности Российской Федерации» является одним из нормативных документов, регулирующих инвестиционную деятельность в туротрасли РФ:
А) Верно;
Б) Неверно.
В6. Потребительские свойства туристских услуг (уровень качества, исполнения, уровень обслуживания, надежность, безопасность, точность исполнения и т. д.) нельзя в полной мере предварительно оценить до их потребления:
А) Верно;
Б) Неверно.
В7. Туруслуги не перемещаются в пространстве к своим потребителям, требуют комплекса мероприятий, направленных на привлечение туристов в конкретные территории (место нахождения источника формирования):
А) Верно;
Б) Неверно.
В8. Одним из принципов инвестиционной деятельности в сфере туризма является учет адаптационных издержек:
А) Верно;
Б) Неверно.
В9. Субъектами инвестиционной деятельности в туротрасли являются инвесторы, туроператоры, турфирмы, органы государственной власти:
А) Верно;
Б) Неверно.
В10. В качестве объектов инвестиций туротрасли можно назвать ценные бумаги компаний сырьевых отраслей:
А) Верно;
Б) Неверно.
В11. Среди методов привлечения инвестиций в туризм можно выделить региональные целевые программы, стратегии, планы:
А) Верно;
Б) Неверно.
В12. Права инвестора на управление инвестируемым предприятием не является одним из основных анализируемых показателей на уровне турпредприятия:
А) Верно;
Б) Неверно.

В13. Создание профессионального маркетинга является одним из направлений разработки стратегии развития маркетинга:
А) Верно;
Б) Неверно.
В14. К собственным средствам организации можно отнести только прибыль предприятия:
А) Верно;
Б) Неверно.
В15. Эффект финансового рычага – это эффект влияния собственных средств на рентабельность заемных капитала:
А) Верно;
Б) Неверно.
В16. К преимуществам создания ОЭЗ туристского типа является привлечение значительных объемов федеральных средств на развитие туристского объекта:
А) Верно;
Б) Неверно.
В17. Возможность финансирования региональных программ развития туризма напрямую зависит от уровня экономического развития и инвестиционной привлекательности региона, что является преимущественным показателем:
А) Верно;
Б) Неверно.
В18. По объектам инвестирования в туротрасль различают такие инвестиции, как прямые и косвенные:
А) Верно;
Б) Неверно.

Тема № 2. Теоретические основы туроперейтинга

Задание 1. Перечень вопросов по теме для устного обсуждения:
1. Теоретические основы понятий туруслуга, туристские работы и туристские товары.
2. Туристский продукт как экономическая категория.
3. Назовите основные этапы комплексного маркетингового исследования рынка для создания проекта будущего турпродукта.
4. Какие схемы работы туристического оператора по реализации и организации туров могут быть выбраны на этапе турпланирования?
5. Турпродукт и его проектирование.
6. Туроперейтинг, как бизнес по разработке турпрограмм.
7. Характеристика туроператоров и их особенности.

Задание 2. Перечень контрольных вопросов по теме:
1. Каковы особенности определяют туристскую услугу и товар?
2. Определите круг поставщиков туристических услуг.

3. Что относятся к первоочередным (естественным) и дополнительным потребностям, возникающим у людей – временных посетителей определенной местности с туристическими целями?
4. Каковы материальные и нематериальные объекты, включая товары, а также услуги, предназначенные для удовлетворения потребностей туристов или сопровождающие процесс потребления ими туристских услуг?
5. Определите взаимосвязь туристского продукта и тура.
6. Что такое проектирование тура?
7. Определите и исследуйте понятия «турист», «туристская деятельность»?
8. Охарактеризуйте основные составляющие туристского продукта.
9. Охарактеризуйте туристский продукт как экономическую категорию.
10. Определите основные финансовые показатели туристской деятельности.

Задание 3. Тесты по теме. Выбрать единственный верный вариант ответа.

Тест типа А.

А1. В основу турпродукта входят:

А) туристские услуги, туристские товары;
Б) туристские работы, туристские услуги, туристские товары;
В) туристские услуги, туристские работы;
г) туристские работы, туристские товары и турфирмы.

А2. Турпродукт-это:

А) это особый товар, обладающий только ему присущими свойствами и имеющий свою специфику при совершении купли-продажи;
Б) материальные предметы потребления, сувенирная и иная товарная продукция, - прямо или опосредованно необходимые туристу или экскурсанту в процесс потребления туристских услуг в целях туризма;
В) упорядоченная целенаправленная совокупность туристских услуг, работ и товаров, состоящая как минимум из двух или более единичных или множественных туристских услуг, работ, товаров и средств обеспечения, иных туристских ресурсов, достаточная для удовлетворения потребностей туриста в процессе и в целях туризма.

А3. К туристским услугам не относятся:

А) материальные предметы потребления;
Б) оформление разрешительных документов;
В) медицинское сопровождение и страховка.

А4. Туристские работы включают:

А) любые виды деятельности предприятий туристской индустрии и смежных отраслей, прямо или опосредованно направленные на удовлетворение потребностей туристов в процессе туризма, однако не относящиеся к типичным туристским услугам;
Б) гид-переводчик, который иногда может выполнять роль экскурсовода, если это не противоречит местным правилам организации экскурсий;
В) бронирование услуг.

А5. Главными источниками туристского продукта являются:
А) туристские услуги;
Б) работа туроператоров;
В) туристские ресурсы дестинации.
А6. Туристские ресурсы – это:
А) любые виды деятельности предприятий туристской индустрии и смежных отраслей, прямо или опосредованно направленные на удовлетворение потребностей туристов в процессе туризма, однако не относящиеся к типичным туристским услугам;
Б) это природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил;
В) материальные и нематериальные объекты, включая товары, а также услуги, предназначенные для удовлетворения потребностей туристов или сопровождающие процесс потребления ими туристских услуг.
А7. Туристская дестинация - это:
А) туристские ресурсы, включаемые прямо или опосредовано в объект тура;
Б) определенная конкретными характеристиками: географическим маршрутом порядком его прохождения, временными промежутками, сроками предоставления, составом и качеством услуг, ценой, - целенаправленная и упорядоченная организатором туризма совокупность необходимых и достаточных туристских услуг, работ, товаров, туристских продуктов;
В) центр (территория) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов;
Г) медицинское страхование туристов.
А8. Главным компонентом общей устойчивости турпредприятия является:
А) финансовая устойчивость;
Б) компетентный состав сотрудников;
В) систематическое увеличение чистой прибыли.
А9. Финансовая устойчивость турфирмы всецело зависит от:
А) запаса прочности;
Б) величины выручки;
В) определенного уровня рентабельности.
А10. Выделите показатели, используемые при анализе прибыли турфирмы:
А) финансовый леверидж, порог рентабельности;
Б) средняя величина покрытия, коэффициент покрытия, запас прочности;
В) опасность, которая может причинить ущерб.
А11. Процентное отклонение фактической выручки от пороговой - это:
А) запас прочности;
Б) выручка от реализации;
В) точка безубыточности.

А12. Доля суммы покрытия в выручке от реализации – это:
А) сумма покрытия;
Б) коэффициент покрытия;
В) пороговая выручка;
Г) [а], [б], [в].
А13. Туроператор – это:
А) физическое лицо, занимающееся комплектацией и продвижением турпродукта;
Б) туристская фирма (организация), занимающаяся комплектацией туров по договорам с поставщиками услуг и в соответствии с потребностями туристов;
В) проектировщик подрядных строительных объектов.
А14. Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем – это:
А) туроператорская деятельность;
Б) турагентская деятельность;
В) инвестиционная деятельность.
А15. Какой из нижеперечисленных этапов не относится к этапам проектирования турпродукта?
А) реализация тура;
Б) продвижение тура;
В) турпланирование;
Г) разработка и составление туристических программ и их апробация.
А16. Анализ турпроекта или плана является:
А) начальной стадией турпроектирования;
Б) завершающей стадией турпроектирования.
А17. Результатом турпроектирования является:
А) привлечение инвестора;
Б) разработка проекта будущего турпродукта;
В) туристская услуга.

Задание 4. Задачи по теме
Задача 1. Турфирма оказывает одну услугу. Средние переменные издержки на ее производство и реализацию составляют 90 руб. Цена единицы туруслуги равна 120 руб. Постоянные издержки составляют 30 тыс. руб. Требуется рассчитать, какую прибыль получит фирма при реализации 1 тыс., 3 тыс., 5 тыс. единиц этой услуги.
Таблица 1 - Прибыль турфирмы от реализации услуги в различных количествах, тыс. руб.

	Показатель	Количество реализуемого туристского продукта (единиц услуги)		
		1000	3000	5000
1.	Выручка от реализации	120	360	600
2.	Переменные издержки	90	270	450

3.	Сумма покрытия	30	90	150
4.	Постоянные издержки	30	30	30
5.	Прибыль	0	60	120
6.	Средняя величина покрытия (руб.)	30	30	30

Задача 2. Фирма оказывает одновременно два типа услуг: А и Б. Данные об объемах продаж, ценах и затратах приведены в табл. 2.
Требуется определить:
а) размер прибыли, получаемой фирмой за месяц;
б) среднюю величину покрытия для каждой услуги;
в) коэффициент покрытия для каждой услуги;
г) размер прибыли, которую получит фирма, если расширит продажу услуги А до 7000 штук, а услуги Б - до 4500 штук.

Таблица 2 - Объемы продам цены услуг А и Б и издержки производства

Показатель	**Услуги**	
	А	**Б**
Объем продаж (единиц услуги)	6 000	4 000
Цена реализации единицы услуги (руб.)	520	900
Переменные издержки на единицу услуги (руб.): топливо и другие предметы труда заработная плата переменные производственные накладные расходы переменные сбытовые накладные расходы	 200 140 50 50	 350 200 100 120
Постоянные издержки (тыс. руб.): административные производственные сбытовые	180 500 220	

Задача 3. Фирма производит и реализует одну услугу. Переменные издержки на единицу этой услуги составили (руб.): сырье, топливо и другие предметы труда - 200; заработная плата - 160; переменные производственные накладные расходы - 80; переменные сбытовые накладные расходы - 40. Итого: 480. Цена единицы услуги - 600. Постоянные издержки составили 136 тыс. руб.

Требуется определить, сколько единиц услуги должна реализовать фирма, чтобы обеспечить получение прибыли в размере 32 тыс. руб.

Задача 4. Фирма планирует оказать 10 тыс. единиц услуги. Средние переменные издержки на производство и реализацию одной услуги составляют 150 руб., постоянные издержки - 2 500 тыс. руб. Фирма планирует получить прибыль в размере 500 тыс. руб.

По какой цене следует продавать услугу?

Задача 5. Фирма оказывает одну услугу. Ее деятельность характеризуется следующими данными (тыс. руб.): выручка от реализации - 150; переменные

издержки - 100; постоянные издержки - 40; прибыль - 10.

Определить пороговую выручку, которая исчисляется отношением постоянных издержек к коэффициенту покрытия. Последний есть доля суммы покрытия к выручке от реализации.

Задача 6. На основе данных задачи 5 рассчитать запас прочности как процентное отклонение фактической выручки от пороговой.

Задача 7. Фирма оказывает два типа услуг: А и Б. Данные ее деятельности представлены в табл. 3.

Таблица 3 - Выручка, издержки и прибыль при оказании услуг А и Б, тыс. руб.

Показатель	Услуга А	Услуга Б	Всего
Выручка	910	740	1 650
Переменные издержки	700	680	1 380
Постоянные издержки			230
Прибыль			40

Требуется оценить положение фирмы, рассчитав пороговую выручку и запас прочности.

Задача 8. На основе данных задачи 5 определить вклад услуг А и Б в формирование прибыли фирмы. Распределение постоянных издержек и прибыли между услугами А и Б характеризуется данными таблицы 3.

Таблица 4 - Выручка, издержки и прибыль от реализации услуг А и Б, тыс. руб.

