

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Новороссийский филиал
Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала
Б.Н. Сейфиева
«29» января 2026 г.



АНАЛИЗ БИЗНЕСА

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

43.03.02 «Туризм»
ОП «Туристический и гостиничный бизнес»

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала

Финансового университета

протокол № 32 от 29.01.2026 г.

Новороссийск 2026

Рабочая программа дисциплины «Анализ бизнеса» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» Профиль «Туристический и гостиничный бизнес». Форма обучения заочная. – Новороссийск: Финансовый университет, кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки», 2026. - 32 с.

Рабочая программа учебной дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, программу, тематику практических и семинарских занятий и указания по их проведению, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

1. Наименование дисциплины

Анализ бизнеса

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПКН-4	Способность осуществлять исследование туристского рынка, анализировать, систематизировать, интерпретировать и оценивать информацию, организовывать продажи и продвижение туристского продукта с использованием знаний маркетинга и статистики	1. Организует и проводит маркетинговые исследования рынка услуг гостеприимства 2. Использует методы оценки сегментов туристского рынка с целью выявления приоритетных направлений, применения PR-технологий и методов брендинга территорий 3. Систематизирует данные анализа для разработки эффективных решений в соответствии с технологиями туристской индустрии и целевыми установками организации	Знать: - ключевые и специфические показатели рынка услуг туризма и гостеприимства; - методические подходы к проведению исследования рынка услуг туризма и гостеприимства; - основные критерии, принципы и методы сегментирования рынка услуг туризма и гостеприимства; - основные методы интерпретации и систематизации данных анализа для принятия бизнес-решений. Уметь: - проводить анализ конъюнктуры рынка услуг туризма и гостеприимства, оценивать специфические показатели рынка и интерпретировать полученные результаты; - выделять сегменты рынка услуг туризма и гостеприимства, оценивать их; использовать полученную информацию для принятия бизнес-решений; - систематизировать, интерпретировать аналитическую информацию о рынке услуг туризма и гостеприимства в соответствии с целевыми установками организации

¹Заполняется при реализации актуализированных ОС ВО ФУ и ФГОС ВО3++

ПКН-5	Способность принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций сферы туризма и гостеприимства, оценивать финансово—экономические перспективы их деятельности.	1. Проводит мониторинг и оценку эффективности экономической деятельности организаций туристской индустрии. 2. Определяет перспективы роста и риски на основе анализа финансово-экономических показателей деятельности туристских организаций различных форм собственности. 3. Составляет прогнозы и готовит рекомендации для принятия финансово-экономических решений на предприятиях туристской индустрии.	Знать: - основы экономики предприятия и микроэкономики, включая основы ценообразования, издержек производства и управления ресурсами; -методы анализа финансовой отчетности и показатели эффективности бизнеса, такие как рентабельность, ликвидность, платежеспособность и инвестиционная привлекательность; -основные инструменты финансового планирования и бюджетирования туристического бизнеса; -принципы оценки рисков и принятия решений в условиях неопределенности и конкурентной среды; -механизмы налогового учета и налоговой оптимизации в сфере туризма и гостиничного хозяйства. Уметь: - анализировать финансовую отчетность организации, выявлять сильные и слабые стороны ее деятельности и предлагать меры повышения прибыльности; - разрабатывать стратегию развития предприятия, учитывая рыночные условия и экономические ограничения; -оценивать целесообразность инвестиционных проектов и формировать бизнес-планы с учетом риска и доходности; -проводить сравнительный анализ альтернативных вариантов действий и выбирать наиболее рациональные управленческие решения; - использовать современные методы экономического моделирования и прогнозирования финансовых показателей для оценки перспектив развития компаний сферы туризма и гостеприимства.
-------	---	---	--

УК-13	Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. 2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	Знать: - основные понятия экономики и микроэкономики (спрос, предложение, эластичность); - принципы макроэкономического анализа (ВВП, инфляция, безработица, денежно-кредитная политика); - методы экономического анализа и принятия решений (SWOT-анализ, PESTLE-анализ, оценка рисков); - основы финансового менеджмента и бюджетирования; - современные подходы к управлению человеческими ресурсами и мотивацией персонала. Уметь: - анализировать экономическую ситуацию предприятия или региона, выявлять проблемы и находить оптимальные пути их решения; - разрабатывать стратегии развития бизнеса, учитывать внешние факторы среды (рыночную конъюнктуру, законодательные изменения); - оценивать эффективность инвестиционных проектов, анализировать риски и формировать портфели инвестиций; - проводить расчеты и моделирование экономических процессов, используя современные методы количественного анализа.
-------	---	---	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Анализ бизнеса» входит в общепрофессиональный цикл дисциплин направления подготовки 43.03.02 «Туризм».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Заочная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 4 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	5/180	180
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	22	22
<i>Лекции</i>	10	10
<i>Семинары, практические занятия</i>	12	12
Самостоятельная работа	158	158
Вид текущего контроля	курсовая работа	курсовая работа
Вид промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Значение анализа для создания и развития бизнеса в туризме и гостеприимстве.

Понятия предпринимательства и бизнеса. Классические модели бизнеса. Особенности бизнеса в России.

Аналитическая функция управления. Объект, предмет, цель, задачи, содержание и принципы экономического анализа. Виды экономического анализа.

Анализ бизнеса как современное направление экономического анализа.

Информационное обеспечение анализа бизнеса в туризме и гостеприимстве: классификация источников информации; требования, предъявляемые к организации информационного обеспечения анализа.

Методика комплексного анализа бизнеса в туризме и гостеприимстве.

Тема 2. Показатели развития бизнеса в туризме и гостеприимстве.

Система показателей развития бизнеса в туризме и гостеприимстве.

Стратегические показатели развития индустрии туризма и гостеприимства в Российской Федерации.

Ключевые показатели оценки рынка: емкость, доля, конъюнктура.

Показатели развития региональных рынков туризма и гостеприимства (туристских дестинаций, туристских кластеров) и рыночной инфраструктуры.

Финансово-экономические показатели развития бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства.

Оценка показателей развития бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства на основе данных Федеральной службы государственной статистики, специализированных баз данных.

Международные сравнения в индустрии туризма и гостеприимства. Построение рейтингов.

Тема 3. Анализ внешней среды бизнеса в туризме и гостеприимстве.

