

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



УТВЕРЖДАЮ
Проректор
по учебно-методической работе

А.А. Панфилов

« 20 » января

2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

Направление подготовки 43.03.03 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

Профиль / программа подготовки ГОСТИНИЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Уровень высшего образования БАКАЛАВРИАТ

Форма обучения ОЧНАЯ

Семестр	Трудоемкость зач. ед, час	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточ- ного контроля (экз./зачет)
6	3; 108	36	36		36	Зачет
7	5; 180	36	36		72	КР, Экзамен (36)
Итого	8; 288	72	72		108	Зачет / КР, Экзамен (36)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Организация гостиничного дела» является формирование комплексных знаний о функциях, принципах, методах и формах организации гостиничного дела с целью обоснования стратегии развития гостиничного предприятия и выбора наиболее эффективных способов ее достижения.

Задачами дисциплины являются:

- приобретение комплекса знаний о необходимости и видах бизнес-планирования в гостиничном бизнесе;
- овладение навыками бизнес-планирования гостиничных предприятий;
- формирование умений разрабатывать стратегии развития гостиничного предприятия;
- формирование навыков планирования деятельности гостиничного предприятия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Организация гостиничного дела» является дисциплиной учебного плана направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело».

Процесс изучения дисциплины «Организация гостиничного дела» направлен на формирование у студентов подходов к планированию и прогнозированию деятельности гостиничных предприятиях, способствующих созданию новых потребительских стоимостей (ценностей) и обеспечивающих устойчивые конкурентные преимущества.

Дисциплины, необходимые для освоения данной учебной дисциплины: «Технологии гостиничной деятельности», «Маркетинг гостиничного предприятия», «Экономика гостиничного предприятия», «Реклама и технологии продаж в гостиничном бизнесе», «Гостиничный менеджмент», «Проектирование гостиничной деятельности», «Техническая эксплуатация гостиничных предприятий», «Документирование в гостиничной деятельности»

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих профессиональных компетенций (ПК):

в производственно-технологической деятельности:

- готовностью к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей (ПК-1);

в организационно-управленческой деятельности:

- готовностью анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы (ПК-4);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы, задачи и принципы бизнес-планирования на гостиничном предприятии (ПК-1);
- методику, приемы и технологию планирования на гостиничном предприятии (ПК-

1);

- формы представления бизнес-планов (ПК-4);
 - методы оценки инвестиционных проектов (ПК-4).
- уметь:
- формировать систему показателей и использовать современные технологии сбора и обработки информации в целях разработки бизнес-планов (ПК-1);
 - проводить анализ финансовой отчетности и использовать полученные результаты в целях обоснования бизнес-планов (ПК-4);
 - вырабатывать управленческие решения, исходя из анализа различных вариантов, в целях стратегического развития гостиничного предприятия (ПК-4);
- владеть:
- механизмом перспективного планирования деятельности гостиничного предприятия (ПК-1);
 - навыками расчетов плановых технико-экономических нормативов материальных и трудовых затрат, системы оплаты труда персонала гостиничного предприятия (ПК-1);
 - современными техническими средствами и информационными технологиями для решения аналитических и исследовательских задач при разработке бизнес-планов (ПК-1);
 - методами выявления и оценки затрат гостиничного предприятия на стадии планирования (ПК-4);
 - методами анализа рыночных и специфических рисков (ПК-4).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС		
1.	Бизнес как объект планирования	6	1-2	4	2			4	3/50%	
2.	Общая концепция бизнес-планирования	6	2-3	4	2			4	3/50%	
3.	Содержание и организация внутрифирменного планирования	6	4-5	4	2			4	4/50%	
4.	Прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности гостиничного пред-я	6	5-7	4	4			4	4/50%	Рейтинг-контроль 1
5.	Цель, задачи и особенности составле-	6	7-8	4	2				3/50%	

4/50%

	ния бизнес-плана гостиничного предприятия										
6.	Возможности гостиничного предприятия (резюме)	6	9-11	4	8			6		6/50%	
7.	Виды услуг гостиничного предприятия	6	12-13	4	4			6		4/50%	Рейтинг-контроль 2
8.	Оценка рынков сбыта услуг гостиничного предприятия	6	14-15	4	4			4		4/50%	
9.	Конкуренция на рынках сбыта услуг гостиничного предприятия	6	16-18	4	8			4		6/50%	Рейтинг-контроль 3
Итого по 6 семестру				36	36			36		36/50%	Зачет
10.	План маркетинга проекта гостиничного предприятия	7	1-2	4	4			8		4/50%	
11.	План представления услуг гостиничного предприятия	7	3-4	4	4			8		4/50%	
12.	Организационный план проекта гостиничного предприятия	7	5-6	4	4			8		4/50%	Рейтинг-контроль 1
13.	Правовое обеспечение деятельности проекта гостиничного предприятия	7	7	4				8		2/50%	
14.	Оценка риска и страхование проекта гостиничного предприятия	7	8-9	4	4			8		4/50%	
15.	Финансовый план проекта гостиничного предприятия	7	10-12	4	8			8		6/50%	Рейтинг-контроль 2
16.	Стратегия финансирования проекта гостиничного предприятия	7	13-15	4	8			8		6/50%	
17.	Контроллинг в системе бизнес-планирования	7	16-17	4	2			8		3/50%	
18.	Инновации как инструмент бизнес-планирования	7	17-18	4	2			8		3/50%	Рейтинг-контроль 3
Итого по 7 семестру				36	36			72	КР	36/50%	Экзамен (36)
Всего				72	72			108		72/50%	Зачет/ КР, Экзамен (36)