Показатель	Услуга А	Услуга Б	Всего
Выручка	910	740	1 650
Переменные издержки	700	680	1 380
Постоянные издержки	126,5	103,5	230
Прибыль	+83,5	-43,5	+40

Задача 9. Фирма оказывает один вид услуг. Имеются следующие исходные данные: постоянные издержки - 300 тыс. руб.; цена единицы услуги - 600 руб.; средние переменные издержки - 450 руб.

Надо определить:

а) пороговую выручку (критический объем продаж);

б) объем продаж, обеспечивающий прибыль фирмы в размере 150 тыс. руб.

Тема №3. Оценка инвестиционной привлекательности объектов туристского проектирования

Задание 1. Перечень вопросов по теме для устного обсуждения:

1. Сущность и понятие инвестиционной привлекательности региона и турпредприятия.
2. Подходы к понятию «инвестиционная привлекательность».

3. Сущность и значение оценки инвестиционной привлекательности.
4. Инвестиционный потенциал региона.
5. Туристский потенциал региона и его составляющие.
6. Факторы, определяющие туристский потенциал.

Задание 2. Перечень контрольных вопросов по теме:

1. Каково значение и сущность оценки принятия инвестиционных решений в туротрасли?
2. Что такое инвестиционная привлекательность территорий и турпредприятий?
3. Каковы основные характеристики инвестиционной привлекательности в РФ?
4. Назовите и дайте характеристику каждому фактору турпотенциала региона.
5. Что такое «туристский потенциал региона»?
6. Охарактеризуйте и приведите примеры природно-ресурсного и историко-культурного потенциалов РД.
7. На каком уровне находятся социальный и экономический потенциалы сферы туризма России и РД?
8. С чем связаны наиболее глубокие проблемы в развитии туризма в РД?

Задание 3. Тесты по теме. Выбрать единственный верный вариант ответа.

Тест типа А.

А1. Оценка инвестиционной привлекательности – это решения, связанные с:

А) покупкой недвижимости и товаров длительного пользования;
Б) процедурой выбора инвестиционных решений и основывается на всесторонней оценке целого ряда факторов;
В) покупкой оборудования и машин со сроком службы до одного года;
Г) вложением капитала с целью последующего его увеличения.

А2. Составными характеристиками инвестиционной привлекательности являются:

А) инвестиционный потенциал и инвестиционные риски;
Б) инвестиционное решение и инвестор;
В) территория и туроператоры;
Г) инвестиционный потенциал и инвестиционная привлекательность.

А3. Побудительным мотивом при выборе инвестором объекта инвестирования (турпредприятия) и принятии решения о начале инвестирования является:

А) уровень рисковой деятельности турпредприятия;
Б) степень инвестиционной привлекательности турпредприятия;
В) местонахождение турпредприятия;
Г) уставной капитал турпредприятия.

А4. Сочетание в выражении «деловая привлекательность» предполагает:

А) характеристику и оценку объектов инвестирования, осуществление рейтинговых сопоставлений и т.д.;

Б) анализ, оценку и выбор партнерских связей и отношений между агентами, которые характеризуется качеством совершенных сделок, соблюдением норм и обязательств, поддержанием определенного имиджа;

В) анализ, оценку и выбор места или сферы размещения бизнеса.

А5. Сочетание в выражении «инвестиционная привлекательность» предполагает:

А) характеристику и оценку объектов инвестирования, осуществление рейтинговых сопоставлений и т.д.;

Б) анализ, оценку и выбор партнерских связей и отношений между агентами, которые характеризуется качеством совершенных сделок, соблюдением норм и обязательств, поддержанием определенного имиджа;

В) анализ, оценку и выбор места или сферы размещения бизнеса.

А6. Инвестиционный потенциал - это:

А) возможности региона по использованию совокупных природных богатств в туристической деятельности;

Б) объем средств, которыми регион может распоряжаться для осуществления туристской деятельности;

В) количественная характеристика, учитывающая основные макроэкономические характеристики, насыщенность территории факторами производства, потребительский спрос населения и другие показатели;

Г) это совокупность природных, историко-культурных объектов и явлений, а также социально-экономических и технологических предпосылок для организации туристской деятельности на определенной территории.

А7. Расчет инвестиционного потенциала основан на:

А) абсолютных статистических показателях всех других потенциалов территории;

Б) относительных статистических показателях всех других потенциалов территории;

В) абсолютных показателях потенциалов в динамике;

Г) использовании экономико-математических методах моделирования развития территории.

А8. Факторы, определяющие туристский потенциал региона и его аттрактивность:

А) социально-демографические и научно-технические факторы;

Б) социально-экономические и политические;

В) социально-культурные факторы;

Г) природно-географические и климатические условия, историко-культурный потенциал.

А9. Аттрактивность - это:

А) инвестиционный потенциал и инвестиционные риски;

Б) основное системное свойство рекреационных ресурсов, природных и

культурно-исторических объектов, свидетельствующее об их рекреационной ценности;
В) территория и туроператоры;
Г) туристы и их предпочтения для туризма.

А10. К факторам, косвенно воздействующим на туризм, не относятся:
А) социально-демографические и научно-технические факторы;
Б) социально-экономические и политические;
В) социально-культурные факторы;
Г) природно-географические и климатические условия, историко-культурный потенциал.

А11. Туристский потенциал региона - это:
А) возможности региона по использованию совокупных природных богатств в туристической деятельности;
Б) объем средств, которыми регион может распоряжаться для осуществления туристской деятельности;
В) количественная характеристика, учитывающая основные макроэкономические характеристики, насыщенность территории факторами производства, потребительский спрос населения и другие показатели;
Г) это совокупность природных, историко-культурных объектов и явлений, а также социально-экономических и технологических предпосылок для организации туристской деятельности на определенной территории.

А12. В состав ключевых потенциалов туристского потенциала региона не входит:
А) природно-ресурсный потенциал, социальный и информационный;
Б) инфраструктурный, социальный и историко-культурный;
В) квалифицированные кадры, насыщенность объектами-«магнитами»;
Г) инвестиционные риски и потенциал возможностей территории.

А13. Экономический потенциал сферы туризма - это:
А) возможности региона по использованию совокупных природных богатств в туристической деятельности;
Б) объем средств, которыми регион может распоряжаться для осуществления туристской деятельности;
В) количественная характеристика, учитывающая основные макроэкономические характеристики, насыщенность территории факторами производства, потребительский спрос населения и другие показатели;
Г) составная часть хозяйственного потенциала региона, характеризующий способность региона в области воспроизводства туристского продукта.

А14. В состав экономического потенциала региона не входит:
А) инфраструктурный;
Б) финансовый;
В) социальный;
Г) информационный.

А15. Управленческий потенциал - это:
А) сбалансированные с требованиями производства туристского продукта возможности предприятий размещения, досуга, питания, транспорта и др. по

обеспечению необходимых условий для осуществления туристской деятельности и удовлетворения потребностей их персонала и рекреантов;
Б) навыки и способности руководства всех уровней управления по формированию, организации, созданию надлежащих условий для функционирования туристской сферы региона;
В) объем средств, которыми регион может распоряжаться для осуществления туристской деятельности;
Г) возможности региона по воспроизводству необходимой для осуществления туристской деятельности рабочей силы.

А16. Социальный потенциал сферы туризма включает в себя:

А) специально подготовленные квалифицированные кадры, способные осуществлять туристскую деятельность для достижения ее функциональных целей;
Б) возможности региона по использованию совокупных природных богатств в туристической деятельности;
В) потенциально пригодные силы и средства, необходимые для воспроизводства туристского продукта на региональном уровне;
Г) навыки и способности руководства всех уровней управления по формированию, организации, созданию надлежащих условий для функционирования туристской сферы региона.

А17. Историко-культурный потенциал выражает:

А) специально подготовленные квалифицированные кадры, способные осуществлять туристскую деятельность для достижения ее функциональных целей;
Б) возможности региона по использованию совокупных природных богатств в туристической деятельности;
В) возможности для развития туризма, заложенные историко-культурными ценностями, находящимися в регионе;
Г) потенциально пригодные силы и средства, необходимые для воспроизводства туристского продукта на региональном уровне.

Тема № 4. Инвестиционные риски в турпроектировании

Задание 1. Перечень вопросов по теме для устного обсуждения:

1. Сущность и понятие риска, инвестиционного риска.
2. Классификация рисковых ситуаций в туризме.
3. Разновидности «туристских» рисков.
4. Финансовые риски турфирм.
5. Риск-менеджмент в турпроектировании – основная цель.
6. Приемы риск-менеджмента в турбизнесе и их характеристика.

Задание 2. Перечень контрольных вопросов по теме:

1. Какова экономическая сущность рисков? Причины их возникновения.
2. Каким рискам подвержены туристы? К каким – турфирмы?
3. В чем заключаются особенности рисков для туристов?

4. Какие существуют возможности уменьшения и борьбы с рисковыми ситуациями?
5. Как представляется риск современной экономической наукой?
6. Назовите основные методы или приемы риск-менеджмента.
7. Приведите примеры в каких рисковых ситуациях применяют те или иные методы риск-менеджмента.

Задание 3. Тесты по теме. Выбрать единственный верный вариант ответа.

Тест типа А.

А1. Экономическое содержание инвестиционного риска заключается в том, что он:
А) оценивает объем инвестиций, который подвержен риску;
Б) оценивает вероятность потери инвестиций и дохода от них;
В) оценивает качество инвестируемых средств;
Г) нет верного ответа.

А2. Риск - это:
А) отсутствие вероятности возникновения неблагоприятной ситуации или неудачного исхода производственно-хозяйственной или какой-либо другой деятельности;
Б) потери вложенных средств;
В) возможность возникновения неблагоприятной ситуации или неудачного исхода производственно-хозяйственной или какой-либо другой деятельности.

А3. Независимо от вида риска их объединяет:
А) негативные последствия, которые наступают после их возникновения;
Б) территория, на которой они проявляются в деятельности предприятия;
В) сезонный их характер.

А4. К рискам, которым подвергаются туристы, можно отнести:
А) потеря доходов по увольнению с места работы;
Б) незнакомое, а порой даже экзотическое место пребывания, незнание иностранного языка, различного рода катаклизмы;
В) отсутствие пляжного отдыха в месте пребывания.

А5. По характеру наступивших последствий различают такие «туристские» риски, как:
А) длительное лечение, восстановление украденных документов;
Б) неприятные ситуации, воспоминания о которых длятся незначительное время;
В) материальные потери, кратковременные заболевания;
Г) нет верного ответа.

А6. По продолжительности действия наступивших последствий:
А) долгосрочные и краткосрочные;
Б) очень тяжелые и тяжелые;
В) средней тяжести и краткосрочные;

Г) очень тяжелые и долгосрочные.

А7. Турфирмы и другие субъекты турбизнеса подвержены рискам:

А) незнание иностранного языка, различного рода катаклизмы;

Б) долгосрочные и краткосрочные;

В) инфляционный риск, кредитный риск, валютные риски, инвестиционный риск, риск упущенной выгоды, риск снижения доходности, риски банкротства;

Г) транспортные происшествия.

А8. Управление рисками – это:

А) возможность возникновения неблагоприятной ситуации или неудачного исхода производственно-хозяйственной или какой-либо другой деятельности;

Б) неприятные ситуации, воспоминания о которых длятся незначительное время;

В) страхование гражданской ответственности;

Г) процесс принятия и выполнения управленческих решений, направленных на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь, вызванных его реализацией.

А9. Целью риск-менеджмента является:

А) повышение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов с помощью защиты от реализации чистых рисков;

Б) процесс принятия и выполнения управленческих решений, направленных на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь, вызванных его реализацией;

В) более подробный анализ рисков, присущих именно турбизнесу;

Г) нет верного ответа.

А10. К приемам риск-менеджмента не относятся:

А) метод избежания риска;

Б) методы диссипации;

В) страхование;

Г) экономико-математические методы.