Понятие внешней среды бизнеса. Макросреда бизнеса в туризме и гостеприимстве и определяющие ее факторы: политика, экономика, социум, технологии, культура. Мегасреда и ее влияние на развитие туристского и гостиничного бизнеса. Бизнес-среда фирмы: конкуренты, потребители туристского и гостиничного продукта, партнеры и пр. контрагенты.

Методы анализа макросреды бизнеса в туризме и гостеприимстве: PEST-анализ; многофакторный анализ и др. Анализ бизнес-среды предприятий индустрии туризма и гостеприимства: конкурентный анализ, анализ потребителей, потребительских требований и предпочтений и др.

Угрозы и возможности внешней среды для развития туристского и гостиничного бизнеса.

Тема 4. Анализ внутренней среды бизнеса в туризме и гостеприимстве.

Внутренняя среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства: ресурсный потенциал и бизнес-процессы.

Анализ ресурсного потенциала предприятий индустрии туризма и гостеприимства: материально-технической базы, трудовых ресурсов, интеллектуального и финансового капитала.

Анализ организационно-управленческой модели бизнеса в туризме и гостеприимстве.

Анализ ассортиментной, ценовой и маркетинговой политики предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Управленческое обследование предприятия индустрии туризма и гостеприимства (SNW-анализ). Выявление сильных и слабых сторон внутренней среды бизнеса.

Оценка стратегического положения предприятий индустрии туризма и гостеприимства в долгосрочной и краткосрочной перспективе: SWOT-анализ, GAP-анализ.

Тема 5. Оценка эффективности и конкурентоспособности бизнеса в туризме и гостеприимстве.

Понятие эффективности бизнеса в туризме и гостеприимстве. Показатели оценки эффективности бизнеса в туризме и гостеприимстве.

Анализ доходов (выручки) предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Анализ расходов предприятий индустрии туризма и гостеприимства, в том числе: по формированию туристского и/или гостиничного продукта; осуществлению управленческой и коммерческой деятельности.

Анализ финансовых результатов (показателей прибыли и рентабельности) предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Анализ финансового состояния предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Понятие конкурентоспособности продукта и бизнеса в туризме и гостеприимстве. Показатели и методы оценки конкурентоспособности туристского и гостиничного бизнеса.

Тема 6. Моделирование бизнес-решений в туризме и гостеприимстве.

Понятие бизнес-решения. Стратегические и тактические бизнес-решения.

Моделирование стратегических бизнес-решений в туризме и гостеприимстве. Основные стратегические альтернативы для бизнеса (интенсивный рост, ограниченный рост, сокращение) и обоснование выбора.

Конкурентные стратегии развития бизнеса в туризме и гостеприимстве. Моделирование бизнес-решений, направленных на использование и усиление конкурентных преимуществ.

Функциональные стратегии развития бизнеса в туризме и гостеприимстве. Моделирование бизнес-решений, направленных на повышение эффективности бизнеса.

5.2. Учебно-тематический план

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоёмкость в часах				Формы текущего контроля	
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа		Самостоя тельная работа		
			Общая, в том числе:	В том числе:			
				Лекции	Семинары, практические занятия		
1	Значение анализа для создания и развития бизнеса в туризме и гостеприимстве	30	4	2	2	26	Устный опрос по теме занятия; проверочные работы по пройденным темам; контроль выполнения индивидуаль ных и групповых заданий
2	Показатели развития бизнеса в туризме и гостеприимстве	30	4	2	2	26	
3	Анализ внешней среды бизнеса в туризме и гостеприимстве	30	4	2	2	26	
4	Анализ внутренней среды бизнеса в туризме и гостеприимстве	30	4	2	2	26	
5	Оценка эффективности и конкурентоспособности бизнеса в туризме и гостеприимстве	30	3	1	2	27	
6	Моделирование бизнес- решений в туризме и гостеприимстве	30	3	1	2	27	
	В целом	180	22	10	12	158	Курсовая

	по дисциплине						работа
--	---------------	--	--	--	--	--	--------

5.3. Содержание практических и семинарских занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8, 9	Формы проведения занятий
1. Значение анализа для создания и развития бизнеса в туризме и гостеприимстве	1. Понятия предпринимательства и бизнеса. Классические модели бизнеса. Особенности бизнеса в России. 2. Анализ бизнеса как современное направление экономического анализа. 3. Информационное обеспечение анализа бизнеса в туризме и гостеприимстве. 4. Методика комплексного анализа бизнеса в туризме и гостеприимстве. Рекомендуемые источники: 8.3, 8.4, 8.5, 9.1	Обсуждение дискуссионных вопросов; выполнение индивидуальных и групповых заданий; контроль знаний
2. Показатели развития бизнеса в туризме и гостеприимстве	1. Система показателей развития бизнеса в туризме и гостеприимстве. 2. Стратегические показатели развития индустрии туризма и гостеприимства в Российской Федерации. 3. Показатели развития региональных рынков в сфере туризма и гостеприимства (туристских дестинаций, туристских кластеров) и рыночной инфраструктуры. 4. Финансово-экономические показатели развития бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства. 5. Рейтинги в индустрии туризма и гостеприимства. Рекомендуемые источники: 8.1, 8.2, 8.5, 8.7, 8.8, 9.2, 9.3	Обсуждение дискуссионных вопросов; выполнение индивидуальных и групповых заданий; контроль знаний
3. Анализ внешней среды бизнеса в туризме и гостеприимстве	1. Понятие внешней среды бизнеса и ее составляющих в туризме и гостеприимстве: мегасреда, макросреда, бизнес-среда. 2. Анализ макросреды бизнеса в туризме и гостеприимстве. 3. Угрозы и возможности внешней среды для развития туристского и гостиничного бизнеса. Рекомендуемые источники: 8.1, 8.4, 8.5, 8.7, 8.8, 9.1, 9.3	Обсуждение дискуссионных вопросов; выполнение индивидуальных и групповых заданий; контроль знаний
4. Анализ внутренней среды бизнеса в туризме и гостеприимстве	1. Внутренняя среда предприятий индустрии туризма и гостеприимства. 2. Анализ ресурсного потенциала предприятий индустрии туризма и гостеприимства. 3. Анализ организационно-управленческих моделей бизнеса в туризме и гостеприимстве. 4. Анализ ассортиментной, ценовой и маркетинговой политики предприятий индустрии туризма и гостеприимства. 5. Управленческое обследование предприятия индустрии туризма и гостеприимства (SNW-анализ). 6. Оценка стратегического положения предприятий индустрии туризма и гостеприимства в долгосрочной и краткосрочной перспективе. Рекомендуемые источники: 8.3, 8.4, 8.5, 8.7, 8.8, 9.1, 9.3	Обсуждение дискуссионных вопросов; выполнение индивидуальных и групповых заданий; контроль знаний
5. Оценка эффективности	1. Понятие и показатели оценки эффективности бизнеса в туризме и гостеприимстве.	Обсуждение дискуссионных вопросов;