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционный курс

Тема 1. Бизнес как объект планирования

Понятие и сущность бизнеса. Предприниматели. Индивидуальные и коллективные потребители продукции. Работники, осуществляющие трудовую деятельность по найму, на контрактной или иной основе. Бизнес как система. Основные виды собственности и формы бизнеса. Основные правила игры и эволюция форм бизнеса

Тема 2. Общая концепция бизнес-планирования

Определение и необходимость планирования. Общеэкономическое понимание планирования. Планирование как антипод механизма цен. Управленческое понимание планирования. Планирование – это предвидение. Необходимость планирования в экономической организации. Увеличение размеров фирмы и расширение форм ее деятельности. Подвижность внешней среды. Новый стиль руководства персоналом. Усиление центробежных сил в экономической организации. Пределы планирования. Неопределенность рыночной среды. Издержки бизнес-планирования. Масштабы деятельности фирмы. Сочетание формального планирования с другими способами принятия решений. Специфика российского рынка. Причины неудач внутрифирменного планирования. Принципы планирования в экономической организации

Тема 3. Содержание и организация внутрифирменного планирования

Типы планирования. Степень неопределенности в планировании. Временная ориентация идей планирования. Горизонт планирования. Стратегическое и оперативное планирование. Процесс планирования в экономической организации. Стратегическое планирование. Тактическое планирование. Процесс планирования в организации. Система планов фирмы. Схемы планирования в экономической организации. Стратегические хозяйственные центры: достоинства и недостатки. Функции и структура плановой команды

Тема 4. Прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности гостиничного предприятия

Типы прогнозов бизнес-среды. Виды поискового прогнозирования. Качественный (неколичественный) прогноз. Количественный прогноз. Виды прогнозов. Методы прогнозирования. Методы экспертных оценок. Метод составления сценариев. Методы экстраполяции трендов. Методы регрессионного анализа. Методы экономико-математического моделирования. Технологическое прогнозирование. Морфологический анализ. Анализ перекрестного влияния. Социально-политическое прогнозирование. Профили общественных ценностей. Источники ошибок в прогнозировании

Тема 5. Цель, задачи и особенности составления бизнес-плана гостиничного предприятия

Цели составления бизнес-плана гостиничного предприятия. Задачи составления бизнес-плана гостиничного предприятия. Особенности составления бизнес-плана гостиничного предприятия. Структура бизнес-плана гостиничного предприятия

Тема 6. Возможности гостиничного предприятия (резюме)

Обзор делового предложения гостиничного предприятия. Миссия гостиничного предприятия. Общефирменные цели гостиничного предприятия. Четыре варианта стратегии достижения цели гостиничного предприятия. Стратегическое планирование деятельности гостиничного предприятия

Тема 7. Виды услуг гостиничного предприятия

Определение перечня услуг гостиничного предприятия. Потребности покупателей и спрос на услуги гостиничного предприятия. Прогноз тенденции их изменения. Уровня конкурентоспособности услуг гостиничного предприятия. Жизненный цикл услуг гостиничного предприятия. Ассортиментная политика гостиничного предприятия

Тема 8. Оценка рынков сбыта услуг гостиничного предприятия

Классификация рынков сбыта услуг гостиничного предприятия. Сегментация рынка сбыта услуг гостиничного предприятия. Типология потребителей услуг гостиничного предприятия. Источники информации, которые помогают собрать сведения о потенциальных рынках (покупателях) услуг гостиничного предприятия. Доля рынка гостиничного предприятия. Потенциальный объем продаж (предложение) услуг гостиничного предприятия. Реальный объем продаж услуг гостиничного предприятия. Матрица «Бостон консалтинг групп» (БКГ). Сетка развития услуг и рынка гостиничного предприятия

Тема 9. Конкуренция на рынках сбыта услуг гостиничного предприятия

Анализ рыночной конъюнктуры. Основные конкуренты гостиничного предприятия. Метод «анализ ситуации предприятия». Оценка сильных и слабых сторон гостиничного предприятия. Анализ производственного и хозяйственного профиля основных конкурентов и их рыночной стратегии. Концепция конкурентной стратегии Портера. Матрица конкуренции

Тема 10. План маркетинга проекта гостиничного предприятия

Цели и стратегии маркетинга гостиничного предприятия. Ценообразование гостиничного предприятия. Схема распространения услуг гостиничного предприятия. Методы стимулирования продаж (сбыта) услуг гостиничного предприятия. Реклама гостиничного предприятия. Формирование общественного мнения об услугах и гостиничном предприятии. Бюджет маркетинга гостиничного предприятия. Фирменный стиль гостиничного предприятия. Контроллинг маркетинга гостиничного предприятия