А11. Страховым случаем по договору страхования ответственности туроператора является факт установления обязанности туроператора возместить туристу:

А) недополучение планируемой прибыли;

Б) реальный ущерб;

В) упущенную выгоду;

Г) моральный вред.

А12. Предотвращение риска применяется:

А) при разработке и внедрении таких туристских программ, коммерческий успех которых не гарантирован, но может принести прибыль и пользуется спросом у определенных групп туристов;

Б) путешествие по острову Новая Гвинея, 17 дней, январь;

В) в тех случаях, когда уровень риска оказывается неприемлемо высоким для туроператора;

Г) перевод риска от одного субъекта управления (туроператора) к другому (страховой компании).

А13. Основным источником риска в деятельности туристической компании является:

А) неправильно построенный турбизнес;

Б) страхование на случай смерти, инвалидности, травмы/увечья, временной утраты трудоспособности;

В) неопределённость хозяйственной ситуации, образующаяся в результате большого количества переменных факторов и случайных событий, неполноты сведений о туристическом рынке, а также индивидуальных особенностей личности предпринимателей;

Г) некомпетентность сотрудников туроператорской фирмы.

А14. Подвергается ли туроператорская деятельность обязательному страхованию?

А) да

Б) нет.

А15. Какие из нижеперечисленных групп функций являются функциями риска:

А) аналитическая, денежная, социальная, инновационная;

Б) аналитическая, инновационная, защитная, социальная;

В) аналитическая, инновационная, защитная, регулирующая.

А16. Регулирующая функция риска предполагает:

А) принятие решений, связанных с риском, может привести к более эффективному туристическому бизнесу, изобретению нового уникального туристического продукта, не имеющего аналогов ранее;

Б) всегда определённую потребность в выборе, а, следовательно, тщательном изучении и прогнозировании конкретной ситуации, разработку различных планов действия и возможных сюжетов дальнейшего развития событий;

В) умение разумно рисковать является залогом успеха туристической компании, хотя риск может оказать на неё и разрушающее воздействие, нарушив привычный ход всей её деятельности.

А17. По степени опасности для туристических компаний выделяют следующие риски:

А) катастрофический, тяжелый и критический;

Б) допустимый, критический и катастрофический;

В) допустимый, средней тяжести и тяжелый.

А18. Одной из существенных возможностей снижения угрозы рисков в туристической индустрии считается их:

А) прогнозирование;

Б) планирование;

В) контроль и учет.

А19. В риск-менеджменте прогнозирование – это:

А) рост уровня приспособления к изменившимся условиям туристического бизнеса;

Б) достаточно эффективное средство преодоления традиционного способа

мышления;
В) разработка на перспективу изменений как состояния объекта в целом, так и его отдельных составных элементов;
Г) планирование будущего финансового состояния турфирмы.

А20. Наиболее успешным методом прогнозирования рисков в туристической сфере является:
А) метод удержания рисков;
Б) метод сценариев;
В) страхование.

Тест типа В.

В1. Неотъемлемой чертой любого предпринимательства, в том числе и туристского бизнеса, являются риски, которые различаются причинами возникновения, широтой действия и прочими показателями, но их объединяет одно - негативные последствия, которые наступают после их возникновения:
А) Верно;
Б) Неверно.

В2. Риск предполагает благоприятную ситуацию или удачный исход производственно-хозяйственной или какой-либо другой деятельности:
А) Верно;
Б) Неверно.

В3. Туристический бизнес – самый безрисковый вид деятельности в предпринимательстве:
А) Верно;
Б) Неверно.

В4. В турбизнесе риску подвергаются только туроператоры и туристские фирмы:
А) Верно;
Б) Неверно.

В5. Хроническое заболевание туристов выступает предметов страхования при выезде за границу:
А) Верно;
Б) Неверно.

В6. Риск-менеджмент в туризме предполагает принятие и выполнение управленческих решений, направленных на увеличение вероятности возникновения неблагоприятного результата и максимизацию возможных потерь, вызванных его реализацией:
А) Верно;
Б) Неверно.

В7. Цель риск-менеджмента - повышение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов с помощью защиты от реализации чистых рисков:
А) Верно;
Б) Неверно.

В8. Предотвращение риска неэффективно в тех случаях, когда уровень риска оказывается неприемлемо высоким для туроператора:
А) Верно;
Б) Неверно.
В9. Метод удержания риска представляет собой перевод риска от одного субъекта управления (туроператора) к другому (страховой компании):
А) Верно;
Б) Неверно.
В10. Страхование применяется главным образом при разработке и внедрении таких туристских программ, коммерческий успех которых не гарантирован, но может принести прибыль и пользуется спросом у определенных групп туристов:
А) Верно;
Б) Неверно.
В11. Суть методов диссипации заключается в организационном, финансовом и технологическом разделении риска с другими контрагентами, а также его региональное или зональное распределение:
А) Верно;
Б) Неверно.
В12. Основным источником риска в деятельности туристической компании является неопределённость хозяйственной ситуации, образующаяся в результате большого количества переменных факторов и случайных событий, неполноты сведений о туристическом рынке, а также индивидуальных особенностей личности предпринимателей:
А) Верно;
Б) Неверно.
В13. Риск подразумевает всегда определённую потребность в выборе, а, следовательно, тщательном изучении и прогнозировании конкретной ситуации, разработку различных планов действия и возможных сюжетов дальнейшего развития событий – это проявление аналитический функции риска:
А) Верно;
Б) Неверно.
В14. С точки зрения источника возникновения все риски подразделяются на внутренние и международные:
А) Верно;
Б) Неверно.
В15. Коммерческие риски означают невозможность реализовать туристические путёвки или снижение объёмов их реализации клиентам, падение спроса, потери качества предлагаемого турпродукта:
А) Верно;
Б) Неверно.
В16. Одной из существенных возможностей снижения угрозы рисков в туристической индустрии считается их контроль, который является наиболее эффективным способом подготовки управленческих решений в

туристических компаниях на будущую перспективу:
А) Верно;
Б) Неверно.
В17. Метод сценариев является неэффективным средством преодоления традиционного способа мышления:
А) Верно;
Б) Неверно.

Задание 4. Кейсы по теме

Компания «Тур-экстрим» с 2002 года работает на туристическом рынке города Череповца. В числе первых ее предложений были рыбалка в Кении, а также отдых в России в стиле милитари – с катанием на БТР, полосой препятствий и полевой кухней. Но спустя несколько месяцев стало понятно, что экстрим-направление слишком дорого для череповецких туристов и себя не окупит. Постепенно компания начала уходить от экстрима и предлагать все больше стандартных туров: Турция, Египет, Кипр, Арабские Эмираты. Этим же занялся и второй офис «Тур-экстрима», открытый в Ярославле. Но турфирм в этих городах масса, и в большинстве своем предложения их одинаковы: все они продают одни и те же направления и виды туров.

Название компании тем временем все меньше отвечало изначальной задумке. Некоторых потенциальных клиентов это сбивало с толку: спрашивать в «Тур-экстриме» путевку в Анталию мало кому приходило в голову. Случалось, что клиенты, вместо того чтобы узнать о компании подробнее, шли прямиком к конкурентам. Однако сменить название в турфирме не решились, аргументируя это привычкой людей иметь дело со знакомой вывеской. Да и от идеи рано или поздно вернуться в направление развлечений и приключений «Тур-экстрим» пока не отказывается.

Сейчас, по словам исполнительного директора «Тур-экстрима» Марии Исайкиной, компания работает по принципу «делай то, что закажут». В неделю заключается около четырех-пяти контрактов в каждом из двух офисов. 25–30% заказов составляют заявки на семейный и корпоративный загородный отдых. Они же приносят примерно 60% дохода. Собственно экстрим обеспечивает всего 2–8% прибыли. В последнее время туристические компании отмечают большой спрос на отдых на юге России, поэтому существует возможность заняться еще и этим направлением. С другой стороны, есть риск окончательно потеряться в нишах и услугах. Но «Тур-экстрим» хочет при этом сохранить индивидуальность и развивать первоначально намеченное направление «развлечения и приключения».

Имеет ли смысл развивать подобные услуги в регионе и как компания может формировать спрос на развлечения и приключения? Какую стратегию избрать региональной туристической фирме?

Тема № 5. Методы оценки эффективности туристских проектов

Задание 1. Перечень вопросов по теме для устного обсуждения:

1. Инвестиционное проектирование в туризме.
2. Инвестиционный туристский проект и стадии жизненного цикла турпродукта.
3. Теоретические основы бизнес-планирования. Бизнес-план в турпроектировании.
4. Оценка эффективности турпроектов. Денежные потоки.
5. Методы оценки эффективности, основанные на учетных оценках.
6. Дисконтированные методы оценки турпроектов.
7. Метод «Затраты-Выгоды» в турпроектировании.

Задание 2. Перечень контрольных вопросов по теме:

1. В чем заключаются особенности проектирования инвестиционных бизнес-идей в отрасли туризма?
2. Какие проекты можно отнести к инвестиционному туристскому проектированию?
3. Что такое туристский проект и что является результатом турпроектирования?
4. Перечислите и охарактеризуйте стадии жизненного цикла турпродукта. Дайте определение понятию «жизненный цикл» турпродукта.
5. Что такое денежный поток в проектировании? Чем отличается денежный отток от денежного притока? Какие конкретные статьи в турпроектировании можно отнести к оттокам, а какие к притокам?
6. Перечислите основные методы оценки турпроектов.
7. Дайте характеристики каждому методу оценки эффективности инвестиционных проектов.
8. Раскройте методологию оценки инвестиционных проектов в туризме на основе анализа «Затраты-Выгоды».

Задание 3. Тесты по теме. Выбрать единственный верный вариант ответа.

Тест типа А.

А1. Туристская отрасль представляет собой:

А) сырьевую отрасль;

Б) несырьевую отрасль;

В) интеллектуальную отрасль.

А2. Инвестирование в туризме – это:

А) вложения в ценные бумаги;

Б) размещение капитала инвесторов в туристском бизнесе с целью получения прибыли;

В) убыточные мероприятия инвесторов.

А3. Одним из главных анализируемых показателей инвестиционной деятельности в туристской сфере являются:

А) дивиденды и курсовая стоимость;

Б) ожидаемая прибыль, риски и сроки окупаемости;
В) признание общественности.

А4. К базовым принципам инвестиционной деятельности в туризме можно отнести:

А) учете адаптационных издержек;
Б) менеджмент руководства туроператоров;
В) степень коммерческого риска инвестора.

А5. Для привлечения частных, в том числе и иностранных, инвестиций в туристскую отрасль очень важны:

А) общая конъюнктура туристского спроса и предложения в территориальном разрезе (конкурентная среда);
Б) учет фактора времени при оценках экономической эффективности и сроков окупаемости инвестиций по альтернативным проектам (дисконтирование);
В) активность местных властей в области рекламно-информационной деятельности (освещение средствами СМИ туристско-рекреационного потенциала территориально-административного образования).

А6. Необходимость инвестиционного анализа туристских проектов предопределяется:

А) планированием размещения и развития туристских объектов, развитие инфраструктуры и научных исследований;
Б) финансово-экономическими показателями работы отрасли в будущем;
В) активностью местных властей в области рекламно-информационной деятельности (освещение средствами СМИ туристско-рекреационного потенциала территориально-административного образования);
Г) нет верного ответа.

А7. Укажите основные инвестиционные проекты:

А) приобретение транспортных средств, объектов социально-культурного и спортивного назначения или долевое участие в их строительстве, переподготовка кадров;
Б) покупка ценных бумаг и валюты на бирже;
В) осуществление страховой деятельности;
Г) строительство железной дороги.

А8. К признакам определения инвестиционного проекта относятся:

А) масштаб и качество проекта;
Б) этап реализации проекта и количество его участников;
В) объем денежных потоков и сроки реализации проекта.

9. Жизненный цикл инвестиционного проекта – это:

А) франшиза, рассчитанная условными методами;
Б) срок реализации проекта;
В) промежуток времени между разработкой проекта и моментом ликвидации;
Г) период времени, за который необходимо освоить инвестируемые в проект средства.