и конкурентоспособности бизнеса в туризме и гостеприимстве	2. Анализ доходов (выручки) предприятий индустрии туризма и гостеприимства. 3. Анализ расходов предприятий индустрии туризма и гостеприимства, в том числе: по формированию туристского и/или гостиничного продукта; осуществлению управленческой и коммерческой деятельности. 4. Анализ финансовых результатов (показателей прибыли и рентабельности) предприятий индустрии туризма и гостеприимства. 5. Анализ финансового состояния предприятий индустрии туризма и гостеприимства. 6. Понятие показатели оценки конкурентоспособности продукта и бизнеса в туризме и гостеприимстве. Рекомендуемые источники: 8.3, 8.4, 8.5, 8.6, 8.7, 8.8, 9.1, 9.2, 9.3	выполнение индивидуальных и групповых заданий; контроль знаний
6. Моделирование бизнес-решений в туризме и гостеприимстве	1. Стратегические и тактические бизнес-решения и их моделирование в туризме и гостеприимстве. 2. Основные стратегические альтернативы для бизнеса в туризме и гостеприимстве. 3. Конкурентные стратегии бизнеса в туризме и гостеприимстве и моделирование бизнес-решений, направленных на использование и усиление конкурентных преимуществ. 4. Функциональные стратегии развития бизнеса в туризме и гостеприимстве и моделирование бизнес-решений, направленных на повышение его эффективности. Рекомендуемые источники: 8.4, 8.5, 8.6, 8.7, 8.8, 9.1, 9.2, 9.3	Обсуждение дискуссионных вопросов; выполнение индивидуальных и групповых заданий; контроль знаний

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
1. Значение анализа для создания и развития бизнеса в туризме и гостеприимстве	1. Особенности ведения бизнеса за рубежом (рассмотреть опыт не менее 5 стран). 2. Малый бизнес и его роль в развитии индустрии туризма и гостеприимства. 3. Особенности анализа бизнеса в различных отраслях и сферах деятельности.	Работа с учебной и справочной литературой, ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет». Выполнение индивидуальных и групповых заданий
2. Показатели развития бизнеса в туризме и гостеприимстве	1. Показатели развития индустрии туризма и гостеприимства, включая развитие бизнеса, содержащиеся в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года и Государственной программе «Развитие	Работа с нормативно-правовыми документами, учебной и справочной литературой, ресурсами информационно-коммуникационной сети

	туризма». 2. Специфические показатели развития бизнеса в туризме. 3. Специфические показатели развития бизнеса в сфере гостеприимства. 4. Рейтинг стран по развитию сектора туризма и путешествий.	«Интернет». Выполнение индивидуальных и групповых заданий
3. Анализ внешней среды бизнеса в туризме и гостеприимстве	1. Методические подходы к проведению PEST-анализа и многофакторного анализа внешней среды. 2. Анализ потребительских предпочтений и требований в туризме и гостеприимстве. 3. Угрозы и возможности внешней среды для развития туристского и гостиничного бизнеса.	Работа с учебной и справочной литературой, ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет». Выполнение индивидуальных и групповых заданий
4. Анализ внутренней среды бизнеса в туризме и гостеприимстве	1. Методические подходы к анализу ресурсного потенциала и бизнес-процессов. 2. Методические подходы к проведению SWOT-анализа, GAP-анализа и оценке стратегического положения предприятия. 3. Методические подходы к стратегическому анализу внутренней среды предприятия. 4. Особенности проведения анализа внутренней среды для предприятий индустрии туризма и гостеприимства.	Работа с учебной и справочной литературой, ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет». Выполнение индивидуальных и групповых заданий
5. Оценка эффективности и конкурентоспособности бизнеса в туризме и гостеприимстве	1. Методические подходы к оценке эффективности бизнеса. 2. Методические подходы к оценке конкурентоспособности продукта и бизнеса. 3. Особенности анализа эффективности и конкурентоспособности бизнеса в туризме и гостеприимстве.	Работа с учебной и справочной литературой, ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет». Выполнение индивидуальных и групповых заданий
6. Моделирование бизнес-решений в туризме и гостеприимстве	1. Стратегии развития бизнеса: рост, ограниченный рост, сокращение. 2. Конкурентные стратегии бизнеса: лидерство в низких издержках, дифференциация, фокусирование. 3. Стратегии повышения эффективности деятельности (функциональные стратегии): продуктовая, маркетинговая, финансовая и др.	Работа с учебной и справочной литературой, ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет». Выполнение индивидуальных и групповых заданий

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Промежуточный контроль проводится в форме зачета, оценки итоговых знаний и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется

следующим образом:

№	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	Экзамен	60
	Итого	100

Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

№	Формы текущего контроля	Количество баллов
I половина семестра		
1.	Посещение	2
2.	Участие в деловых играх, выполнение индивидуальных и групповых заданий	3
3.	Контроль выполнения текущих индивидуальных заданий, в том числе домашних (опрос, выборочная проверка заданий, части курсовой)	9
4.	Контрольные мероприятия по пройденным темам	6
	Итого за I половину семестра	20
II половина семестра		
1.	Посещение	2
2.	Участие в деловых играх, выполнение индивидуальных и групповых заданий	3
3.	Контроль выполнения текущих индивидуальных заданий, в том числе домашних (опрос, выборочная проверка заданий, части курсовой)	9
4.	Контрольные мероприятия по пройденным темам	6
	Итого за II половину семестра	20
	Итого работа в семестре	40

Примеры заданий для самостоятельного решения (выполнения)

Выполнение курсовой работы

Цель курсовой работы – провести анализ деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства, оценить общий уровень развития бизнеса.

Выбор предприятия осуществляется студентами самостоятельно из числа реально существующих на момент выполнения курсовой работы.

В процессе выполнения курсовой работы необходимо привести организационно-экономическую характеристику выбранного предприятия и проанализировать следующие компоненты (объекты):

1. Макросреда предприятия.
2. Бизнес-среда предприятия.
3. Ресурсный потенциал предприятия.
4. Ассортиментная, ценовая, маркетинговая политика.
5. Эффективность деятельности и конкурентоспособность предприятия.

