

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института истории и культуры

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.09 Управление проектами и бизнес-планирование в туризме

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль): Организация туризма; инновационно-информационные технологии в туризме

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: очно-заочная

Институт: истории и культуры

Кафедра: туризма и гостиничного дела

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс		4	
Семестр/триместр		9, А, В	

Лекции		12	
Лабораторные занятия		-	
Практические (семинарские) занятия		12	
В т. ч. практическая подготовка		6	
Форма(ы) промежуточной аттестации		экзамен - 0,3	
Контроль		9	
Иные формы работы		-	
Самостоятельная работа		254,7	

Всего часов: 288

Трудоемкость: 8 зачетных единиц

Разработчик(и) рабочей программы:

кандидат филологических наук, доцент Р.М. Иванова

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: получение необходимых теоретических и практических знаний по организации проектирования и бизнес-планирования туристской деятельности, составу проектно-технической и сметной документации, индивидуальному проектированию средств размещения.

Задачи изучения дисциплины:

- овладение теоретическими знаниями в области методологии и методики проектирования туристской деятельности;
- ознакомление с порядком и организацией проектирования в туризме;
- сформировать представление об особенностях бизнес-планирования на предприятиях туризма;
- познакомить с основными концептуальными положениями бизнес-планирования на предприятиях туризма.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1. Дисциплины (модули).

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1	Знать: <ul style="list-style-type: none">- методы поиска информации и работы с ней;- сущность системного подхода.	Знает: <ul style="list-style-type: none">- методы поиска информации из сферы туризма, принципы её систематизации и работы с ней в контексте бизнес-планирования
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">- анализировать задачу, выделять этапы ее решения, осуществлять действия по решению; находить различные варианты решения задачи,- оценивать их преимущества и риски.	Умеет: <ul style="list-style-type: none">- анализировать особенности развития туризма в том или ином регионе, оценивать их преимущества и риски, делать концептуальные выводы, необходимые для решения профессиональных задач при разработке бизнес-проектов
	Владеть: <ul style="list-style-type: none">- навыками оценивания практических последствий возможных вариантов решения задачи;- навыками грамотного, логичного, аргументированного формулирования собственных суждений и оценок.	Владеет: <ul style="list-style-type: none">- навыками оценивания практических последствий возможных вариантов решения задачи в сфере туристской деятельности;- навыками грамотного формулирования собственных суждений и оценки
ПКС-1	Знать: <ul style="list-style-type: none">- законы и иные нормативные правовые акты РФ, регламентирующие туристскую деятельность;- основные концепции и организацию туристской индустрии;- теоретические основы туристско-	Знает: <ul style="list-style-type: none">- основные концепции, особенности организации и управления исполнителями в туристской индустрии;- действующее законодательство и нормативные документы, требования, установленные техническими регламентами, стан-

	<p>рекреационного проектирования;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные методы и способы проектирования; - технологические аспекты туристской деятельности и структуру туристских предприятий 	<p>дартами, положениями договоров, которые используются в бизнес-планировании туристской сферы</p>
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять наиболее эффективные современные инструменты туристско-рекреационного проектирования; - разработать концепцию и программу туристского продукта; - изучать конъюнктуру и тенденции развития рынка туристских продуктов 	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовать работу исполнителей, принимать решения в сфере туристской деятельности; - изучать конъюнктуру и тенденции развития рынка туристских продуктов для выстраивания грамотной концепции при бизнес-планировании
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками туристско-рекреационного проектирования; - практическими методами разработки туристско-рекреационных проектов; - навыками принятия решений об организации туристской деятельности; - навыками обеспечения эффективной системы управления качеством обслуживания туристов 	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации эффективной работы исполнителей в туристской деятельности
ПКС-3	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные хозяйственно-экономические показатели, принципы ценообразования, структуру затрат деятельности предприятий туризма 	<p>Знает:</p> <p>теоретические основы проектирования и реализации проектов в туристской деятельности</p>
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вырабатывать управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя 	<p>Умеет:</p> <p>использовать методы бизнес-планирования; осуществлять предпроектный анализ, оценивать экономическую эффективность проекта</p>
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками составления сметы и формирования стоимости туристских услуг; - навыками разработки текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг 	<p>Владеет:</p> <p>методами разработки бизнес-планов в туристской деятельности; навыками контроля исполнения соответствующих заданий и достижения общей цели бизнес-плана</p>