А10. Стадии жизненного цикла турпродукта включают в себя:

А) стадия возникновения идеи, стадия реализации, стадия молодости, стадия

спада;
Б) стадия внедрения продукта, стадия роста, стадия зрелости, стадия спада;
В) стадия реализации, стадия молодости, стадия внедрения продукта, стадия роста;
Г) стадия возникновения идеи, стадия внедрения продукта, стадия зрелости, стадия спада.

А11. Денежный поток инвестиционного проекта представляет собой:
А) первоначальные вложения;
Б) прибыль на этапе реализации проекта;
В) зависимость от времени денежных поступлений и платежей при реализации проекта, определяемая для всего расчётного периода;
Г) нет верного ответа.

А12. Укажите какой из нижеперечисленных потоков относится к денежным притокам:
А) авансовые денежные платежи и кредиты, предоставленные другим компаниям;
Б) приобретение основных средств, нематериальных и других долгосрочных активов;
В) денежные поступления от возмещения авансов и кредитов, предоставленных другим сторонам.

А13. Укажите какой из нижеперечисленных потоков относится к денежным оттокам:
А) денежные поступления от возмещения авансов и кредитов, предоставленных другим сторонам;
Б) продажа внеоборотных активов;
В) денежные платежи по срочным контрактам, опционам и свопам, кроме случаев, в которых контракты заключены для коммерческих целей;
Г) денежные поступления от продаж долевых и долговых инструментов других компаний и долей участия в совместных компаниях.

А14. Основной целью оценки эффективности турпроектов является:
А) определение денежных притоков и денежных оттоков;
Б) определение объема первоначальных инвестиций в турпроект;
В) определение нормы убыточности турпроекта;
Г) определение потенциальной привлекательности проекта для возможных участников и поисков источников финансирования.

А15. Инвестиционный проект – это….
А) бизнес-план;
Б) документы, подтверждающие компетентность разработчиков турпроекта;
В) комплект документов, содержащих формулирование цели предстоящей деятельности и определение комплекса действий, направленных на ее достижение;
Г) чистая дисконтированная стоимость турпроекта.

А16. К дисконтированным методам оценки эффективности турпроектов относятся:
А) первоначальные инвестиционные вложения;

Б) срок окупаемости проекта;
В) коэффициент сравнительной экономической эффективности проекта;
Г) чистая дисконтированная стоимость турпроекта.

А17. Показатель внутренней нормы рентабельности инвестиции говорит о:

А) бизнес-план;
Б) документы, подтверждающие компетентность разработчиков турпроекта;
В) это комплект документов, содержащих формулирование цели предстоящей деятельности и определение комплекса действий, направленных на ее достижение;
Г) чистая дисконтированная стоимость турпроекта.

А18. Чистая дисконтированная стоимость проекта показывает:

А) за какой период времени вернутся вложенные средства;
Б) стоит ли вкладываться в данный проект;
В) сравнительную эффективность проекта;
Г) нет верного ответа.

А19. Основным документом инвестиционного проекта, интересующий потенциальных инвесторов и кредитные учреждения, является:

А) бизнес-план;
Б) документы, подтверждающие компетентность разработчиков турпроекта;
В) комплект документов, содержащих формулирование цели предстоящей деятельности и определение комплекса действий, направленных на ее достижение;
Г) чистая дисконтированная стоимость турпроекта.

А20. Метод «Затраты-Выгоды» позволяет:

А) обозначить период, когда инвестированные средства начнут приносить прибыль;
Б) оценить инвестиции в крупномасштабные проекты туристской сферы на государственном уровне, с целью определения прироста благосостояния и чистой социальной выгоды, которые получит вся страна при реализации данных проектов;
В) оценивать наиболее эффективно проекты на уровне одного турпредприятия;
Г) выделить слабые и сильные стороны мелких проектов.

А21. К методам оценки эффективности, основанных на учетных оценках, относятся показатели:

А) метод «Затраты-Выгоды;
Б) индекс рентабельности;
В) коэффициент сравнительной экономической эффективности проекта;
Г) чистая дисконтированная стоимость турпроекта.

А22. К методу, который позволяет определить уровень безубыточности проекта, относится:

А) дисконтированный срок окупаемости инвестиций;
Б) чистая приведенная стоимость проекта;
В) индекс рентабельности;

Г) нет верного ответа.

А23. Чистая дисконтированная стоимость проекта показывает:

А) уровень безубыточности проекта;

Б) разницу между входными и выходными денежными потоками;

В) как доходы проекта покрывают его расходы;

Г) сравнение современных входных денежных с современным значением выходных денежных потоком, обусловленных инвестициями для реализации проекта.

А24. Дисконтированный срок окупаемости проекта – это период:

А) в течение которого инвестор генерирует свою прибыль от первоначальных вложений;

Б) по истечении которого ликвидируется инвестиционный проект;

В) за который первоначальные вложения и другие затраты по проекту покрываются суммарными результатами по нему;

Г) нет верного ответа.

Задание 4. Кейсы по теме.

Кейс 1. «Расчет срока окупаемости проекта»

Содержание кейса:

Имеются три проекта А, В, С, начальная стоимость которых и планируемые потоки доходов по годам приведены в таблице:

Проект	C0	C1	C2	C3
A	120	60	40	80
B	130	70	40	70
C	140	80	30	60

Пусть приемлемый срок реализации каждого проекта составляет 2,5 года, а ставка дисконта оценивается в 15% годовых. Выберите проект, пользуясь правилом срока окупаемости. Обоснуйте свой выбор.

Кейс 2. «Расчет показателей эффективности проектов»

Содержание кейса:

Анализируются проекты (у.ед.):

	IC	P1	P2
A	-5000	3500	3000
B	-2500	1500	1800

Ранжируйте проекты по категориям IRR, PP, NPV, если i=13%.

Кейс 3. «Сравнение инвестиционных проектов на основе чистой приведенной стоимости»

Содержание кейса:

Предприятие имеет два варианта инвестирования имеющихся у него 200000 тыс. руб. В первом варианте предприятие вкладывает в основные средства, приобретая новое оборудование, которое через 6 лет (срок инвестиционного проекта) может быть продано за 14 000 тыс. руб.; чистый годовой денежный доход от такой инвестиции оценивается в 53 000 тыс. руб.

Согласно второму варианту предприятие может инвестировать деньги частично (40 000) в приобретение новой оснастки, а оставшуюся сумму в рабочий капитал (товарно-материальные запасы, увеличение счетов дебиторов). Это позволит получать 34 000 годового чистого денежного дохода в течение тех же 6 лет. Необходимо учесть, что по окончании этого периода рабочий капитал высвобождается (продаются товарно-материальные запасы, закрываются дебиторские счета).

Какой вариант следует предпочесть, если предприятие рассчитывает на 14% отдачи на инвестируемые им денежные средства? Воспользуйтесь методом чистого современного значения.

Кейс 4. «Принятие решения о выдаче инвестиционного кредита на основе оценки эффективности проекта»

Содержание кейса:

Описание проекта:

Предприятие Б планирует создать новое юридическое лицо - ТЭЦ. Для осуществления данного проекта ему необходимо привлечь еще одного инвестора, который согласился бы войти с ним «в долю» и стать собственником ТЭЦ вместе с предприятием Б. Такое предложение сделано предприятию А. Для заинтересованности предприятия А в учреждении ТЭЦ оговорено, что предприятие А сможет поменять своего поставщика энергии на нового (ТЭЦ) и закупать у него энергию по более низкой цене (по 380 тыс. руб. вместо 500 тыс. руб. за 1 МВт/Ч)

Для оценки эффективности проекта подготовлена следующая информация. Выбранный горизонт рассмотрения проекта составляет 16 кварталов.

ДОХОДЫ ПРОЕКТА. Начало реализации энергии приходится на третий квартал. Объем продаж энергии предприятию А составит 21 МВт/ч в квартал. Льготная цена реализации, установленная для предприятия А, составляет 380 тыс. руб. за 1 МВт/ч. Объем продаж энергии сторонним предприятиям составит 20 МВт/ч в квартал по рыночной цене 400 тыс. руб. за I МВт/ч.

ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ ПРОЕКТА. Переменные затраты на производство энергии составляют 300 тыс. руб. на 1 МВт/ч. Сумма постоянных затрат ТЭЦ (заработная плата, содержание зданий и

оборудования и т. п.) составляют 2000 тыс. руб. в квартал.

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ. Общая сумма затрат на строительство ТЭЦ составляет 25500 тыс. руб. (с НДС). Строительная фаза приходится на первые два квартала. Оплата выполняемых работ осуществляется в течение первого и второго кварталов: первый квартал — 15000 тыс. руб., второй квартал - 10500 тыс. руб.

Срок службы нового объекта определен в 25 лет.

Для формирования оборотного капитала ТЭЦ представлена следующая информация:

· доля продукции, отгружаемой по предоплате - 20%

· доля материалов, получаемых по предоплате - 50%

· средний срок оплаты продукция покупателями оставляет 45 дней после отгрузки

· средний срок предоплаты продукции покупателями 5 дней

· средний срок предоплаты поставщикам за материалы составляет 10 дней до поставки

· средний срок оплаты задолженности поставщикам 45 дней

· средняя периодичность выплаты налогов 45 дней

· частота выплаты заработной платы составляет 2 раза в месяц

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА. В качестве финансирования затрат на создание ТЭЦ предусматривается вложение собственных средств предприятий А и Б, а также привлечение кредита. Собственниками ТЭЦ (предприятия А и Б) планируется вложение в первом квартале 20000 тыс. руб. в равных долях.

Задание 1. Оценить эффективность проекта создания новой ТЭЦ и подобрать график привлечения и погашения кредита.

Ожидаемые количественные характеристики проекта

1	Инвестиции, включая затраты на НИОКР; приобретение и монтаж оборудования, млн. руб	80
2	Цена реализации приведенной единицы пластиковой тары, руб.	0,12
3	годовой объем реализации, млн. шт.	70,0
4	Переменные затраты на единицу продукции, руб.	0,05
5	Постоянные затраты в расчете на год, млн.руб.	3,7
6	Годовая норма амортизации, %	10,0
7	Налог на прибыль, %	24,0
8	Норма запаса оборотных средств по отношению к полной себестоимости, дней.	20,0
9	Ликвидационная стоимость оборудования, млн. руб.	0,6

Тема № 6. Методология турпроектирования

Задание 1. Перечень вопросов по теме для устного обсуждения:

1. Сущность и понятие турпроектирования.
2. Нормативно-правовые основы турпроектирования.
3. Экономическое содержание турпродукта.
4. Классификация турпроектов.
5. Подходы к проектированию турпродуктов.
6. Основные требования к проектированию туристского продукта.
7. Этапы создания нового турпродукта.
8. Региональные туристские ресурсы как основа туристских продуктов.
9. Методы и этапы изучения туристского потенциала территории.

Задание 2. Перечень контрольных вопросов по теме:

1. Каково экономическое значение турпроектирования?
2. Что является результатом турпроектирования?
3. Определение турпродукта в соответствие с законодательством РФ.
4. Раскройте основные характеристики различных видов турпроектирования.
5. Какие существуют подходы к турпроектированию? Каково их значение и специфика?
6. Какова роль инноваций в турпроектировании?
7. Перечислите основные требования к туристским проектам. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг».
8. Что такое «проектирование турпродукта»?
9. Дайте характеристику 4-м этапам создания нового турпродукта.
10. Что такое «туристский потенциал территории»? Туристские аттракторы?
11. Что является основой для туристского проекта?
12. Раскройте этапы изучения турпотенциала территории.
13. Перечислите основные методы изучения богатства территории и раскройте каждый из них.

Задание 3. Тесты по теме. Выбрать единственный верный вариант ответа.

Тест типа А.