В заключение следует обобщить сильные и слабые стороны, а также привести рекомендации по дальнейшему развитию бизнеса.

Структура курсовой работы:

- Титульный лист.

- Содержание.
- Введение (1-2 страницы).
- Основная часть (15-30 страницы).
- Заключение (1-2 страницы).
- Список используемой литературы.
- Приложения (при необходимости).

Примерная тематика курсовых работ

1. Конъюнктурный анализ международного туристического рынка.
2. Особенности анализа сезонности спроса на туристские услуги.
3. Оценка конкурентоспособности отечественных туристических компаний.
4. Тенденции развития въездного туризма в Россию.
5. SWOT-анализ гостиничного предприятия в курортном регионе.
6. Анализ барьеров входа на рынок туристских услуг.
7. Исследование факторов, влияющих на формирование ценовой политики турагентства.
8. Финансовое состояние крупных сетевых отелей Москвы.
9. Анализ инвестиций в инфраструктуру отдыха на примере конкретного региона.
10. Экономический эффект внедрения инновационных технологий в туристическом бизнесе.
11. Анализ эффективности управления персоналом туристского агентства.
12. Методы оценки качества обслуживания клиентов в отеле.
13. Модели мотивации сотрудников туристской фирмы.
14. Организационная структура успешного турагентства: плюсы и минусы разных подходов.
15. Контроль расходов и доходов гостиницы средней категории.
16. Эффективность управленческих решений в условиях кризиса.
17. Повышение производительности труда персонала отеля.
18. Роль корпоративной культуры в успешной работе туристического оператора.
19. Оптимизация логистических процессов экскурсионного бюро.
20. Управление рисками в международном туризме.
21. Применение Big Data в анализе предпочтений туристов.
22. Интернет-маркетинг в продвижении туристских продуктов.
23. Автоматизированные системы бронирования и эффективность их использования.
24. Создание онлайн-платформы для продажи туров: бизнес-кейс.
25. Анализ потребительского поведения в социальных сетях.
26. Разработка мобильного приложения для привлечения туристов.
27. Использование CRM-систем в управлении клиентскими базами турагентств.
28. Возможности и ограничения цифрового маркетинга в индустрии гостеприимства.

29. Интеграция информационных технологий в управление процессами крупного курорта.
30. Электронная коммерция в сфере туризма и её влияние на прибыль.
31. Экологический и социальный аспект туризма
32. Оценка экологического следа туристических предприятий.
33. Социальная ответственность туроператора перед местным населением.
34. Анализ влияния устойчивого туризма на развитие регионов.
35. Культурные особенности восприятия иностранного туриста и пути повышения лояльности гостей.
36. Современные методы минимизации негативного воздействия массового туризма на природу.
37. Стандарты экологической сертификации гостиниц и перспективы их применения в России.
38. Политика охраны окружающей среды в международных туристических компаниях.
39. Психологические факторы выбора туристического направления среди россиян.
40. Формирование стратегии этичного потребления туристских услуг.
41. Пути интеграции социального предпринимательства в туристический сектор.

Примеры практикоориентированных заданий

Задача № 1 (индивидуальное задание)

Рассчитайте все показатели деятельности турагентства «Дольче Тревел» за 3 года и оцените их динамику. Сделайте соответствующие выводы об экономическом положении турагентства.

Таблица – Основные экономические показатели деятельности турагентства «Дольче Тревел».

№ п/п	Показатели	Ед. изм.	Анализируемый период			Динамика	
			I	II	III	II / I	III / II
1.	Общие поступления от реализации туров	тыс. руб.	72521	81600	91800		
2.	Выручка турагентства (из расчета 10% комиссионных выплат)	тыс. руб.					
3.	Численность работников	чел.	8	9	10		
4.	Выручка от реализации туров в расчете на 1 работника	тыс. руб. / чел.					
5.	Затраты турагентства	тыс. руб.	7086,4	7812,0	8749,5		
6.	Затраты на 1 рубль выручки	руб.					
7.	Прибыль до налогообложения	тыс. руб.					
8.	Сумма уплачиваемого налога (15% от величины доходов за вычетом расходов)	тыс. руб.					
9.	Чистая прибыль	тыс. руб.					
10.	Рентабельность продаж	%					
11.	Рентабельность деятельности	%					

	турагентства						
--	--------------	--	--	--	--	--	--

Задача № 2 (групповое задание)

В районе N предполагается создать турбазу с собственной обеспечивающей инфраструктурой.

Проект предполагается реализовать в 2023-2025 гг., в частности:

- в 2023 г. – строительство коттеджного комплекса, стоимость 1000 ден. ед., 80% – частные инвестиции, 20% – средства бюджета субъекта РФ;
- в 2024 г. – реконструкция участка федеральной трассы по направлению к коттеджному поселку, стоимость 500 ден. ед., 50% – частные инвестиции, 50% – средства федерального бюджета;
- в 2025 г. – строительство пляжа, стоимость 300 ден. ед., 50% – частные инвестиции, 50% – средства местного бюджета.
- прочие затраты подготовительного периода (закладывается по 10% от величины затрат на возведение объектов туристской и вспомогательной инфраструктуры в каждый год расчетного периода), 100% – частные инвестиции.

Деятельность по приему и обслуживанию туристов предполагается начать в 2024 году. Ожидается, что валовой объем продаж в 2024 году составит 2000 ден. ед. Каждый последующий год прогнозируется его рост на 20%.

Ожидаемые прямые (переменные) затраты в 2024 году – 1000 ден. ед. Каждый последующий год прогнозируется их рост на 15%.

Постоянные затраты возникнут уже в 2023 году – 100 ден. ед. (налог на имущество, амортизация, прочие затраты). В 2024 году они составят 500 ден. ед. Каждый последующий год прогнозируется их рост на 5%.

Также рассматривается возможность сокращения первоначального объема инвестиций на 180 ден. ед. (около 9%) за счет реинвестирования чистой прибыли, получаемой от операционной деятельности.

Прогнозируемая ставка дисконтирования – 9%.

Задание

Дать оценку экономической эффективности создания турбазы в районе N в течение 5 лет от момента начала реализации проекта.