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения не реализуется
Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные за- нятия			Сам.раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	Раздел 1. Бизнес-планирование в туризме					
1.	Тема 1. Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия.	11	1			10
2.	Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия.	11	1			10
3.	Тема 3. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг.	10				10
4	Тема 4. Исследование конкурентной среды.	10				10
5	Тема 5. Разработка туристских товаров и услуг.	11		1		10
6	Тема 6. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия.	11		1		10
7	Тема 7. Ценовая политика в системе бизнес-планирования.	11		1		10
8	Тема 8. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама.	11		1		10
9	Тема 9. Производственный и организационный планы предприятия	11	1			10
10	Тема 10. Финансовый план. Оценка эффективности и управление рисками.	11	1			10
	<i>Итого за 9 триместр</i>	108	4	4		100
	<i>В т. ч. практическая подготовка</i>	2		2		
	Раздел 2. Управление проектами в туризме					
11.	Тема 11. Сущность проектирования в туризме.	35	1	1		33
12.	Тема 12. Стратегическое управление проектами и изменениями: концептуальные основы.	36	2	1		33
13.	Тема 13 Управление содержанием проекта и изменений в индустрии туризма и гостеприимства.	37	1	2		34
	<i>Форма отчетности: зачёт</i>					
	<i>Итого за триместр А</i>	108	4	4		100
	<i>В т. ч. практическая подготовка</i>	2		2		
	Раздел 3. Управление коммуникациями, рисками, человеческими ресурсами и конфликтами в бизнес-планировании					
14.	Тема 14. Управление коммуникациями проекта в индустрии туризма и гостеприимства.	21	2	2		17

15.	Тема 15. Управление рисками проекта в индустрии туризма и гостеприимства.	19	1	1		17
16.	Тема 16. Управление человеческими ресурсами проекта в индустрии туризма и гостеприимства.	21	2	2		17
17.	Тема 17. Управление конфликтами в проекте в индустрии туризма и гостеприимства.	7,7	2	2		3,7
	<i>Форма отчетности - экзамен</i>	0,3	-	-	-	-
	<i>Контроль</i>	9	-	-	-	-
	<i>Итого за триместр В</i>	72	4	4	-	54,7
	<i>В т. ч. практическая подготовка</i>	2		2		
	Итого	288	12	12	-	254,7

Заочная форма обучения не реализуется

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме теста.

Типовой вариант теста

1. Что является первоочередным мероприятием при разработке бизнес-плана:

- а) составление резюме;
- б) разработка бизнес-идеи;
- в) проведение маркетинговых исследований;
- г) разработка товарной стратегии.

2. Что является главной задачей бизнес-плана:

- а) разработка товара;
- б) совершенствование производства;
- в) организация сбытовой сети;
- г) оптимизация деятельности предприятия.

3. Самым распространенным является следующий вид бизнес-плана:

- а) для внутренних целей компании;
- б) поиск партнеров;
- в) поиск инвестиций и получение кредита;
- г) экспертная оценка.

4. Что включает в себя бизнес-план:

- а) производство, исследование, сбыт;
- б) покупатель, рынок, поставщик;
- в) товар, цена, методы распространения, продвижение, производство, оценка;
- г) продукт, поддержка, ценообразование, сбыт, промоушн и стимулирование.

5. Что является ключевым в планировании маркетинга бизнес-плана:

- а) НИОКР;
- б) маркетинговая информация;
- в) перспективные планы;
- г) среднесрочные планы;

д) математическое обеспечение.

6. Для получения прибыли с позиции принципов разработки плана маркетинга в бизнес-планировании необходимо удовлетворить:

- а) желания и мечты потребителя;
- б) запросы и необходимости потребителя;
- в) нужды и потребности потребителя.

7. Что является объектами маркетинговых исследований в бизнес-планировании:

- а) экономическая ситуация, производство, финансовая сфера;
- б) рынок, конкуренты, потребители, цены, внутренний потенциал предприятия;
- в) общественное мнение, последние достижения научно-технического прогресса.

8. На какие факторы маркетинговой среды фирма способна влиять:

- а) политические, экономические, культурные;
- б) демографические, экономические, научно-технические;
- в) факторы внутренней среды и часть факторов микросреды.

9. Чем характеризуется емкость рынка:

- а) размерами и оборотом;
- б) размерами спроса населения и величиной товарного предложения;
- в) численностью населения, состоянием сбытовой, торговой и сервисной сети.