А1. Туристское проектирование является важнейшим направлением деятельности:

А) инвесторов;
Б) пользователей турпродукта, органов власти;
В) туроператоров, органов власти;
Г) физических лиц и инвесторов.

А2. В соответствие с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристский продукт определяется как:

А) распределение туристических услуг;

Б) работы, сопровождающие процесс потребления туристских услуг и прямо или опосредованно влияющие на эффективное потребление услуг;
В) система по организации безопасности туристам в месте временного пребывания;
Г) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

А3. Что является важной характеристикой для туристского проекта:
А) его стоимость;
Б) его аналогичность;
В) его уникальность;
Г) нет верного ответа.

А4. Инновация представляет собой:
А) комплекс действий и его практический результат по использованию достижений научной деятельности в сфере туризма для достижения совершенствования характеристик туристского продукта;
Б) комплекс мероприятий по проектированию нового турпродукта;
В) система мероприятий по организации страхования туристов;
Г) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

А5. Туристские проекты различаются между собой по:
А) местонахождению турпродукта «магнита», объему финансирования;
Б) значимости, характеру проектируемого продукта, длительности подготовки, числу участников, объему финансирования;
В) местонахождению туроператора, значимости, объему финансирования;
Г) отраслевому аспекту, длительности подготовки, числу участников.

А6. Различают следующие виды турпроетирования:
А) проектирование гостиниц и отелей, проектирование объемов финансирования турпроекта;
Б) проектирование садов и школ, столовых, объектов общепита;
В) проектирование туристских территорий, проектирование бизнес-подразделений предприятий туризма;
Г) проектирование туристских предприятий и их комплексов, проектирование авиамаршрутов.

А7. Туристское проектирование в основном основывается на:
А) компетентности разработчиков-аналитиков;
Б) объективных статистических расчетах;
В) уровне экономического развития территории;
Г) маркетинговом подходе.

А8. Какую информацию содержит ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»:
А) основные требования по обеспечению страхования;

Б) основные требования к проектированию туристского продукта**;**
В) основную информацию об ожидаемых рисках;
Г) основные требования по проектированию туристских зданий и сооружений.

А9. Определите правильную последовательность проектирования туристской услуги:

А) установление нормируемых характеристик услуги;
Б) определение методов контроля качества;
В) представление проекта на утверждение;
Г) установление технологии процесса обслуживания туристов;
Д) разработка технологической документации;
Е) анализ проекта.

А10. Определите правильную последовательность этапов разработки нового турпродукта:

А) пробный маркетинг;
Б) коммерциализация нового турпродукта;
В) разработка концепции нового турпродукта;
Г) генерирование идей относительно турпродукта.

А11. На основе постоянного изучения действительного и потенциального спроса осуществляется:

А) пробный маркетинг;
Б) коммерциализация нового турпродукта;
В) генерирование идей относительно турпродукта;
Г) разработка концепции нового турпродукта.

А12. Разработка концепции нового турпродукта предполагает:

А) продажу на рынке первой партии нового турпродукта с целью определения отношения к нему потенциальных покупателей, а также выявления и устранения возможных недостатков;
Б) изучение действительного и потенциального спроса;
В) выбор маршрута, программы, вида туризма, набора и классности услуг;
Г) организацию массовой продажи турпродукта.

А13. На этапе коммерциализации нового турпродукта происходит:

А) организация его массовой продажи;
Б) продажа на рынке первой партии нового турпродукта;
В) выбор маршрута, программы, вида туризма, набора и классности услуг;
Г) генерирование идей относительно турпродукта.

А14. Туристский потенциал территории – это:

А) состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз;
Б) совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристско-рекреационной деятельности;
В) неконкретизированное представление о будущей туристской программе;
Г) разработка туристских проектов в отношении структуры, цены, каналов сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг и т.д.

А15. Главной составной частью туристского потенциала являются:
А) туристский продукт;
Б) туристские услуги;
В) туристские проекты;
Г) туристские ресурсы.
А16. Туристский потенциал включает:
А) туристские ресурсы и туристский продукт;
Б) туристские ресурсы и туристскую инфраструктуру;
В) туристский продукт и туристскую инфраструктуру;
Г) туристский продукт и туристские ресурсы.
А17. Туристские аттракторы это:
А) неконкретизированное представление о будущей туристской программе;
Б) разработка туристских проектов в отношении структуры, цены, каналов сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг и т.д.;
В) совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристско-рекреационной деятельности;
Г) комплекс объектов, расположенных на определенной территории, обладающих различными свойствами, которые представляют интерес для туристов и на этой основе формируют цели посещения объектов привлекательности.
А18. Укажите, какой из нижеперечисленных этапов не относится к этапам изучения туристского потенциала территории:
А) анализ проекта;
Б) упорядочение;
В) предварительный;
Г) анализ и выводы.
А19. Какой из перечисленных методов не относится к методам изучения туристского потенциала территории:
А) SWOT-анализ;
Б) инвентаризация;
В) балльная бонитировка;
Г) метод «Затраты-Выгоды»;
Д) запрос и описание.
А20. Какой метод изучения турпотенциала территории основан на усилении и использовании своих сильных сторон, преодолении слабых, оптимизации и реализации возможностей, предотвращении угроз:
А) инвентаризация;
Б) SWOT-анализ;
В) метод «Затраты-Выгоды»;
Г) запрос и описание.
А21. Балльной бонитировкой называется метод:
А) основой которого являются полевые работы, связанные со сбором материалов о количестве и качестве достопримечательностей, развитии туристской инфраструктуры и элементов транспортной доступности;

Б) который проводится для того, чтобы усилить и использовать свои сильные стороны, преодолеть слабости, оптимизировать и реализовать возможности, предотвратить угрозы;
В) заключающийся в приписывании, согласно априори выбранным критериям, бонусных значений (баллов) каждому объекту исследуемой территории, имеющему точечный либо плоскостный характер;
Г) который предполагает характеристику нематериальной части ресурсов и возможностей, благоприятствующих развитию туризма.

А22. Количественное и качественное описание материальной (главным образом) части туристских ресурсов осуществляется при использовании метода:

А) SWOT-анализ;
Б) инвентаризация;
В) балльная бонитировка;
Г) запрос;
Д) описание.

Задание 4. Задачи по теме

Задача 1. Проектирование турпродукта

В настоящей задаче представлен новый тур «Снежная Италия». Тур рассчитан на 8дней /7 ночей. Тур для туристов средней физической подготовки. Существуют ограничения для людей, плохо переносящих низкое давление в горах.31 Программа обслуживания - это набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура 24 . Маршрут тура Москва – Верона - Валь-Гардена – Верона - Москва Программа тура «Снежная Италия» (8 дней/7 ночей)

1 день: 09:30 – 12:30 – Прибытие в аэропорт Вероны и трансфер в долину Валь-Гардена, размещение в отеле DES ALPES 3* 13:00 – 14:00 – обед 14:30 – 19:00 – свободное время

2 день: 09:00 – 10:00 – Завтрак 10:00 – 11:00 – Встреча с гидом, инструктаж по технике безопасности в горах, полезная информация по инфраструктуре долины, 11:00 – 13:00 обзорная экскурсия в замок Санта-Кристина, краеведческий музей 13:30 – 14:30 –обед 15:00 – 16:30 – свободное время

19:00 – ужин

3 день – 7 день : 09:00 – 10:00 – завтрак в гостинице С 10:00 – свободное время 6 день: 09:00 – 10:00 – завтрак в гостинице. 10:00 – 11:00 – сдача номеров и выезд из гостиницы. 11:30 – 13:30 – Завтрак.

Трансфер в аэропорт Вероны. Вылет Москву. Программа тура «Снежная Италия» по линии горнолыжного туризма рассчитана на 8 дней/7 ночей и позволяет туристам восстановить силы в экологический чистых условиях Альп, заняться зимними видами спорта (горные лыжи, сноуборд и др.), проникнуться жизнью и историей горных поселений. Туристы

прилетают в Верону (экскурсионное сопровождение гида), переезжают в Санта-Кристину. От аэропорта до отеля и обратно туристы доставляются на автобусе по договору с транспортной компанией «Betrans».

Туристы проживают в Валь-Гардене в Apathotel Des Alpes 3*в номерах категории «стандарт». Отель расположен в непосредственной близости от горнолыжного района, инфраструктуры магазинов. Отель Des Alpes замечательно подходит для активного отдыха всей семьей.

В отеле: В распоряжении клиентов двух-, четырех- и шестиместные номера, замечательно меблированные в истинно Тирольском стиле. В номере: телефон, спутниковое телевидение, сейф, фен. Содержание домашних животных возможно по предварительному согласованию. К услугам: большой холл, ресторан-пиццерия (с возможностью забирать еду с собой на природу).

Спорт и развлечения: турецкая баня, игровая комната (бильярд, настольный теннис, автоматы), прачечная, парковка, гараж, прокат лыж и горнолыжного оборудования, ночная дискотека. Обед и ужин проходит в ресторане отеля. В стоимость программы входит: проживание 5 ночей в двухместном номере «стандарт» с полным пансионом; транспортное обслуживание (трансферы); посещение музея и замка, экскурсионное обслуживание.

Дополнительно оплачивается: общественные транспорт на экскурсии (до 10 евро), входные билеты в развлекательные центры; прокат инвентаря, баня и фитнес-центр.

Таким образом, предлагается тур на группу 20 человек, что позволит уменьшить издержки за счёт эффекта масштаба. Программа тура предоставляет свободное время туристам на катание на лыжах, сноубордах и т.д. Во второй день пребывания на курорте туристы осуществляют пешехолдную экскурсию в замок-крепость Фишбург (Castel Gardena/Fischburg), построенный в 17-ом веке и краеведческий музей. Кроме инструктирования туристов, гид-экскурсовод рассказывает о местных традициях, истории долины, особенностях культуры и поведения. Туриста оформляют страховку от несчастного случая и дополнительную страховку от невыезда (обязательно, не входит в стоимость тура).

Задача 2. Расчет себестоимости и цены тура

Калькуляция состоит из нескольких статей и оформляется в виде представленного ниже документа (табл. 1)

Таблица 1 Калькуляция программы тура (8 дней/7 ночей) на группу 20 человек

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	в %	в стоимостном выражении (руб.)	
		на группу	на 1 человека
Транспорт		195000	9750
Проживание		283500	14175

Питание Экскурсионное обслуживание		7200	360
Итого прямых затрат		484500	24225
5. Косвенные расходы	15	72675	3633,75
Полная себестоимость		557175	27858,75
НДС	18	100291,5	5014,575
Прибыль	20		5571,75
Стоимость обслуживания		768901,5	38445,075

Расчет цены тура (цены указанных в долларах):
Сумма на каждую услугу складывалась по формуле:
Ценна нетто на услугу+5% (аренду помещения)+10% (комиссия агенту)+10% (прибыль туроператору, то есть нам).
Сопровождение переводчика

Трансфер (аэропорт) - (отель Пекин центр)	25$ (1470 рублей)
Дополнительный час	20$ (1176 рублей)
Обслуживание в ранние/поздние часы (22.00 – 06.00)	18$ (1029 рублей)

Тарифы на транспортное обслуживание включая бензин (группы от 10 человек)

Посадочная способность автобуса, чел.	10
Трансфер (аэропорт) - (отель Пекин центр)	49$ (2881рублей)
Экскурсия по городу – 4 часа	75$ (4410 рублей)
Экскурсия по городу – 8 часов	150$ (8820рублей)
Экскурсия по городу – стоимость в час	25$ (1470 рублей)

Входные билеты в оплачиваются на месте, примерно 83 юаней;
оформление выездных документов при наборе группы от 5 человек– бесплатно;
оформление выездных документов при наборе группы менее человек – 50$ (2940 рублей) (оплачиваются на границе);
Медицинская страховка 0,5 $ (30 рублей) в день;