Примеры ситуационных заданий (кейсов)

Кейс № 1 (индивидуальное задание)

Используя приведенные ниже балльные оценки (от 5 (max) до 1 (min), 0 – отсутствие параметра), сделайте вывод о конкурентной позиции каждого из мини-отелей.

Таблица – Сравнительная оценка мини-отелей (г. Анапа)

Оценочные параметры	Мини-отель «Комфорт»	Мини-отель «Формула-1»	Мини-отель «Лучший отдых»
1. Месторасположение	4	3	5
2. Внешний вид объекта	3	3	5

3. Благоустройство территории	3	4	5
4. Интерьер общих помещений	4	3	5
5. Интерьер номеров	4	3	5
6. Категорирование номеров	3	4	3
7. Система питания	0	2	5
8. Бизнес-зона	0	0	4
9. Развлекательная зона	0	1	5
10. Ценовая политика	4	4	3
11. Маркетинговая политика	3	3	4
12. Квалификация персонала	0	0	0
13. Наличие парковок	5	5	5
14. Дополнительные услуги	2	2	5
15. Транспортная доступность	3	4	4

Сформулируйте общие проблемы для российских мини-отелей, расположенных в курортных зонах, и дайте рекомендации по укреплению их конкурентных позиций.

Кейс № 2 (групповое задание)

Ознакомьтесь с приведенной ниже статьей.

Тематические экскурсии: развитие культурно-познавательного туризма или способ продвижения основного продукта?

Для повышения своей конкурентоспособности одна из туристских компаний, специализирующаяся на отдыхе в Объединенных Арабских Эмиратах, разработала уникальное предложение, а именно: включила в предлагаемые туристские пакеты бесплатное посещение (в сопровождении гида) Ибн Баттута Молла.

Ибн Баттута Молл (Ibn Battuta Mall) – это достаточно экзотический торговый центр в Дубае. Особенность его кроется не только в магазинах и развлекательных точках, но и в архитектуре.

Архитектурная концепция ТЦ «Ибн Баттута Молл» воплощает собой средневековый город с куполами, башнями и минаретами, окруженный высокой крепостной стеной. На подъезде к торговому комплексу хорошо видны здания, оформленные в стиле разных стран. Идея для оформления этого молла была заимствована из шедевра мировой географической литературы, изложенного в стиле «описания увиденного собственными глазами» – «Путешествий» знаменитого Мухаммада ибн Абдуллах ибн Мухааммада ат-Танджи (Ибн Баттута).

Торговый центр имеет 6 тематических зон, связанных с теми или иными странами, в которых побывал Ибн Баттута: Андалусия, Тунис, Египет, Персия, Индия, Китай.

У каждой «страны» есть свои достопримечательности, «собственный дух», отраженные в дизайнерских решениях. Например, в китайской части молла можно увидеть старинную 25-метровую рыбацкую лодку-джонку, старинный корабль, выполненный в натуральную величину. В индийском зале приковывают взоры зодиакальные часы, расположенные на спине слона, везущего путешественников. Особенно красиво оформлена зона Персии, так как именно эта страна являлась основной для Ибн Баттуты. В персидских залах расположены стенды, посвященные его путешествиям. В египетской части можно посмотреть на фрески египетских храмов, как они выглядели в древности, когда краски еще не выгорели на солнце. Тунис увлекает своими узкими улочками, расположенными в старинной части города. В Андалусии находится удивительный фонтан с фигурами львов, напоминающий фонтаны Альгамбры.

Прогоулявшись по Ибн Баттута моллу, можно попутешествовать не только по разным странам и континентам, но и во времени. И, конечно, забыть, что торговый центр – это, прежде всего, место, где совершаются покупки...

Задания:

1. Опираясь на отечественный и зарубежный опыт, приведите не менее 5 аналогичных примеров использования культурно-исторических и (или) искусственно созданных аттрактивных ресурсов для продвижения туристских продуктов.
2. Проанализируйте и сравните отобранные идеи. Какая из них, на ваш взгляд, обладает наибольшим коммерческим потенциалом? Обоснуйте ответ.
3. Подготовьте презентацию проведенного исследования.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе «2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типы заданий, выносимых на экзамен

1. Теоретический вопрос (24 балла)
2. Тестовые задания – 3 (6 баллов)
3. Практикоориентированное задание (30 баллов)

Примеры тестовых заданий, выносимых на зачет

1. Финансово-экономический анализ как одно из направлений анализа бизнеса изучает...

а) результаты деятельности и состояние капитала предприятия на различных стадиях его обращения

б) взаимодействие экономических и экологических процессов, связанных с сохранением и улучшением окружающей среды и затратами на экологию

- в) взаимодействие технических и экономических процессов, происходящих на предприятии, и их влияние на результаты хозяйственной деятельности
- г) показатели деятельности предприятия в отчетном и плановом периодах, показатели ведущих предприятий отрасли
- д) внешнюю (деловую) среду функционирования предприятия и внутренние ресурсы, направленные на продвижение и сбыт продукции (услуг)

2. Методику комплексного анализа бизнеса можно определить как ...

- а) совокупность аналитических способов и правил исследования макроэкономики
- б) совокупность аналитических способов и правил исследования экономики хозяйствующего субъекта**
- в) систему исследования, которая одинаково используется при изучении различных объектов анализа во всех отраслях экономики
- г) систему исследования, видоизмененную в зависимости от отрасли экономики
- д) систему исследования, видоизмененную в зависимости от типа производства

3. Функциональное назначение анализа бизнеса в туризме и гостеприимстве состоит в:

- а) вовлечении внешних инвестиционных ресурсов
 - б) исследовании стратегии иностранных конкурентов
 - в) исследовании внешней и внутренней среды предприятий индустрии туризма и гостеприимства**
 - г) информационном обеспечении процесса принятия управленческих решений**
 - д) определении мер государственной поддержки бизнеса в туризме и гостеприимстве
- (возможно несколько вариантов)

4. Показатели, с помощью которых осуществляется контроль маркетинговой деятельности в туризме и гостеприимстве:

- а) прибыль
 - б) затраты на создание туристского и/или гостиничного продукта
 - в) затраты на продвижение туристского и/или гостиничного продукта**
 - г) выполнение бюджета рекламы**
 - д) качество туристского и/или гостиничного продукта
 - е) качество обслуживания клиентов**
- (возможно несколько вариантов)

5. Показатели безопасности услуг, входящие в номенклатуру показателей качества услуг, – это:

- а) показатели безопасности для жизни, имущества и здоровья клиентов**
- б) санитарно-эпидемиологические условия обслуживания клиентов
- в) показатели безопасности для окружающей среды**
- г) показатели сохранности информации и имущества клиентов**

д) показатели своевременности и точности предоставления услуг
(возможно несколько вариантов)

6. Основным методом, позволяющим провести анализ макросреды, является ...