10. Для чего осуществляют сегментацию рынка:

- а) для осуществления исследования рынка;
- б) для осуществления исследования товара;
- в) для разработки маркетинговой программы.

11. Внутреннее устройство системы управления – это:

- а) модель функционирования предприятия;
- б) организационная структура управления;
- в) состав предприятия, организации.

12. Совокупность звеньев управления, занимающих определенную ступень в системе управления организацией – это:

- а) уровень управления;
- б) структура управления;
- в) подразделение, отдел.

13. Какие факторы сильнее всего влияют на реализацию проекта?

- а) экономические и социальные;
- б) экономические и организационные;
- в) экономические и правовые.

14. Назовите отличительную особенность инвестиционных проектов:

- а) большой бюджет;
- б) высокая степень неопределенности и рисков;
- в) целью является обязательное получение прибыли в результате реализации проекта.

15. Участники проекта – это:

- а) потребители, для которых предназначался реализуемый проект;
- б) заказчики, инвесторы, менеджер проекта и его команда;

в) физические и юридические лица, непосредственно задействованные в проекте или чьи интересы могут быть затронуты в ходе выполнения проекта.

16. Контроль элементов на границах подпроцессов присущ:

- а) процессному управлению;
- б) функциональному управлению;
- в) Управлению по целям.

17. Для чего предназначен метод критического пути?

- а) для определения сроков выполнения некоторых процессов проекта;
- б) для определения возможных рисков;
- в) для оптимизации в сторону сокращения сроков реализации проекта.

18. Цель проекта – это:

- а) сформулированная проблема, с которой придется столкнуться в процессе выполнения проекта;
- б) утверждение, формулирующее общие результаты, которых хотелось бы добиться в процессе выполнения проекта;
- в) комплексная оценка исходных условий и конечного результата по итогам выполнения проекта.

19. Определите, чем проект отличается от процессной деятельности:

- а) процессы менее продолжительные по времени, чем проекты;
- б) для реализации одного типа процессов необходим один-два исполнителя, для реализации проекта требуется множество исполнителей;
- в) процессы однотипны и цикличны, проект уникален по своей цели и методам реализации, а также имеет четкие сроки начала и окончания.

20. Определите итог стадии инициация проекта:

- а) объявляется окончание выполнения проекта;
- б) санкционируется начало проекта;
- в) утверждается укрупненный проектный план.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета, экзамена использованием следующих оценочных материалов:

Вопросы к зачету

(А семестр, очно-заочная форма обучения)

1. Предмет и содержание бизнес-планирования, его роль в рыночной экономике. Социально-экономическая сущность бизнес-плана.
2. Цели и задачи, функции бизнес-планирования. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам.
3. Основные направления бизнес-планирования. Процесс разработки бизнес-плана.
4. Основные разделы бизнес-плана, инвестиционного проекта туристского предприятия.
5. Структура бизнес-плана. Характеристика его разделов. Анализ внутренней среды предприятия.
6. Сегментирование и расчёт стоимости рынка. Процесс принятия решения о покупке.

7. Факторы, влияющие на поведение конечного потребителя. Рыночные и специфические факторы туристского спроса.
8. Конкурентная среда туристского предприятия. Анализ факторов конкурентной среды.
9. Виды предпринимательского поведения в туризме. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании.
10. Определение доли рынка предприятия и объема сбыта.
11. Процесс маркетинговых исследований. Постановка целей. Виды целей. Выбор источников информации.
12. План формирования первичной информации. Сбор данных по проблеме. Анализ и представление данных.
13. Специфика туристской услуги как товара. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы.
18. Формирование товарной политики на туристском предприятии. Порядок представления турпродукта в бизнес-плане.
14. Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования.
15. Разработка стратегии ценообразования. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме.
16. Представление политики ценообразования в бизнес-плане.
17. Формы и методы реализации турпродукта.
18. Виды продвижения в туризме.
19. Бизнес-планирование вновь создаваемого туристского предприятия.
20. Источники финансирования в системе бизнес-планирования.
21. Технология разработки бизнес-плана с использованием целевого метода планирования.
22. Бизнес-план предприятия инфраструктуры туризма (гостиница, ресторан, туристская база, турагентство).
23. Разработка плана маркетинга туристского предприятия при составлении бизнес-плана.
24. Налогообложение предприятий туризма. Финансовый план в бизнес-планировании.
25. Оценка экономической эффективности проекта. Анализ микросреды туристского предприятия в системе бизнес-планирования.
26. Производственный план в бизнес-плане предприятия индустрии гостеприимства.
27. Стратегия развития туристского предприятия в системе бизнес-планирования.
28. Разработка рекламной кампании туристского предприятия.
29. Дисконтирование при оценке экономической эффективности проекта.
30. Оценка конъюнктуры рынка и расчет емкости рынка туристских услуг. Сегментирование рынка и позиционирование турпродукта при разработке бизнес-плана.