Тема 11. План представления услуг гостиничного предприятия

Схема производственных потоков гостиничного предприятия. Расчет производственной программы гостиничного предприятия. Производственный потенциал гостиничного предприятия. Потребность в основных производственных фондах. Потребность в материальных ресурсах и производственных запасах гостиничного предприятия. Смета расходов на выпускаемую продукцию гостиничного предприятия

Тема 12. Организационный план проекта гостиничного предприятия

Организационная структура гостиничного предприятия. Рабочая сила, не связанная с управлением гостиничным предприятием. Административно-управленческий персонал (АУП) гостиничного предприятия. Кадровая политика гостиничного предприятия

Тема 13. Правовое обеспечение деятельности проекта гостиничного предприятия

Формы организации гостиничного предприятия. Государственное предприятие: систему его подчиненности, границы вмешательства государства в хозяйственную деятельность гостиничного предприятия. Акционерное общество: будущее распределение акционерного капитала между акционерами гостиничного предприятия. Причины выбора формы собственности гостиничного предприятия и организации дела. Возможные перспективы изменения форм собственности гостиничного предприятия. Обоснование выбранной стратегии гостиничного предприятия. Законодательные и нормативные акты, регулирующие деятельность гостиничного предприятия

Тема 14. Оценка риска и страхование проекта гостиничного предприятия

Предпринимательский (коммерческий) риск. Глубина анализа рискованности дела.

Анализ возможных потерь в бизнесе, их источники и виды риска. Оценка ожидаемого размера убытков. Ранжирование рисков по вероятности проявления. Приемлемый уровень риска, определение зоны риска. Организационные меры по профилактике и нейтрализации рисков. Виды страхования проекта. Выбор страховой компании и системы страхования

Тема 15. Финансовый план проекта гостиничного предприятия

Анализ комплекса документов, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность гостиничного предприятия. Оперативный (рабочий) план (отчет) гостиничного предприятия. План (отчет) о доходах и расходах по производству гостиничного предприятия. План (отчет) о движении денежных средств гостиничного предприятия. Балансовый отчет (бюджет) гостиничного предприятия. Переменные затраты гостиничного предприятия. Постоянные затраты гостиничного предприятия. Федеральные налоги. Республиканские налоги. Местные налоги и сборы

Тема 16. Стратегия финансирования проекта гостиничного предприятия

Сущность инвестиционной политики гостиничного предприятия. Объем средств для реализации предлагаемого в бизнес-плане проекта гостиничного предприятия. Потенциальные источники финансирования, формы финансирования. Оптимальный метод использования инвестиций. Срок окупаемости инвестиций. Чувствительность и устойчивость проекта

Тема 17. Контроллинг в системе бизнес-планирования

Сущность контроллинга. Причины возникновения контроллинга. Основные функции и задачи контроллинга. Виды и основные инструменты контроллинга. GAP-анализ. Портфолио-анализ. Расчет маржинальной прибыли. Сравнительные расчеты.

Тема 18. Инновации как инструмент бизнес-планирования

Понятие и классификация инноваций. Сущность инновационного предпринимательства. Виды инновационного предпринимательства. Модели инновационного предпринимательства. Предпринимательство как процесс. Организационные формы инновационных бизнес-фирм. Понятие организационных форм реализации инноваций. Виды инновационных предприятий в сфере науки и техники

Практические занятия

Тема 1. Бизнес как объект планирования

Исследование сущности бизнеса и предпринимательства (2 часа)

Тема 2. Общая концепция бизнес-планирования

Подходы к планированию (2 часа)

Тема 3. Содержание и организация внутрифирменного планирования

Роль внутрифирменного планирования в принятии управленческих решений (2 часа)

Тема 4. Прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности гостиничного предприятия

Экспертное прогнозирование. Оценка дерева целей деятельности гостиничного предприятия (деловая игра) (4 часа)

Тема 5. Цель, задачи и особенности составления бизнес-плана гостиничного предприятия

Структура бизнес-плана гостиничного предприятия (2 часа)

Тема 6. Возможности гостиничного предприятия (резюме)

Разработка проекта гостиницы (8 часов)

Тема 7. Виды услуг гостиничного предприятия

Система формирования и реализации гостиничной услуги (4 часа)

Тема 8. Оценка рынков сбыта услуг гостиничного предприятия

Анализ положения дел в отрасли и потребителей (4 часа)

Тема 9. Конкуренция на рынках сбыта услуг гостиничного предприятия

Разработка стратегии развития предприятия (деловая игра). Оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия (8 часов)

Тема 10. План маркетинга проекта гостиничного предприятия

Маркетинговый план (4 часа)

Тема 11. План представления услуг гостиничного предприятия

Производственный план (4 часа)

Тема 12. Организационный план проекта гостиничного предприятия

Организационная структура гостиничного предприятия. (4 часа)

Тема 14. Оценка риска и страхование проекта гостиничного предприятия

Анализ рисков (4 часа)

Тема 15. Финансовый план проекта гостиничного предприятия

Финансовый план (8 часов)

Тема 16. Стратегия финансирования проекта гостиничного предприятия

Оценка экономической эффективности (8 часов)

Тема 17. Контроллинг в системе бизнес-планирования

Основные функции и задачи контроллинга (2 часа)

Тема 18. Инновации как инструмент бизнес-планирования

Сущность инновационного предпринимательства (2 часа)

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Лекционный материал должен иметь проблемный характер и отражать профиль подготовки слушателей. На лекциях излагаются основные теоретические положения по изучаемой тематике. В процессе изложения всего лекционного материала по всем темам изучаемой дисциплины применяются информационно-коммуникационные технологии. По каждой теме лекционного материала разработаны презентации, которые предоставлены в электронном виде.