- а) управленческое обследование
- б) SWOT-анализ
- в) SNW-анализ
- г) **PEST-анализ**
- д) прогнозный анализ

7. Фундаментальная рыночная ниша – это ...

- а) сегмент рынка продавца определенного товара или услуги
- б) ниша фирмы, которую ей удалось удержать в борьбе с конкурентами
- в) **совокупность рыночных сегментов, для которых подходят товары и услуги, производимые фирмой**
- г) совокупность целевых сегментов рынка
- д) целевой сегмент, для которого подходят товары и услуги, производимые фирмой

8. Факторы макросреды бизнеса в туризме и гостеприимстве включают:

- а) потребительские предпочтения
 - б) конкурентные факторы
 - в) **политические факторы**
 - г) демографические данные
 - д) социальные факторы
 - е) **природные условия**
- (возможно несколько вариантов)

9. Относительная характеристика, выражающая отличия предприятия индустрии туризма и гостеприимства от конкурентов по степени удовлетворенности клиентов его продуктами и услугами и по эффективности основной деятельности, называется ...

- а) внутренней средой организации
- б) внешней средой организации
- в) угрозами
- г) возможностями
- д) конкурентными преимуществами
- е) **конкурентоспособностью**

10. Анализ структуры персонала в туризме и гостеприимстве обычно проводится по следующим параметрам:

- а) полу и возрасту
- б) составу семьи
- в) **стажу работы**

- г) образовательному уровню
- д) квалификационному уровню
- е) наличию недвижимого имущества
- (возможно несколько вариантов)

11. Основной показатель, характеризующий окупаемость текущих затрат, рассчитывается как отношение прибыли к ...

- а) себестоимости**
- б) выручке
- в) среднегодовой стоимости основного капитала
- г) среднегодовой стоимости оборотного капитала
- д) среднегодовой стоимости совокупного капитала

12. Повысить рентабельность туристского бизнеса можно посредством ...

- а) перерасчета затрат на заработную плату
- б) экономии текущих затрат**
- в) увеличения доли заемных средств
- г) изменения ценовой политики
- д) привлечения дополнительных средств

Примерный перечень теоретических вопросов, выносимых на экзамен

1. Понятия предпринимательства и бизнеса. Классические модели бизнеса. Особенности бизнеса в России.
2. Экономический анализ: объект, предмет, цели, задачи, содержание и виды.
3. Анализ бизнеса как современное направление экономического анализа.
4. Информационное обеспечение анализа бизнеса в туризме и гостеприимстве.
5. Методика комплексного анализа бизнеса в туризме и гостеприимстве.
6. Система показателей развития бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства.
7. Стратегические показатели развития индустрии туризма и гостеприимства в Российской Федерации.
8. Ключевые показатели оценки рынка.
9. Показатели развития региональных рынков туризма и гостеприимства.
10. Показатели развития инфраструктуры рынка туризма.
11. Показатели развития инфраструктуры рынка гостеприимства.
12. Финансово-экономические показатели развития бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства.
13. Международные сравнения в индустрии туризма и гостеприимства. Построение рейтингов.
14. Использование статистических данных для оценки развития индустрии туризма и гостеприимства.

15. Понятие внешней среды предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
16. Выявление угроз и возможностей макросреды для развития бизнеса в туризме и гостеприимстве.
17. Анализ бизнес-среды предприятий индустрии туризма и гостеприимства.
18. Понятие внутренней среды предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
19. Выявление угроз и возможностей внутренней среды для развития туристского бизнеса.
20. Анализ ресурсного потенциала предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
21. Анализ организационно-управленческой модели предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
22. Анализ ассортиментной политики предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
23. Анализ ценовой политики предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
24. Анализ маркетинговой политики предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
25. Анализ финансового состояния предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
26. Оценка стратегического положения предприятия индустрии туризма и гостеприимства на основе SWOT-анализа.
27. Оценка стратегического положения предприятия индустрии туризма и гостеприимства на основе GAP-анализа.
28. Понятие эффективности бизнеса. Показатели оценки эффективности бизнеса в туризме и гостеприимстве.
29. Расчет и анализ доходов (выручки) предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
30. Расчет и анализ расходов предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
31. Расчет и анализ финансовых результатов предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
32. Понятие конкурентоспособности бизнеса. Показатели оценки конкурентоспособности бизнеса в туризме и гостеприимстве.
33. Показатели оценки конкурентоспособности туристского и гостиничного продукта.
34. Стратегические и тактические бизнес-решения в туризме и гостеприимстве.
35. Моделирование стратегии развития бизнеса в туризме и гостеприимстве.
36. Конкурентные стратегии развития бизнеса в туризме и гостеприимстве.
37. Моделирование бизнес-решений, направленных на использование и усиление конкурентных преимуществ предприятия индустрии туризма и гостеприимства.

38. Моделирование бизнес-решений, направленных на повышение эффективности бизнеса в туризме и гостеприимстве.

Примеры практикоориентированных заданий, выносимых на зачет

Пример 1.

1. Используя приведенные в таблице показатели, оцените эффективность деятельности организации гостеприимства.

Показатели	Значение, тыс. рублей
Выручка от реализации	230100,0
Себестоимость продаж	102350,0
Коммерческие расходы	31250,0
Управленческие расходы	67629,0
Прочие доходы	11053,0
Прочие расходы	18594,0
Налог на прибыль	4266,0
Активы	98673,0
Собственный капитал	61561,0

2. Предложите бизнес-решения, направленные на повышение эффективности деятельности данной организации в краткосрочной и среднесрочной перспективе.

Пример 2.

Вновь созданная турфирма «Капитан Немо» планирует выйти на рынок речных круизов города Москвы. На начальном этапе турфирма предполагает работать в сегменте прогулочных туров и ориентироваться на клиентов эконом-класса, имеющих не очень высокий, но стабильный доход, а также людей «третьего возраста». Дислокация потенциальных клиентов – Пресненский район г. Москвы, включая местных жителей, внутрирегиональных (маятниковых) и межрегиональных мигрантов. По результатам специально проведенных исследований численность такого населения составляет порядка 81200 человек.