Авиаперелет Новосибирск-Пекин-Новосибирск - 360$ (21600рублей);
Размещение в отеле 4* в сутки, номер стандарт + завтрак SGL 38$ (2264 рублей),DBL39$ (2294рублей), в Пекине;
Услуги гида-экскурсовода 1 час – 9$ (529рублей)

Расчёт стоимости тура на человека при наборе группы от 10 человек:
Страховка: 0,5$*8 дней = 4 $ (235 рублей)
Отель 4* с завтраком: номер DBL 39$/2*7 ночей = 136$ (6968 рублей) , номер SGL 38$*7 ночей = 266$(15847 рублей), доп.кровать 15$*7 ночей = 105 $ (6174 рубля)
Трансфер аэропорт-отель-аэропорт: 49$*52/10 человек = 10$ (588 рублей)
Транспортное обслуживание: 34 часа*25$/10 человек = 85$ (4988 рублей)
Переводчик во время трансфера: 25$*2/10 человек = 5$ (294 рубля)
Услуги русскоговорящего гида: 34 часа*9$/10 человек = 30,5$ (1793 рубля)
Авиаперелёт Новосибирск-Пекин-Новосибирск: 357$ (20990 рублей)
Итого стоимость с человека в долларах:

DBL	SGL	Extra Bed
628$ (36926 рублей)	761$ (44746 рублей)	597$ (35074 рубля)

Оплачивается дополнительно:
Входные билеты по программе 83 юаней (около 750 рублей)
Стоимость велорикши 5$ в час (294 рубля).
Стоимость на человека при наборе группы от 10 человек:
Отель 4*
При размещении в двухместном номере: 697 $ (40983 рубля)
При размещении в двухместном номере:772 $ (45393 рубля)

Тема 7. Ценообразование в проектировании турпродукта и туруслуг

Задание 1. Перечень вопросов по теме для устного обсуждения:

1. Особенности ценообразования при проектировании туруслуг и турпродуктов.
2. Структура цены на турпродукт и ее элементы.
3. Характеристика методов ценообразования в туризме.
4. Стратегии ценообразования в туризме.
5. Методика калькулирования полной себестоимости турпродукта.

Задание 2. Перечень контрольных вопросов по теме:

1. Что такое цена турпродукта? Каковы характеристики ее основных элементов?
2. Какова методика ценообразования на турпродукты и туруслуги?
3. В чем особенности ценообразования на продукты отрасли туризма?
4. Дайте характеристику каждому методу ценообразования турпродукта.
5. Что зависит от выбранной турфирмами стратегии ценообразования?
6. Раскройте сущность методики калькулирования полной себестоимости турпродукта.

Задание 3. Тесты по теме. Выбрать единственный верный вариант ответа.

Тест типа А.

А1. Стоимость турпродукта определяет:

А) турагент;

Б) туроператор;

В) поставщик туруслуг.

А2. Цена турпродукта без стоимости комиссионного вознаграждения - это:

А) нетто-цена;

Б) брутто- цена;

В) дискриминационная цена.

А3. Сумма всех затрат на производство и реализацию турпродукта - это:

А) себестоимость;

Б) рентабельность;

В) прибыль.

А4. К методам ценообразования в туризме не относится:

А) затратный;

Б) рыночно-ориентированный;

В) маркетинговый.

А5. Способом снижения себестоимости не является:

А) увеличение объема продаж;

Б) увеличение ассортимента услуг;

В) увеличение расходов на рекламу.

А6. Каким образом проявляется экономическая сущность цены:

А) посредством функций;

Б) количественным выражением.

А7. Какая из перечисленных ниже функций цены является приоритетной:

А) учетная;

Б) стимулирующая;

В) распределительная;

Г) сбалансированного спроса и предложения;

Д) как средства рационального размещения производства.

А8. Что включает методология ценообразования в туризме:

А) совокупность правил, принципов и методов;

Б) формирование системы цен;

В) стратегию ценообразования.

А9. Какой фактор больше, чем другие, определяет рентабельность туристской фирмы:

А) основной капитал;

Б) трудовой ресурс;

В) цена.

А10. На чем строится стратегия ценообразования туристской фирмы:
А) на потребностях потенциальных клиентов;
Б) с учетом особенностей рынка;
В) на соблюдении принципа связи цены с качеством обслуживания.
А11. Какой из методов ценообразования главенствует в туризме:
А) средние издержки плюс прибыль;
Б) метод дохода на капитал;
В) установление цены на уровне текущих цен.
А12. Ценообразование в туризме – это:
А) процесс установления цены на конкретный туристский продукт или услугу, где цена – это денежное выражение стоимости туристских услуг;
Б) метод определения оптимальной цены на разрабатываемый турпроект;
В) установление цены на туруслугу на уровне текущих среднемировых цен.
А13. К особенностям ценообразования в туризме не относится:
А) устойчивость спроса на туристские услуги зависит от индивидуальных особенностей потребителя;
Б) цены на продукт должны включать потребительские стоимости, которые не принимают непосредственно товарную форму;
В) цены на турпродукты между конкурентными фирмами должны совпадать.
А14. В структуру цены на турпродукт не входят:
А) налог на прибыль, земельный налог, заработная плата работников турфирмы;
Б) себестоимость туристской услуги, косвенные налоги по отдельным видам деятельности;
В) скидки для отдельных групп туристов, надбавка или скидка (комиссионное вознаграждение) в пользу посредника.
А15. Ценообразование с ориентацией на спрос основано на:
А) установлении цен ниже, выше или на уровне рыночных в зависимости от требовательности клиентов, предоставляемого сервиса, реальной или предлагаемой ответной реакции конкурентов;
Б) контроле за издержками;
В) изучении желаний потребителей и установлении цен, приемлемых для целевого рынка.
А16. Какие из ниже перечисленных стратегий относятся к стратегиям ценообразования в туризме:
А) стратегия роста, пассивная стратегия, стратегия агрессора;
Б) стратегия высоких цен, стратегия цен проникновения на рынок, стратегия престижных цен, стратегия следования за лидером;
В) стратегия развития, стратегия опережения, стратегия уменьшения издержек, стратегия цен проникновения на рынок.
А17. При установлении низких цен для узкого круга потребителей используется:
А) стратегия следования за лидером;
Б) стратегия цены сегмента рынка;
В) стратегия цен проникновения на рынок.

А18. Калькулирование полной себестоимости турпродукта – это:
А) система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды турпродукта;
Б) установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «деньг/затраты»;
В) денежное выражение стоимости туристских продуктов и услуг.
А19. Что не относится к дополнительным услугам при расчете стоимости турпродукта:
А) транспортные расходы;
Б) расходы на экскурсионную программу;
В) расчет себестоимости турпродукта.

Задание 4. Кейсы по теме

Кейс 1. «Реализация турпродукта»

1. Туристами был приобретен туристский продукт следующего состава: внутренний и международный авиаперелеты, морской круиз, наземная экскурсионная программа, оформление виз. За 3 дня до начала тура у туристов заболел ребенок, причем лечащий врач дал заключение о невозможности авиаперелета и госпитализировал ребенка. При заключении договора на реализацию турпродукта туристы приобрели страховку от невыезда.

2. Туристы приобрели экскурсионный тур в Европу в страну Шенгенского соглашения. За 3 дня до начала поездки туроператор проинформировал турагентство о том, что туристам отказано в визе. При заключении договора на реализацию турпродукта туристы приобрели страховку от невыезда.

3. Туристы приобрели турпродукт следующего состава: международный авиаперелет, размещение, экскурсионная программа. В конце путешествия на стойке регистрации обратного вылета туристы были проинформированы сотрудником аэропорта о том, что рейс, указанный в их билете, не значится в расписании и, соответственно, не будет выполняться. Туристы были вынуждены за свой счет приобрести обратные билеты на другой рейс. По возвращении туристы обратились в турагентство с требованием компенсации понесенных расходов на авиаперелет.

4. Туристы приобрели турпродукт с размещением в стандартном номере в отеле 4*. При заселении в отель туристы были поставлены в известность сотрудником отеля о том, что свободных стандартных номеров нет, и их смогут разместить только в номере «студия» при условии доплаты туристами 1000 евро. Туристы согласились на доплату и были размещены. По возвращении туристы предъявилипретензию в турагентство с требованием компенсации понесенных расходов, а также морального вреда в размере 500 евро.

5. Турист приобрел туристский продукт в составе: международный

авиаперелет, наземное обслуживание. При оформлении на рейс в аэропорту турист был проинформирован сотрудником пограничной службы о том, что он не может покинуть пределы Российской Федерации, так как он включен в список должников по выплате алиментов, по которым вынесено решение суда.

Имеет ли право турист в данных ситуациях на возврат своих расходов по оплате туристского продукта или непредоставленных услуг? За чей счет и в каком размере будет произведен возврат или компенсация? От каких условий это будет зависеть? Какие нормативные документы регулируют ответственность сторон в такой ситуации?

Задание 5. Задачи по теме

Задача 1. Выполните расчет стоимости тура по имеющимся данным:
Тур в Хорватию « Солнечная Адриатика»

Авиаперелет Москва-Пула-Москва – 29000р/чел
Страхование туристов – 169 руб/чел

Оформление визы - 6000 руб/чел

Проживание + питание (отель Belvedere 3*) – 6417 руб/чел/ сутки

Экскурсионное обслуживание – 3795 руб/чел/ весь тур

Аренда автобуса 23943 руб/за тур/ на группу

Прибыль турфирмы 10%

Рассчитайте стоимость тура 8 дней/ 7 ночей из Москвы на группу 40 человек. Чему равна стоимость тура для одного туриста?

Тема 8. Бизнес-план в инвестиционном анализе турпроектов

Задание 1. Перечень вопросов по теме для устного обсуждения:
1. Сущность и экономическое содержание бизнес-плана инвестиционного проекта.
2. Характеристика основных разделов бизнес-плана инвестиционного туристского проекта.
3. Основные разделы бизнес-плана для инвестиционной привлекательности.
4. Цели и объекты перестраховочных отношений.
5. Виды договоров перестрахования и их характеристика.

Задание 2. Перечень контрольных вопросов по теме:

1. Что представляет собой бизнес-план инвестиционного проекта?
2. Каковы цели и назначение бизнес-плана и важнейшие принципы его составления?
3. Перечислите основные разделы бизнес-плана инвестиционного проекта.
4. Опишите последовательность проведения расчетов при разработке финансового плана. Какие документы составляются по результатам этих расчетов?

Задание 3. Тесты по теме. Выбрать единственный верный вариант ответа.

Тест типа А.

А1. Дисконтирование денежных потоков позволяет:

А) оценить стоимость проекта в будущих периодах с учетом проектных рисков;
Б) определить рентабельность основной деятельности;
В) оценить текущие производственные затраты.

А2. Период окупаемости инвестиционного проекта показывает:

А) период возврата инвестиций;
Б) период капиталовложений;
В) срок погашения кредита.

А3. Инвестиции определяются как:

А) целевые финансовые вложения в активы с последующим возвратом капитала;
Б) финансовые ресурсы;
В) прибыль предприятия.

А4. Коэффициент дисконтирования позволяет учитывать:

А) фактор времени;
Б) период возврата капитала;
В) срок окупаемости.

А5. Эффективность инвестиционного проекта по методу чистой дисконтированной стоимости достигается, если:

А) ЧДС=0;
Б) ТДС=0;
В) ЧДС>0;
Г) ЧДС>1;
Д) в любом случае.

А6.Эффективность инвестиционного проекта, рассчитанная по методу внутренней нормы окупаемости достигается, если:

А) ЧДС=0;
Б) ЧДС>0;
В) ТДС<0.

А7. Элементами финансового плана проекта являются:

А) план доходов и расходов;
Б) план дисконтированных потоков;
В) план производственных затрат;
Г) план движения денежных средств.

А8. К источникам инвестиций относят:

А) собственный капитал;
Б) заемный капитал;
В) выкупленные акции.

А9. К внутренним источникам финансирования проекта относят:

А) реинвестирование прибыли;
Б) заемный капитал;
В) выручку от реализации.