Практические занятия проводятся методом группового упражнения, оперативной тренировки, индивидуальных упражнений и последующим обсуждением их решений. Практические занятия по дисциплине ведутся в форме активного обучения и нацелены на закрепление и углубление теоретических знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Рейтинг-контроль № 1, 6 семестр

1. Планирование, как функция управление, это:

- а) осуществление планирования внутренних процессов предприятия;
- б) умение предвидеть будущее предприятия и использовать это предвидение;
- в) достижение наиболее полного использования имеющихся ресурсов;

- г) предварительный процесс принятия решения.
2. Какие основные методы планирования использует технология бизнес-планирования:
- а) оперативные и текущие;
 - б) внутренние и внешние;
 - в) стратегические и текущие;
 - г) текущие и операционные;
 - д) внутрифирменные и оперативные.
3. Ключевыми компонентами типового бизнес-плана являются:
- а) макро- и микросреда бизнеса;
 - б) анализ окружающей среды и полное описание стратегии работы компании в этой среде;
 - в) анализ рынка и конкуренции;
 - г) анализ отрасли и состояния компании.
4. В каком разделе типового бизнес-плана будут представлены результаты исследования рыночных возможностей компании:
- а) анализ конкуренции;
 - б) операционный план;
 - в) план маркетинга;
 - г) анализ целевого рынка;
 - д) анализ отрасли.
5. Главной задачей планирования является:
- а) выявление проблем деятельности предприятия;
 - б) повышение эффективности работы предприятия;
 - в) составление текущих планов деятельности предприятия;
 - г) анализ внешней среды функционирования предприятия;
 - д) обоснование стратегических направлений развития предприятия.
6. Реактивное планирование – это...
- а) составление планов на основе прошлого опыта;
 - б) ориентация на будущее;
 - в) использование всех лучших идей принятия плановых решений;
 - г) использование только текущей ситуации;
 - д) нет правильного варианта ответа.
7. К факторам, препятствующим использованию прогрессивных форм планирования, относятся:
- а) недостаточная квалификация персонала;
 - б) высокая неопределенность факторов среды функционирования предприятия;
 - в) низкая рентабельность деятельности предприятий;
 - г) верны все вышеперечисленные варианты ответов;
 - д) нет правильного варианта ответа.
8. Методикой, подходящей для анализа потенциала предприятия в процессе стратегического планирования, является:
- а) SWOT-анализ;
 - б) PEST-анализ
 - в) SNW-анализ;
 - г) модель Портера;

д) нет правильного варианта ответа.

Рейтинг-контроль № 2, 6 семестр

1. К основным показателям, определяющим эффективность бизнес проекта, не относятся:

- а) срок окупаемости;
- б) рентабельность продаж;
- в) коэффициент оборачиваемости;
- г) чистую прибыль предприятия;
- д) точку самоокупаемости затрат.

2. Какой из перечисленных методов не относится к экспертным методам прогнозирования:

- а) метод Дельфи;
- б) метод анализа дерева целей;
- в) метод генерации идей;
- г) метод аналогий;
- д) матричный метод.

3. Экспертные методы прогнозирования применяются:

- а) в случаях, когда отсутствуют какие-либо статистические данные количественного прогноза;
- б) для целей краткосрочного прогнозирования;
- в) при поисковом прогнозировании для эволюционных процессов;
- г) верны все вышеперечисленные варианты ответов;
- д) нет правильного варианта ответа.

4. Какой из перечисленных методов планирования не подходит для планирования на государственном уровне?

- а) программно-целевой метод;
- б) экспериментальный;
- в) прогнозирование;
- г) балансовый метод;
- д) нет правильного варианта ответа.

5. По наглядности предоставления информации методы планирования могут быть:

- а) табличными;
- б) графическими;
- в) эмпирическими;
- г) верны все вышеперечисленные варианты ответов;
- д) нет правильного варианта ответа.

6. Какие виды оценочных показателей определения эффективности плановой деятельности не относятся к экономическим?

- а) коммерческая эффективность;
- б) народнохозяйственная эффективность;
- в) бюджетная эффективность;
- г) социальная эффективность;
- д) нет правильного варианта ответа.

7. Бизнес-план является:

- а) основным документом внутрифирменного планирования;
- б) всесторонним обоснованием предпринимательского (инвестиционного) проекта;

в) планом-программой деятельности, содержащим систему планомерно организованных мероприятий и показателей;

г) верны все вышеперечисленные варианты ответов;

д) нет правильного варианта ответа.

8. Продолжите фразу: «Технико-экономическое обоснование...»