При определении потенциальных клиентов турфирмы следует учесть ряд ограничений:

- 1) около 82% населения предпочитают иные виды туризма;
- 2) из числа оставшихся 70% населения уже являются клиентами других турфирм, занимающихся речными круизами;
- 3) случайным образом или посредством рекламной кампании можно привлечь порядка 300 человек в год из вне или не подходящих по основным характеристикам к основному сегменту.

Задание:

1. Исходя из приведенной выше информации, рассчитайте количество потенциальных клиентов турфирмы.

2. Предложите бизнес-решения, направленные на увеличение численности потенциальных клиентов турфирмы.

8. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативные правовые акты:

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утв. Распоряжением Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р)
2. Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма» (утв. Постановлением Правительства РФ от 24.12.2021 № 2439)

Основная литература:

3. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учебник и практикум для вузов / В. И. Бариленко [и др.] ; под редакцией В. И. Бариленко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00713-8. — ЭБС Юрайт . — URL: <https://urait.ru/bcode/488912> (дата обращения: 21.11.2022). — Текст : электронный.
4. Отварухина Н. С. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 463 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14975-3. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489233> (дата обращения: 21.11.2022). — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

5. Бизнес-планирование в туризме : учебник / О. Н. Васильева [и др.] ; Финуниверситет; под общ. ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Дашков и К, 2019. — 310 с. — Текст: непосредственный. — То же. — 2021. — ЭБС Znanium.com. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1231980> (дата обращения: 18.11.2022). — Текст : электронный.
6. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов : учебное пособие / Т. М. Крючкова, И. С. Барчуков, Л. В. Баумгартен [и др.]. — Москва : КноРус, 2021. — 165 с. — ISBN 978-5-406-03848-2. — ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/936927> (дата обращения: 18.11.2022). — Текст : электронный.
7. Конкурентные преимущества современной фирмы : практикум для студентов бакалавриата, обуч. по напр. подгот. 43.03.02 "Туризм", профиль "Международный туризм" / А. В. Шаркова [и др.] ; Финуниверситет; отв. ред. А. В. Шаркова, И. А. Меркулина. — Москва : Дашков и К, 2017. — 277 с. — Текст: непосредственный. — То же. — 2019. — ЭБС Znanium.com. — URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1232024> (дата обращения: 18.11.2022)
— Текст : электронный.

8. Морозов М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15216-6. — ЭБС Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/487942> (дата обращения: 21.11.2022). — Текст : электронный.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

1. Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Финансовая справочная система «Финансовый директор» <http://www.1fd.ru/>
- Ресурсы информационно-аналитического агентства по финансовым рынкам Cbonds.ru <https://cbonds.ru/>
- СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
- Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
- Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
- Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
- Информационно-аналитическая база данных EMIS Global <https://www.emis.com/php/companies/overview/index>
- Henry Stewart Talks: Библиотека Онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу <https://hstalks.com/business/>
- Oxford Scholarship Online <https://oxford.universitypressscholarship.com/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
- Scopus <https://www.scopus.com>
- Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>

- Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления») <http://eduvideo.online/>
- База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- 2. Сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат) – <https://rosstat.gov.ru>;
- 3. Сайт РосБизнесКонсалтинг – <http://www.rbk.ru>.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для более эффективного изучения дисциплины студентам необходимо ознакомиться с:

- содержанием рабочей программы дисциплины,
- целями и задачами дисциплины,
- методическими разработками по данной дисциплине, имеющимися на образовательном портале,
- графиком консультаций преподавателей, читающих эту дисциплину.

При подготовке к лекционным занятиям студентам необходимо:

- ✓ Перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы.
- ✓ На отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных носителях, представленный лектором на портале или присланный на «электронный почтовый ящик группы» (слайды, таблицы, графики, схемы). Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции.
- ✓ Перед очередной лекцией необходимо просмотреть конспект материала предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным информационным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю, ведущему практические занятия.

При подготовке к практическим (семинарским) занятиям студентам следует:

- ✓ Приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу на конкретное семинарское занятие.
- ✓ При подготовке к семинарским занятиям необходимо в первую очередь обращаться к нормативным документам, основной и дополнительной литературе, рекомендованной рабочей программой дисциплины и преподавателем.
- ✓ Особое внимание следует уделять периодическим изданиям, где рассматриваются актуальные вопросы изучаемой предметной области, при этом необходимо обращать внимание на дискуссионные вопросы.

Желательно использовать источники за последние два года, так как проблемы, которые обсуждались на страницах экономических журналов ранее, сегодня уже могут быть неактуальны.

- ✓ В начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при выполнении заданий, отведенных для самостоятельной работы.
- ✓ В ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов, выполнять задания, в случае затруднений обращаться к преподавателю.

Студентам, пропустившим занятия (независимо от причин), рекомендуется самостоятельно освоить пропущенный материал и отчитаться преподавателю о проделанной работе на консультации. В противном случае студенты упускают возможность получить положенные баллы за работу в семестре.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Дискуссия представляет собой целенаправленное обсуждение определенного конкретного вопроса, которое сопровождается обменом идеями, мнениями, мыслями между студентами группы.

Принципы работы на интерактивном занятии в форме дискуссии:

- каждый участник дискуссии по любому вопросу имеет право на собственное мнение;
- отсутствие прямой критики личности, критике может подвергнуться только идея;
- все, что обсуждается и говорится во время дискуссии – не руководство к действию, а информация к размышлению.

Правила поведения в дискуссии:

- я критикую идеи, а не людей;
- моя цель не в том, чтобы «победить», а в том, чтобы прийти к наилучшему решению;
- я побуждаю каждого из участников к тому, чтобы участвовать в обсуждении;
- я выслушиваю соображения каждого, даже если я с ними не согласен;
- я сначала выясняю все идеи и факты, относящиеся к обеим позициям;
- я стремлюсь осмыслить и понять оба взгляда на проблему;
- я изменяю свою точку зрения под воздействием фактов и убедительных аргументов.

Методические рекомендации по подготовке и решению ситуационных задач и кейс-стади

Метод решения ситуационных задач основан на анализе конкретных случаев.

Метод кейс-стади является самостоятельным методом. Его основа – поиск обучающимися решения конкретной ситуации, имеющей развитие в динамике, поэтому он относится к поисково-исследовательским технологиям.