А10. Основная функция бизнес-плана заключается в …

А) оперативном управление фирмой;
Б) контроле процесса развития фирмы;
В) привлечении денежных средств;
Г) координации и регулировании.

А11. Основной целью какого плана является отражение планируемого объема выручки, стоимости продаж, чистой прибыли и движения финансовых потоков:

А) промышленного;
Б) маркетингового;
В) производственного;
Г) финансового.

А12. План денежных расходов и поступлений отражается в разделе бизнес-плана:

А) «План производства»;
Б) «Организационный план»;
В) «Маркетинговый план»;
Г) «Финансовый план».

А13. В каком из разделов бизнес-плана выполняются расчеты себестоимости выпускаемой продукции (услуг):

А) финансовом;
Б) маркетинговом;
В) производственном;
Г) организационном.

А14. Резюме бизнес-плана содержит краткие сведения о (об) …

А) рынках сбыта, конкурентах, и результаты маркетингового анализа рынка;
Б) месте расположения объекта инвестиций;
В) сущности предлагаемого проекта и его эффективности;
Г) технологическом процессе планируемого производства.

А15. Разработка бизнес-плана начинается с…

А) организационного плана;
Б) плана производства;
В) плана маркетинга;

Г) финансового плана.

А16. Выделите наиболее полное определение бизнес-плана:

А) план, который описывает и обосновывает бизнес-идею без анализа внешней среды;

Б) план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности;

В) любой план предпринимателя, который открывает новый бизнес;

Г) план действий фирмы, который содержит информацию о фирме, товаре, рынке и конкурентах.

А17. Выберите функцию, которая не относится к основным функциям бизнес-плана:

А) разработка модели бизнеса, отработка стратегии;

Б) средство мониторинга: контроль настоящего и сравнение результатов с ожидаемыми;

В) функция контроля качества выпускаемой предприятием продукции;

Г) инструмент для доступа к финансовым ресурсам, привлечение кредиторов и инвесторов.

Тест типа В.

В1. Капитал фирмы состоит из двух частей – собственного и заемного:

А) Верно;

Б) Неверно.

В2. Собственный капитал выступает в формах: уставного капитала, средств, полученных от реализации акций, кредита:

А) Верно;

Б) Неверно

В3. Бизнес-план не является документом:

А) Верно;

Б) Неверно

В4. Внутренний смысл бизнес-плана отражает состояние предпринимательской фирмы:

А) Верно;

Б) Неверно.

В5. Внешний смысл бизнес-плана связан с постановкой задач, определением путей их

достижения**:**

А) Верно;

Б) Неверно.

В6. Бизнес-план – это документ финансового оздоровления фирмы:

А) Верно;

Б) Неверно.

В7. Бизнес-план не содержит сведений о навыках и подготовке управляющих фирмой:

А) Верно;

Б) Неверно.

В8. Бизнес-план содержит данные о вероятных партнерах фирмы:

А) Верно;

Б) Неверно.

В9. Под бизнес-планом обычно понимают краткий план предпринимательской деятельности фирмы, включающей планы создания продукции, подготовки и производства, сбыта и движения финансовых ресурсов фирмы:

А) Верно;

Б) Неверно.

В10. Бизнес-план не содержит информации о формах мобилизации ресурсов для достижения избранных целей:

А) Верно;

Б) Неверно.

В11. Бизнес-проекты классифицируются по сферам деятельности:

А) Верно;

Б) Неверно.

В12. Бизнес-план активно используется при поиске инвестора в лице новых акционеров:

А) Верно;

Б) Неверно.

В13. Бизнес-план имеет внутренние направления, предназначенные для прописания программы поэтапной реализации проекта:

А) Верно;

Б) Неверно.

Задание 4. Задачи по теме

Задача 1.

Определить эффективность инвестиций, направляемых туристской фирмой на приобретение автобуса типа «Мерседес».

Исходные данные:

· стоимость автобуса с учетом НДС, спецналога, таможенной пошлины, таможенных платежей и сборов - 90 тыс. долларов США;

· число пассажирских мест - 40;

· планируемый годовой пробег - 124000 км;

· коэффициент выпуска на линию - 0.75;

· суммарное время в наряде - 12 час;

· число водителей на маршруте - 2;

· расход дизельного топлива - 33 л на 100 км;

· стоимость дизельного топлива - 1270 руб./л;

· норма амортизации на 1000 км пробега принята 0.19 %;

· мощность двигателя - 250 л.с;

· источник инвестиций - банковский валютный кредит под 60%

годовых;

· срок предоставления кредита - 2 года;

· режим эксплуатации автобуса - интенсивный;

· длина маршрута в одну сторону - 1300 км;

· оплата работы водителя - 500 $ в месяц (эквивалент);

· оплата работы гида - 250 $ в месяц (эквивалент);

· все расчеты проведены в стабильной расчетной единице - доллар США;

· стоимостные и прочие данные в расчете - ориентировочные.

· курс доллара на момент расчета принят равным 4500 руб.

1. Эксплуатационные расходы.

1.1. Заработная плата с начислениями:

· водителей:

(500$ х 2 водителя х 13 месяцев) х 1.42 = 18460 $/год;

· гидов:

(250$ х 2 гида х 13 месяцев) х 1.42 = 9230 $/год;

1.2. Стоимость дизельного топлива:

[(124000 км х 33 л): 100 км х 1270 руб.] :4500 =11548 $/год.

1.3. Смазочные материалы:

[(33 л х 3.2 %) х (124000 : 100)] : 4500 = 2211 $/год.

1.4. Амортизация на полное восстановление:

[66000 $ х (0.19 х 124000 км): 100] : 4500 = 3455 $/год,

где: принятая норма амортизации - 0.19;

первоначальная стоимость автобуса - 66000 $;

1.5. Эксплуатация, ремонт и износ шин:

(124000 км х 139.9 руб./км х 1.45):4500=5270 $/год.

1.6. Техническая эксплуатация и ремонт автобуса:

(640 руб./км х 124000 км):4500=17635 $/год.

Всего расходов по п.п.1-6 составляет 67809 $/год.

Накладные расходы принимаются 10 % от общих расходов, что в расчете составляет 6781 $/год.

Суммарные эксплуатационные расходы составляют 74590 $/год.

2. Потенциальные доходы.

По данным фирмы «ТУР-ТРАНС» на маршруте аналогичной длины при использовании автобусов типа «Мерседес» плановый доход на одного туриста за один туро-день составляет около 50 $ или в расчете на 40 мест - 2000 $/сутки на автобус.

При коэффициенте выпуска автобуса 0.75 - число дней работы в году составит: 365 х 0.75 =274 дня. Тогда суммарный плановый доход составит: 2000 $ х 274 дня = 548000 $/год.

3. Налоги, обязательные платежи и сборы.

3.1. Налоги и сборы в дорожные фонды:

· налог на пользователей автомобильных дорог.

Данный налог взимается с валового дохода по ставке 0.8 % за минусом НДС и спецналога. Так как валовый доход формируется только за счет реализации путевок, то НДС при этом не удерживается. Тогда налог на пользователей автомобильных дорог составит: [548000 - (548000 $ x 1.5 %)] x 0.8 %=4318 $/год.

· налог с владельцев транспортных средств.

Данный налог взимается по ставке 200 руб./л.с, т.е.

(250 л.с. x 200 руб.):4500 =111 $/год.

· местный налог (сбор) на загрязнение окружающей среды.

Данный налог взимается по ставке 250 руб. на одну тонну израсходованного топлива, т.е. (41 т x 250 руб. x 17) : 4500 = 39 $/год,

где 17 - коэффициент типа подвижного состава; 41 т -годовой базис израсходованного топлива.

3.2.Специальный налог (до его отмены):

Данный налог взимается по ставке 1.5 % от валового дохода, т.е. 548000 x 1.5 % =8220 $/год.

3.3. Налог на содержания объектов жилищного фонда и соцкультбыта.

Он взимается по ставке 1.5 % от валового дохода, т.е. 548000 $ x 1.5 % = 8220 $/год.

Всего взыскано налогов с дохода: 4318 $+111 $ +39 $+8220 $+ 8220 $ = 20908 $/год.

3.4. Налог на имущество.

Данный налог взимается по ставке 2 % от среднегодовой стоимости имущества (стоимости автобуса), которая определяется как разница балансовой стоимости, таможенной пошлины, таможенных платежей, НДС, спецналога и амортизации за соответствующий период, т.е. (66000 $ - 3455 $:2) x 2 % = 1285 $/год.

3.5. Налог с прибыли.

Налогооблагаемая база по исчислению налога на прибыль определена как разница между валовой прибылью, рентными платежами, суммой дивидендов за год, резервным фондом - с учетом предоставляемых льгот.

Валовая прибыль определена как разница между доходами и расходами, включая затраты на приобретение автобуса, без НДС и спецналога, т.е. 548000 $ -(74590 $ + 70500 $) = 402910 $.

Принимая расчетную величину дивидендов, равную 10 % от валовой прибыли(40291 $), а сумму резервного фонда в размере 10000 $в год и с учетом суммы налогов с дохода, определенной ранее, налогооблагаемая база составляет: 402910 $ - (20908 $ + 40291 $ + 10000 $) = 371711 $.

Налог на прибыль с данной суммы по ставке 38 % составляет 141250 $/год.

3.6. Налог на приобретение транспортных средств.

Он составляет 40 % от продажной цены автобуса, без НДС и спецналога, т.е. 70500 $ x 40 % = 28200 $.

3.7. Налог на превышение заработной платы (до его отмены):

С учетом принятого размера заработной платы водите-

лей и гидов данное превышение составляет: [(18460 $+9230 $)x4500-(6x4x55000 рубx13мес.)]: 4500 =28876 $.

3.8. Прибыль, остающаяся в распоряжение предприятия.

371711 $-(141250 $ + 28200 $ + 28876$+ 1285 $)=172100$.

Данная сумма подлежит распределению по фондам:

· дивиденды - 40291 $;

· резервный фонд - 10000 $.

Остальная сумма 121809 $ должна пойти на погашение кредита, составляющего с учетом процентов по кредиту, 144000 $.

Так как по исходным условиям сумма полученных дивидендов капитализируется, то результаты финансово-хозяйственного года позволяют погасить кредит в течение одного года.

При этом в распоряжении предприятия еще остается: (121809 $+40291 $)-144000 $ = 18100 $.

Исходя из вышеприведенных расчетов следует, что прибыль от первого года эксплуатации автобуса позволит рассчитаться с кредиторами и бюджетом при сохранении на расчетном счете суммы резервного фонда 10000 $ и остатка 18100 $.

На втором году эксплуатации чистая прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, позволит приобрести еще один автобус и выплатить учредителям дивиденды в размере около 70000 $.

Таким образом, данный проект является высокорентабельным, а акции данной фирмы высоколиквидными.

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Тур как продукт туристического предприятия: его элементы, стадии создания.
2. Характеристика партнеров туристического предприятия по созданию тура.
3. Подходы к классификации туров.
4. Амортизация и способы ее начисления.
5. Способы оценки основных фондов и их содержание.
6. Аналитические показатели основных фондов.
7. Особенности кругооборота в туризме.
8. Показатели использования оборотных средств.
9. Нематериальные активы в туризме.
10. Маркетинг в туризме.
11. Перспективы применения информационных технологий в сфере ресторанно-гостиничного бизнеса.
12. Создание модели дома отдыха коттеджного типа.
13. Модель расчета эффективности деятельности туроператора на примере Пегас Туристик.
14. Сравнительные характеристики туристических предприятий.

Возможные пути их развития.
15. Территориальные особенности развития культурного туризма в Канаде.
16. Особые рекреационные зоны в России. Пути их использования как туристических объектов.
17. Проект исследования ресурсов, тенденций и перспектив развития индустрии туризма и гостеприимства
18. Туризм: инвестиционные проекты в туристской отрасли и возможности участия в них предпринимательского сообщества
19. Типовые инвестиционные проекты в туризме.
20. Коммерческая состоятельность инвестиционных проектов в туризме.
21. Порядок образования туристской фирмы.
22. Разработка инвестиционного проекта в экологическом туризме.
23. Инвестиционные процессы в туризме.
24. Инвестиционные проекты развития инфраструктуры туризма в Республике Дагестан.