а) является обязательной частью бизнес-плана;

б) ориентировано на производственно-технические аспекты проекта, а коммерческие и рыночные проблемы будущего бизнеса остаются почти нераскрытыми;

в) является обоснованием плана производства бизнес-плана;

г) раскрывает производственно-технические стороны бизнес-проекта;

д) не имеет отношения к бизнес-планированию.

Рейтинг-контроль № 3, 6 семестр

1. Какой из программных продуктов используется для составления бизнес-планов предприятия?

а) PROJECT-EXPERT;

б) KOREL.EXE;

в) SIMPLEX.EXE;

г) верны все вышеперечисленные варианты ответов;

д) нет правильного варианта ответа.

2. Не является основным плановым документом предприятия:

а) план социально-экономического развития предприятия;

б) годовой бюджет предприятия;

в) технико-экономический план;

г) бизнес-план;

д) нет верного варианта ответа.

3. Назовите хотя бы один элемент, входящий в состав маркетинговой программы (комплекс маркетинг-микс):

а) персонал;

б) прибыль и убытки;

в) продвижение товара;

г) себестоимость продукции;

д) ценообразование;

е) продукт.

4. Цель анализа общего положения гостиничного предприятия

а) обоснование будущих направлений и стратегических изменений в бизнесе, стратегических целей предприятия, целей проекта, его места в системе целей предприятия

б) выявление сильных и слабых сторон организации

в) повышение технического уровня производства

г) завоевание большей доли рынка

д) дистрибуция

5. Методы анализа общего положения гостиничного предприятия

а) модель конкурентных сил М. Портера

б) нормативный

в) балансовый

г) эвристические методы

д) методы математической статистики

- е) Метод БКГ
 - ж) Матричные модели
6. Общие ключевые направления анализа общего положения гостиничного предприятия
- а) сильные и слабые стороны предприятия
 - б) возможности и угрозы со стороны внешней среды
 - в) рынок сбыта
 - г) продвижение
 - д) стратегия конкурента
7. Описание раздела 2 «Предприятие и отрасль» включает следующие основные пункты:
- а) характеристика и основные тенденции развития внешней среды
 - б) проблемы и возможности, предоставляемые окружением гостиничного предприятия
 - в) сильные и слабые стороны гостиничного предприятия
 - г) перечень технологического оборудования
 - д) план инвестиционных операций
8. Емкость рынка это:
- а) суммарный объем товаров, который может быть предложен продавцами
 - б) суммарный объем покупок, которые могут быть совершены покупателями данного товара за определенный период времени при определенных условиях
 - в) суммарная стоимость товаров, предложенная производителями в единицу времени
- Рейтинг-контроль № 1, 7 семестр**
1. План маркетинга в отношении реального исполнения услуги включает
- а) стратегии и мероприятия по повышению качеств услуги маркетинговыми средствами
 - б) стратегии и мероприятия по обеспечению заявляемых качеств услуги посредством конструктивно-технологических усовершенствований
 - в) стратегии и мероприятия по сервисному обслуживанию покупателя
2. Основные элементы планирования сбыта, разрабатываемые в бизнес-плане
- а) реклама
 - б) выбор посредников
 - в) выбор средств транспортировки
 - г) разработка торговой марки
 - д) коммерческая логистика
3. Основные статьи затрат плана маркетинга
- а) затраты на создание отдела маркетинга
 - б) затраты на продвижение
 - в) затраты на сервис
 - г) затраты на маркировку
 - д) затраты на сбыт
4. Основные этапы маркетингового обоснования проекта
- а) анализ общего положения гостиничного предприятия, обоснование целей и вида деятельности
 - б) оценка и прогнозирование рынка сбыта гостиничных услуг
 - в) разработка стратегий и мероприятий маркетингового комплекса

- г) организационное планирование
- д) оценка риска
- 5. Задачи стратегического маркетинга в бизнес-планировании
 - а) анализ общего положения гостиничного предприятия, обоснование выбора целей проекта, его места в системе стратегических целей гостиничного предприятия
 - б) оценка и прогнозирование рынка сбыта услуг
 - в) разработка маркетинговых стратегий
 - г) разработка производственных стратегий
 - д) разработка финансовых стратегий
- 6. Главная цель оценки и прогнозирования рынка сбыта услуг
 - а) сегментация рынка
 - б) выявление факторов конкуренция
 - в) достоверная оценка объема продаж
 - г) определение потенциальной емкости рынка
 - д) прогнозирование рыночной конъюнктуры
- 7. Методы оценки и прогнозирования объема продаж
 - а) методы статистического моделирования
 - б) морфологические методы
 - в) расчет по коэффициентам эластичности
 - г) экспертные оценки
 - д) расчет по нормам потребления
- 8. Объективные факторы, влияющие на выбор методов оценки и прогнозирования объема продаж
 - а) стадия разработки бизнес-плана
 - б) тип проекта
 - в) условия реализации проекта
 - г) сложившаяся практика
- 9. Сколько вариантов обычно имеет прогноз объема продаж?
 - а) один
 - б) два
 - в) три
- 10. Информационная основа планирования маркетинговых стратегий и мероприятий
 - а) результаты сравнительного конкурентного анализа
 - б) отчетные данные о работе гостиничного предприятия
 - в) интернет