Вопросы к экзамену

(В семестр, очно-заочная форма обучения)

1. Термины и определения теории систем в проектной сфере.
2. Процесс как элемент системы управления проектами и изменениями.

3. Системная модель управления проектами и изменениями.
4. Стратегическое управление проектами и изменениями. Особенности стратегического менеджмента проектов в компании.
5. Проекты, ориентированные на стратегию.
6. Бизнес-структурные проекты.
7. Продуктивно-рыночные проекты.
8. Методика КУРО формирования стратегического "меню" проектов.
9. Управление содержанием проекта и изменений в индустрии туризма и гостеприимства Понятие программы и портфеля проектов.
10. Отличия и сходства программ и портфеля проектов.
11. Программа как инструмент управления стратегическими изменениями в организации. Типы программ.
12. Сбор требований. Метод Дельфи. Мозговой штурм. Диаграмма сходства.
13. Составление интеллект-карт.
14. Определение содержания.
15. Иерархическая структура работ проекта.
16. Подтверждение содержания. Содержание продукта.
17. Управление коммуникациями проекта в индустрии туризма и гостеприимства Понятие "коммуникации" в проекте.
18. Факторы, влияющие на коммуникации в проекте.
19. Основные задачи менеджера проекта при планировании коммуникаций. Типы коммуникаций.
20. Определение потребностей стейкхолдеров проекта в коммуникациях.
21. Совещания как форма коммуникаций в проекте. Виды и цели совещаний.
22. Особенности проведения традиционных и виртуальных совещаний. Подготовка и проведение совещаний.
23. Разработка плана коммуникаций и взаимодействий.
24. Управление рисками проекта в индустрии туризма и гостеприимства Риск и неопределенность в управлении проектами.
25. Процессы правления рисками проекта. Идентификация рисков.
26. Качественная оценка рисков. Количественная оценка рисков.
27. Планирование мероприятий по управлению рисками.
28. Мониторинг и управление рисками.
29. Управление стоимостью проекта как процесс. Оценка стоимости проекта. Разработка смет проекта.
30. Управление человеческими ресурсами проекта в индустрии туризма и гостеприимства
31. Определение управления человеческими ресурсами проекта.
32. Организационно-управленческие аспекты формирования проектной команды. Участники проекта и члены команды.
33. Роли и функции участников членов команды. Формирование и функционирование проектной команды. Преобразование группы в команду.
34. Принципы организации командной формы работы. Участники проекта и члены команды: взаимодействие внутри и вне команды.

35. Численный состав команды проекта. «Эффект» команды. Развитие, обеспечение деятельности, трансформация команды.
36. Требования к менеджеру проекта. Лидер и лидерство в команде проекта. Внутриорганизационная среда и проектная команда.
37. Управление конфликтами в проекте в индустрии туризма и гостеприимства. Управление конфликтами как психологическая составляющая менеджмента.
38. Понятие конфликта. Причины возникновения конфликтов в проекте.
39. Оптимальность делового взаимодействия.
40. Инвариантная часть конфликтов. Жизненный цикл конфликта в проекте.
41. Негативные и позитивные последствия конфликтов в проекте.
42. Типы конфликтов в проекте. Психологическое посредничество.
43. Методы управления конфликтами в проекте.
44. Типы конфликтов в зависимости от причины их возникновения и примеры управления ими.
45. Особенности восприятия и поведения в ситуации конфликта в условиях российской действительности.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450229> (дата обращения: 01.04.2022).
2. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449791> (дата обращения: 01.04.2022).

4.2. Дополнительная литература

1. Скобкин, С. С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04473-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453851> (дата обращения: 01.04.2022).
2. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09532-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453848> (дата обращения: 01.04.2022).

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	https://www.russiatourism.ru/	Сайт Федерального агентства по туризму	Свободный доступ
2.	https://www.atorus.ru/	Ассоциация туроператоров России	Свободный доступ

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.