IV. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ/ДИФФЕРЕНЦИОРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ

1. Экономическое и социально-культурное значение туризма.
2. Мультипликативный и синергетический эффект инвестирования в туристскую отрасль.
3. Сущность инвестирования в туризм.
4. Базовые принципы инвестиционной деятельности в туристской отрасли.
5. Основные показатели инвестиционной деятельности в туристской отрасли.
6. Цели инвестиционного анализа в туристическом проектировании.
7. Основные направления разработки стратегии развития туризма.
8. Процесс и субъекты привлечения инвестиций в сферу туризма.
9. Источники привлечения финансирования инвестиций в туристскую сферу.
10. Методы привлечения инвестиций в сферу туризма.
11. Методы оценки эффективности инвестиционных туристских проектов.
12. Инвестиционная привлекательность туристского предприятия и региона.
13. Инвестиционные риски в туристическом проектировании.
14. Туристский потенциал региона и его характеристика.
15. Структура туристского потенциала региона.
16. Методы изучения туристского потенциала региона.
17. Этапы исследования туристского потенциала региона.
18. Метод бальной бонитировки. Инвентаризация.
19. Анализ SWOT. Цель метода.
20. «Туристские» риски и их виды.
21. Методы управления рисками предприятия при проектировании

туристского продукта.
22. Сущность и понятие туристического проектирования.
23. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг». Основные требования.
24. Сущность и характеристика туристского продукта.
25. Основные этапы формирования туристского продукта и их характеристика.
26. Маркетинговые исследования на этапе разработки идеи тура.
27. Анализ конкурентов и ценообразование при разработке тура.
28. Экспериментальная проверка тура: основные формы.
29. Классификация туристских продуктов и их специфика.
30. Проектирование туристских маршрутов.
31. Бизнес-план, как основа инвестиционного анализа туристских проектов.

Задачи к зачету:

Задача 1.

Произвести калькуляцию тура финансовой части бизнес-плана по нижеприведенным исходным данным в нижеприведенной таблице. Дать оценку эффективности и целесообразности внедрения данного турпродукта.

Наименование услуг	Стоимость	Расчет
Автотранспортные услуги с учётом амортизации автобуса, стоянок, заработной платы водителям, налогов и прибыли владельцев на расстояние 450 километров (Мерседес Спринтер вмещает 17 туристов + сопровождающий гид + гид-экскурсовод + водитель)	8 000 руб.	
Экскурсионное обслуживание (экскурсии во всех пунктах, с заказом экскурсовода) с учётом на группу более 30 человек, за 1 час	Бабаево, с/п Пожарское, с/п Центрально, с/п Борисовское – 300 руб. с/п Санинское, с/п Володинское, с/п Тороповское, с/п Пяжозерское, с/п Вепское – 200 руб.	(300+300+300+300+ 200+ 200+200+200+200)* 17=37400
Проживание (расчёт на одного человека с завтраком)	Гостиница «Спектр» – 300 руб. Гостиница «Берёзка» –	(300+200+500+200) *17=20400 руб.

	200 руб. ночлег и проживание в гостевых домиках (4 дома) – 500 рублей; ночлег в русской избе-200 руб.	
Питание	4 обеда – 500 руб.	500*17=8500 руб.
Входные билеты в музей, на театрализованное представление, на дискотеку 80-х и в русскую баню.	Посещение усадьбы Хвалевское – 30 руб./чел. Входной билет на театрализованное представление – 30 руб./чел. Входной билет на дискотеку 80-х – 200 руб./чел. Посещение музея – 30 руб./чел. Прокат лодок – 30 руб./чел. Посещение русской бани – 200 руб./чел.	(30+30+200+30+30+200)*17= 8840 руб.
Страховка	До 14 дней 100 руб.	100*17=1700 руб.
Заработная плата руководителю группы	2 500 руб. за тур	
Накладные расходы	1 000 руб.	

Задача 2.

Рассчитайте прямые, косвенные затраты тура, а также полную стоимость и НДС тура. Рассчитайте прибыль и стоимость тура.

№	Наименование калькуляционных статей	%	В стоимостном выражении (рубли)	
			На группу из 20 человек	На 1 человека
1	Размещение		140.000	7.000
2	Перевозка		240.000	12.000
3	Питание		60.000	3.000
4	Экскурсии		30.000	1.500
ИТОГО	**Прямые затраты**			
	Косвенные	7		

	затраты			
	Полная себестоимость			
	НДС	18		
	Прибыль	**15**		
	Продажная стоимость тура			

Задача 3.

Произведите технико-экономические расчеты тура «Чита - Харбин» из расчета 41 человек на тур.

Расчет транспорта

Билеты на поезд Чита-Забайкальск (пл): стоимость 950руб*1чел

Автобус Читаавтотранс: трансферт до Маньчжурии 200руб*1чел

Билет на поезд Маньчжурия-Харбин: 966руб*1чел (по курсу 1юань=4,6руб)

В стоимость тура не входят деньги на общественный транспорт в городе.

Расчет размещения

В «Синь Хэ»: 225руб1чел

В «Монхатон»: 1170руб*2дня*1чел

Питание

Обед в ресторане «Интурист»: 120руб1чел

Завтрак в ресторане «Интурист»: 70руб*1чел

1 обед и 2 ужина в гостинице «Монхатон»: 500руб*1чел

Экскурсии

Обзорная по Маньчжурии: 200руб*1чел

Поездка на озеро Далой-Хур: 200руб*1

Радиотелебашня провинции Хэйлунцзян: 230руб*1чел

Научно-технический музей провинции Хэйлунцзян: 69руб*1чел

Остров солнца: 69руб*1чел

Сад развлечений Харбина: комплектный билет 230руб*1чел

Экскурсия в туристического района Эрлуншань: 322руб*1чел

Прочее

Налоговый сбор: 70руб*1чел

Страховка: 60руб*1чел

Стоимость приглашения на визу: 600руб*1чел

Аптечка: 20руб*1чел

Прочие расходы: 100руб*1чел

Задача 4.

Рассчитайте стоимость тура с условием проезда в автобусе на 20 человек.

В стоимость тура входят:

- стоимость проживания - 2100 рублей на человека (700 руб. в сутки),
- стоимость питания (завтрак, ужин) – 400 рублей на человека,
- оплата экскурсовода - 1500 рублей на группу, что составляет 75 рублей на

человека,
- транспортные расходы - 600 рублей на человека,
- 30-процентная прибыль фирмы и расходы, включаемые в себестоимость.

Туроператорская компания планирует приобрести готовый объект недвижимости с целью расширения масштабов деятельности, при этом первоначальные затраты оцениваются в пределах 432 тыс.р. В течение первого года планируется дополнительно инвестировать 216 тыс.р. за год. Денежный поток составляет 103 тыс.р. за год. Ликвидационная стоимость объекта через 10 лет оценивается в размере 320 тыс.р. Требуется определить экономический эффект в результате реализации данных капитальных вложений, если проектная дисконтная ставка составляет 10%.

Задача 5.

Перед заключением двухлетнего договора аренды турфирма «Пегас» рассматривает два варианта выплаты арендных платежей. По варианту А фирма ежемесячно выплачивает 32 тыс.р., по варианту Б платежи производятся раз в год в размере 384 тыс.р. Требуется определить наиболее выгодные для предприятия-арендатора условия аренды, если релевантная процентная ставка (например, ставка инфляции) составляет 12% годовых.

Задача 6.

Туроператорская компания получает кредит на пять лет в размере 587,7 тыс.р. Погашение кредита осуществляется равными ежемесячными платежами по 16,907 тыс.р. Требуется определить фактические финансовые издержки, связанные с привлечением заемных средств финансирования.

Задача 7.

Турфирма «Инвесттур» в целях турпроектирования нового продукта и его реализации привлекает заемные средства в виде банковского кредита в размере 150,0 тыс.р. на пятилетний срок с уплатой 10%, начисляемых ежегодно. Погашение кредита и процентных платежей осуществляется равными взносами в течение пяти лет, начиная с конца первого года. Требуется определить размер ежегодных процентных платежей и основной суммы долга по банковскому проценту.

Задача 8.

Перед реализацией инвестиционного туристского проекта собственный и заемный капитал компании составил соответственно 98370,0 и 25150,0 тыс.р. Цена источников собственных средств – 15%, источников заемных средств – 8%. Оптимальная для предприятия доля заемных средств в общей величине финансирования составляет 32,0 %. Для осуществления долгосрочных инвестиций необходимо дополнительно 24700,0 тыс.р. Требуется определить предельную цену капитала, направленного на финансирование долгосрочных инвестиций, если:

цена собственных средств финансирования в новой структуре капитала

– 15%, цена заемных средств финансирования в новой структуре капитала – 8%;

после осуществления капитальных вложений цена собственного капитала увеличилась до 15,2 %, цена заемного капитала снизилась до 7,5%.

КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ЭКЗАМЕНЕ/ЗАЧЕТЕ

Сумма баллов всего по дисциплине	Оценка экзамен/зачет	критерии оценивания
85 – 100	*«отлично» / зачтено*	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию общепрофессиональных компетенций.
75 - 84	*«хорошо» / зачтено*	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по дисциплине.
51 – 74	*«удовлетворительно» / зачтено*	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает сложности при выполнении практических работ и затрудняется связать теорию вопроса с практикой.
менее 51	*«неудовлетворительно»/ не зачтено*	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по данной дисциплине.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Процедура промежуточной аттестации проходит в соответствии с Положением о промежуточной аттестации знаний обучающихся ДГУНХ.

- Аттестационные испытания проводятся преподавателем, ведущим лекционные занятия по данной дисциплине, или преподавателями, ведущими практические (кроме устного экзамена). Присутствие посторонних лиц в ходе проведения аттестационных испытаний без разрешения ректора или проректора по учебной работе не допускается (за исключением работников университета, выполняющих контролирующие функции в соответствии со своими должностными обязанностями). В случае отсутствия ведущего преподавателя аттестационные испытания проводятся преподавателем, назначенным письменным распоряжением по кафедре.

- Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, допускаются на аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.

- Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться программой дисциплины, а также с разрешения преподавателя справочной и нормативной литературой, непрограммируемыми калькуляторами.

- Время подготовки ответа при сдаче экзамена в устной форме должно составлять не менее 40 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа – не более 15 минут.

- При подготовке к устному экзамену экзаменуемый, как правило, ведет записи в листе устного ответа, который затем (по окончании экзамена) сдается экзаменатору.

- При проведении устного экзамена экзаменационный билет выбирает сам экзаменуемый в случайном порядке.

- Экзаменатору предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины текущего семестра, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи, которые изучались на практических занятиях.

- Оценка результатов устного аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения. При проведении письменных аттестационных испытаний или компьютерного тестирования – в день их проведения или не позднее следующего рабочего дня после их проведения.

- Результаты выполнения аттестационных испытаний, проводимых в письменной форме, форме итоговой контрольной работы или компьютерного тестирования, должны быть объявлены обучающимся и выставлены в зачётные книжки не позднее следующего рабочего дня после их проведения.

Порядок подготовки и проведения промежуточной аттестации в форме зачета/экзамена

действие	сроки	методика	ответственный
выдача вопросов для промежуточной аттестации	1 неделя семестра	на лекционных /практических и других занятиях, на официальном сайте и др.	ведущий преподаватель
консультации	последняя неделя семестра/период сессии	на групповой консультации	ведущий преподаватель
промежуточная аттестация	в период сессии	устно, письменно, тестирование бланочное или компьютерное, по билетам, с практическими заданиями	ведущий преподаватель, комиссия
формирование оценки	на аттестации		ведущий преподаватель, комиссия