Рейтинг-контроль № 2, 7 семестр

- 1. Базовые стратегии обеспечения конкурентных преимуществ
 - а) стратегия относительно цены на услугу
 - б) стратегия относительно качества услуги
 - в) стратегии относительно цены и качества услуги
 - г) стратегия продвижения
- 2. Разделы бизнес -плана, посвященные планированию производственных ресурсов
 - а) план производства
 - б) план производства и реализации продукции
 - в) план разработки конструкции
 - г) операционный план

3. Основная цель организационного плана
- а) организация управления проектом
 - б) организация производства и реализации продукции
 - в) организация разработки конструкции
 - г) организация финансирования проекта
4. Деловое расписание проекта содержит информацию
- а) об организационной структуре проекта
 - б) о времени реализации проекта
 - в) о наиболее важных, затратоемких событиях (операциях) по проекту с указанием планируемых сроков, затрат и исполнителей
5. В какой раздел типового бизнес-плана следует включить описание команды менеджмента компании (или проекта):
- а) описание отрасли;
 - б) организационный план;
 - в) операционный план;
 - г) план маркетинга.
6. Укажите, какой из перечисленных пунктов входит в состав финансового плана типовой модели бизнес-плана:
- а) калькуляция себестоимости изделия;
 - б) смета общехозяйственных расходов;
 - в) план прибыли и убытков;
 - г) смета общепроизводственных доходов.
7. В каком разделе управленческого бизнес-плана формулируется общая целевая задача гостиничного предприятия на планируемый период:
- а) в плане маркетинга;
 - б) в общем плане гостиничного предприятия;
 - в) в финансовом плане;
 - г) в плане оказания услуг.
8. Контроль качества является составной частью:
- а) плана продаж;
 - б) плана складских операций;
 - в) операционного плана;
 - г) финансового плана.
9. Увеличение доли рынка, как цель бизнес-плана, относится к:
- а) финансовым целям;
 - б) общим целям;
 - в) стратегическим целям;
 - г) функциональным целям.
10. Оценка финансовой состоятельности проекта предполагает:
- а) расчет показателей доходности проекта;
 - б) обоснование достаточности средств для осуществления платежей за весь период разработки и реализации проекта;
 - в) обоснование доходов за весь период реализации проекта;
 - г) обоснование расходов за весь период разработки и реализации проекта;
 - д) составление балансового отчета.

Рейтинг-контроль № 3, 7 семестр

1. В основе принятия инвестиционного решения лежат:
 - а) оценка и сравнение предполагаемых инвестиций и дисконтированной величины будущих доходов;
 - б) оценка и сравнение цены и себестоимости по будущей продукции;
 - в) оценка и сравнение доходов и затрат за весь период реализации проекта;
 - г) оценка и сравнение объема предполагаемых инвестиций и будущих денежных поступлений (доходов).
2. Если сопоставление первоначальной суммы инвестиционных вложений и суммарного приведенного дохода приводит к получению отрицательной величины, то это значит:
 - а) инвестиционные вложения эффективны;
 - б) инвестиционные вложение не эффективны;
 - в) ответ не может быть получен
3. Какой тип бизнес-плана следует разработать для управления текущей деятельностью и развитием гостиничного предприятия:
 - а) бизнес-план проекта;
 - б) управленческий бизнес-план;
 - в) финансовый план;
 - г) целевой бизнес-план;
 - д) маркетинговый план.
4. Финансовое планирование включает следующие действия:
 - а) планирование доходов и поступлений, а также планирование расходов и отчислений;
 - б) составление баланса доходов и расходов;
 - в) анализ финансового положения гостиничного предприятия;
 - г) верны все вышеперечисленные варианты ответов;
 - д) нет правильного варианта ответа.
5. К оперативным финансовым планам следует отнести:
 - а) балансовый план;
 - б) план доходов и расходов;
 - в) платежный календарь и кассовый план;
 - г) план денежных поступлений и выплат;
 - д) нет правильного варианта ответа.
6. Организационный план бизнес-плана не содержит:
 - а) организационную структуру гостиничного предприятия;
 - б) планирование производственных ресурсов;
 - в) обоснование фонда оплаты труда;
 - г) особенности кадровой политики гостиничного предприятия;
 - д) штатное расписание.
7. Для разработки оперативных планов оказания услуг применяют следующие методы:
 - а) объемный метод;
 - б) календарный метод;
 - в) объемно-календарный метод;
 - г) верны все вышеперечисленные варианты ответов;
 - д) нет правильного варианта ответа.