Решение ситуационной задачи или кейса рекомендуется проводить в пять этапов:

1. Ознакомление с ситуацией, ее особенностями;
2. Выделение основной проблемы (основных проблем); выделение фактов и персоналий, которые могут реально воздействовать;
3. Предложение концепций или идей для «мозгового штурма»;
4. Анализ последствий принятия того или иного решения;
5. Решение ситуационной задачи или кейса – предложение одного или нескольких вариантов (последовательности действий), указание на возможное возникновение проблем, механизмы их предотвращения и решения. Представление результатов может быть в письменной или устной форме, индивидуально или в группе.

Максимальная польза из работы над ситуационными задачами или кейсами будет извлечена в том случае, если обучающиеся при предварительном знакомстве с ними будут придерживаться систематического подхода к их анализу. В этой связи следует придерживаться рекомендаций:

- выпишите из соответствующей литературы ключевые идеи, для того, чтобы освежить в памяти теоретические представления, концепции и подходы, которые вам предстоит использовать при анализе ситуационной задачи или кейса;
- бегло прочтите ситуационную задачу или кейс, чтобы составить о них общее представление;
- внимательно прочтите вопросы к ситуационной задаче или кейсу и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что от Вас требуется;
- вновь прочтите текст ситуационной задачи или кейса, внимательно фиксируя все факты и проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам;
- подумайте, какие идеи и концепции соотносятся с проблемами, которые Вам предлагается рассмотреть при работе с ситуационной задачей или кейсом.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

При подготовке **домашнего творческого задания** студентам следует руководствоваться:

- Методическими рекомендациями по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете,

утвержденные приказом Финуниверситета от 11.05.2021 № 1040 (см. сайт Финансового Университета: на главной странице раздел «Наш университет»; далее «Единая правовая база Финуниверситета»);

- методическими рекомендациями Департамента отраслевых рынков, в том числе содержащимися в РПД (см. п. 6.2).

При подготовке к экзамену необходимо повторить и обобщить изученные в течение семестра теоретические и практические аспекты дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения с преподавателем на консультации.

11. Перечень информационных технологий, используемых для осуществления образовательного процесса, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационно-справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

- Windows, Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint и т.д.);
- Антивирус Kaspersky.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

№ п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1.	Правовая база данных «КонсультантПлюс»	Тема 1. Значение анализа для создания и развития бизнеса в туризме и гостеприимстве. Тема 2. Показатели развития бизнеса в туризме и гостеприимстве
2.	Справочно-правовая система «Гарант»	Тема 1. Значение анализа для создания и развития бизнеса в туризме и гостеприимстве. Тема 2. Показатели развития бизнеса в туризме и гостеприимстве
3.	Информационная система СПАРК	Тема 3. Анализ внешней среды бизнеса в туризме и гостеприимстве. Тема 4. Анализ внутренней среды бизнеса в туризме и гостеприимстве. Тема 5. Оценка эффективности и конкурентоспособности бизнеса в туризме и гостеприимстве. Тема 6. Моделирование бизнес-решений в туризме и гостеприимстве

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены.

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

Материально-техническая база, которой располагает Финансовый университет:

- учебные аудитории и компьютерные классы, оборудованные системами дистанционного проектирования и техническими средствами обучения, оснащенные доступом к Интернет-ресурсам и ресурсам Библиотечно-информационного комплекса Финансового университета.
- коворкинговые зоны и др.

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает:** новые инструментальные средства решения математических, естественнонаучных, социально-экономических и профессиональных задач в междисциплинарном контексте.

умеет: использовать новые инструментальные средства решения математических, естественнонаучных, социально-экономических и профессиональных задач в междисциплинарном контексте.

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся **знает:** новые инструментальные средства решения математических, естественнонаучных, социально-экономических и профессиональных задач в междисциплинарном контексте.

умеет: использовать новые инструментальные средства решения математических, естественнонаучных, социально-экономических и профессиональных задач в междисциплинарном контексте.

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся

плохо знает: новые инструментальные средства решения математических, естественнонаучных, социально-экономических и профессиональных задач в междисциплинарном контексте;

плохо умеет: использовать новые инструментальные средства решения математических, естественнонаучных, социально-экономических и профессиональных задач в междисциплинарном контексте.

плохо владеет: навыками использования новых инструментальных средств решения математических, естественнонаучных, социально-экономических и профессиональных задач в междисциплинарном контексте.

- оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется, если обучающийся

не знает: новые инструментальные средства решения математических, естественнонаучных, социально-экономических и профессиональных задач в междисциплинарном контексте;

не умеет: использовать новые инструментальные средства решения математических, естественнонаучных, социально-экономических и профессиональных задач в междисциплинарном контексте.

Номер задания	Содержание вопроса	Правильный ответ	Компетенция
1.	Это инструмент познания предметов и явлений внутренней и внешней среды, основанный на разделении целого на составные части и исследовании их во взаимосвязи и взаимозависимости.	анализ	ПКН -4
2.	Процесс сбора и анализа информации, данных о различных аспектах социально-экономической жизнедеятельности, ориентированный на оценку их закономерностей, текущего состояния и перспектив развития	Статистический анализ	ПКН -5
3.	Назовите один из шести видов бизнес-анализа.	– ресурсный анализ; – анализ финансов; – анализ инвестиций; – анализ маркетинга; – маржинальный анализ; – анализ персонала.	УК-13
4.	Назовите один из девяти методов анализа бизнеса	Факторный анализ, экспресс анализ, корреляционный анализ, регрессионный анализ, анализ динамики, частотный анализ, дискриминантный анализ, диагностический анализ, SWOT-анализ.	ПКН -4
5.	Это оценка и прогноз прибыли компании на основе данных её бухгалтерской отчётности и анализ рентабельности.	Анализ финансовых результатов	ПКН -5
6.	Экономическая категория, отражающая состояние капитала в процессе его кругооборота и способность субъекта хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени.	Финансовое состояние компании	УК-13

7.	Это комплекс методических и практических приемов и методов разработки, обоснования и оценки целесообразности осуществления инвестиций с целью принятия инвестором эффективного решения	Инвестиционный анализ	ПКН -4
8.	Аналитика больших данных	Методы, которые используются для сбора и обработки больших наборов данных	ПКН -5
9.	это способность компании быстро конвертировать свои активы в денежные средства....	Ликвидность компании	УК-13
10.	метод оценки сильных и слабых сторон, угроз и возможностей организации -	SWOT-анализ	ПКН-4