8. Каким образом формируется бюджет рекламных мероприятий?
- а) на основе оценки средств, расходуемых конкурентами;
 - б) на основе определения процента с оборота;
 - в) исходя из собственных запланированных рекламных средств;
 - г) верны все вышеперечисленные варианты ответов;
 - д) нет правильного варианта ответа.
9. План производства (оказания услуг) включает:
- а) планирование программы оказания услуг, организационную структуру гостиничного предприятия;
 - б) планирование производственного процесса;
 - в) планирование потребности в ресурсах;
 - г) верны все вышеперечисленные варианты ответов;
 - д) нет правильного варианта ответа.
10. Перечислите основные методы оценки риска, используемые в бизнес планировании
- а) экспертный атрибутивный
 - б) экспертный балльный
 - в) статистического моделирования
11. Назовите основные элементы правового обеспечения проекта
- а) выбор организационно-правовой формы
 - б) выбор формы юридического обслуживания бизнеса
 - в) описание налоговых и других льгот
 - г) учредительные документы
 - д) меморандум о конфиденциальности
12. Исходные параметры для формирования финансового плана проекта
- а) инвестиционные и текущие издержки по проекту
 - б) экономические параметры реализации проекта
 - в) маркетинговые исследования рынка
 - г) прогноз продаж
13. Отличие понятия «себестоимость» и «текущие издержки производства и реализации» заключается в
- а) нет отличий
 - б) себестоимость включает все расходы текущего периода
 - в) отличается по законодательно установленным позициям
14. Чистый оборотный капитал планируется как.
- а) разность между спрогнозированной потребностью в оборотном капитале и планируемыми устойчивыми краткосрочными обязательствами
 - б) разность между спрогнозированной потребностью в оборотном капитале и планируемыми краткосрочными обязательствами
 - в) не планируется
15. План прибылей (убытков) по проекту составляется.
- а) в форме бухгалтерской отчетности
 - б) в соответствии с действующими нормами и правилами, но по упрощенной форме
 - в) произвольно
16. Допишите основные элементы стратегии финансирования проекта
- а) определение суммы средств, необходимой для реализации проекта
 - б) выбор источников финансирования необходимых средств

- в) разработка кредитного плана
- 17. Нефинансовые критерии оценки приемлемости проекта
 - а) уникальность идеи товарного предложения
 - б) рентабельность отрасли
 - в) опыт работы команды управления
 - г) экологические показатели деятельности
 - д) степень проработанности проектных решений
 - е) условия инвестиционного соглашения
- 18. Что такое срок окупаемости проекта
 - а) это период времени, начиная с которого предприятие будет работать только на себя
 - б) это период времени, необходимый для возмещения затрат по проекту
 - в) это время, в течение которого будут оплачиваться начальные инвестиции
- 19. Методы оценки и прогнозирования объема продаж
 - а) методы статистического моделирования
 - б) морфологические методы
 - в) расчет по коэффициентам эластичности
 - г) экспертные оценки
 - д) расчет по нормам потребления
- 20. Общие ключевые направления анализа общего положения гостиничного предприятия
 - а) сильные и слабые стороны гостиничного предприятия
 - б) возможности и угрозы со стороны внешней среды
 - в) рынок сбыта
 - г) продвижение
 - д) стратегия конкурента

Вопросы к зачету, 6 семестр

1. Место планирования в системе управления гостиничным предприятием.
2. Виды планов.
3. Процесс планирования.
4. Основные принципы планирования.
5. Методы планирования и их сущность.
6. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства. Основные цели и задачи.
7. Содержание и структура бизнес-плана гостиничного предприятия.
8. Методы и средства планирования.
9. Методы разработки плановых норм и нормативов.
10. Система планирования на гостиничном предприятии.
11. Место прогнозирования в планировании деятельности гостиничного предприятия.
12. Факторографические методы прогнозирования.
13. Экспертные методы прогнозирования.
14. Нормы и нормативы и их назначение в планировании.
15. Место стратегического планирования в управлении гостиничным предприятием.
16. Процесс стратегического планирования.
17. Исследование внешней и внутренней среды гостиничных предприятий.
18. Сущность SNW-анализа.
19. Проведение PEST-анализа гостиничного предприятия.

20. SWOT-анализ гостиничного предприятия.
21. Использование матриц стратегического выбора в процессе формирования стратегии гостиничного предприятия.
22. Определение эффективности стратегии.
23. Организация службы планирования на гостиничном предприятии.
24. Технология и техника планирования (скользящая, последовательная).
25. Экономическая оценка планов.
26. Текущее внутрифирменное планирование (тактическое).
27. Содержание и структура плана маркетинга гостиничного предприятия.
28. Планирование реализации продукции гостиничного предприятия.
29. Планирование производственных программ гостиничных предприятий.
30. Задачи и содержание плана материально-технического обеспечения гостиничного предприятия.
31. Планирование потребности в гостиничном персонале.
32. Цели, задачи и функции финансового планирования.
33. Содержание финансового плана гостиничного предприятия.
34. Программные модули внутрифирменного планирования.

Вопросы к экзамену, 7 семестр

1. Функции бизнес-плана при управлении гостиничным предприятием.
2. Анализ внешней и внутренней бизнес-среды гостиничного предприятия.
3. Анализ отрасли. Анализ целевого рынка. Анализ конкуренции.
4. Безубыточность. График достижения безубыточности.
5. Бизнес как объект планирования.
6. Бизнес-планирование в системе управления гостиничным предприятием.
7. Бизнес-планы для решения практических задач управления гостиничным предприятием (целевые бизнес-планы).
8. Бизнес-проект как инновационный замысел.
9. Виды моделей, применяемых при бизнес-планировании.
10. Виды скидок в ценовой политике гостиничного предприятия.
11. Инвестиционный план (проект).
12. Исходная информация для составления бизнес-проектов.
13. Классификация бизнес-проектов.
14. Классификация видов и форм планирования.
15. Ключевые компоненты типового бизнес-плана.
16. Кредиты и инвестиции в бизнес-планировании.
17. Макеты некоторых видов целевого бизнес-плана.
18. Маркетинговый план гостиничного предприятия. Стратегии маркетинга.
19. Масштаб и уровни планирования гостиничного бизнеса.
20. Методология и организация планирования гостиничного бизнеса.
21. Методы защиты гостиничного бизнеса.
22. Методы и приемы эффективных продаж гостиничных услуг.
23. Методы подбора гостиничного персонала.
24. Методы снижения рисков гостиничного предприятия.
25. Механизм планирования гостиничного бизнеса.
26. Назначение, структура и методика расчетов основных документов финансового планирования гостиничного предприятия.

27. Общая характеристика бизнес-плана гостиничного предприятия.
 28. Операционный план. План оказания услуг.
 29. Определение величины собственных и заемных средств, необходимых для реализации бизнес-плана гостиничного предприятия
 30. Определение времени возврата гостиничным предприятием заемных средств
 31. Организационная структура гостиничного предприятия.
 32. Организация системы бизнес-планирования в гостиничном бизнесе.
 33. Основные технологии продукции бизнес-планирования.
 34. Особенности бизнес-планирования как формы планирования.
 35. Особенности бизнес-планирования гостиничного бизнеса.
 36. Особенности разработки моделей бизнес-процессов
 37. Особенности составления бизнес-плана в сфере услуг.
 38. Оформление бизнес-плана. Резюме. Описание отрасли. Характеристика объекта гостиничного бизнеса.
 39. Оценка и страхование риска в сфере гостиничных услуг.
 40. Оценка показателей финансовой устойчивости гостиничного предприятия.
 41. Оценка рынков сбыта и конкурентов гостиничного предприятия.
 42. План маркетинга гостиничного предприятия.
 43. Разработка бизнес-идеи.
 44. Роль бизнес-планирования в рыночной экономике.
 45. Состав и структура разделов бизнес-плана гостиничных предприятий.
 46. Стратегии роста гостиничных предприятий.
 47. Стратегическое и инвестиционное планирование. Стратегические цели гостиничного предприятия.
 48. Стратегия финансирования гостиничного предприятия. Ее цели, сущность и содержание.
 49. Структура финансового плана гостиничного предприятия.
 50. Сущность стратегического планирования.
 51. Типы бизнес-планов.
 52. Финансовые риски.
 53. Характеристика разделов типового бизнес-плана: аналитические, ключевые, приложения.
 54. Ценовая политика гостиничного предприятия.
 55. Этапы и сущность планирования гостиничного бизнеса.
- Вопросы и задания для самостоятельной работы студентов**
- Тема 1. Бизнес как объект планирования. Ответить на следующие вопросы:
1. Какие группы выступают участниками бизнеса?
 2. Как Вы сможете сформулировать их целевой интерес?
 3. Какие свойства характеризуют как систему?
 4. Что включают в себя правила игры?
 5. Назовите критерии классификации форм бизнеса?
 6. Что понимают под концепцией бизнеса?
 7. Какие факторы благоприятствуют созданию предпринимательского климата?
 8. Какие факторы отрицательно воздействуют на развитие предпринимательской деятельности?
 9. В чем сущность концепции интрапренерства?

Тема 2. Общая концепция бизнес-планирования. Ответить на следующие вопросы:

1. В чем заключается общеэкономическое планирование?
2. В чем заключается управленческое планирование?
3. В чем преимущества планирования в экономической организации?
4. Чем объясняется подвижность внешней среды?
5. Что предоставляет работнику новый стиль управления?
6. Что подразумевают под плоскостным и венчурным менеджментом?
7. Каковы пределы планирования?
8. Каковы издержки бизнес-планирования?
9. Как можно сочетать бизнес-планирование с другими способами принятия решений?
10. Каковы препятствия для осуществления эффективного планирования?
11. Назовите принципы планирования в организации?

Тема 3. Содержание и организация внутрифирменного планирования. Ответить на следующие вопросы:

1. Назовите признаки, определяющие тип планирования в организации?
2. В чем заключается временная ориентация идей планирования?
3. Какие планы составляются организацией в зависимости от периода планирования?
4. Каковы две основные стадии процесса планирования?
5. Каковы основные этапы планирования в организации?
6. Что включает в себя система планов?
7. Что включают в себя системы планирования?
8. В чем заключаются достоинства и недостатки стратегических хозяйственных центров (СХЦ)?

Тема 4. Прогнозирование деловой бизнес-среды и его применение в деятельности гостиничного предприятия. Ответить на следующие вопросы:

1. Какие типы прогнозирования используются для предсказания будущего развития гостиничного предприятия?
2. По каким признакам можно классифицировать виды прогнозов?
3. На какие группы можно разделить общие методы прогнозирования?
4. В чем сущность методов экспертной оценки?
5. Каково содержание метода составления сценариев?
6. На чем основаны методы экстраполяции трендов?
7. Что исследует регрессионный анализ?
8. Какие модели используются во внутрифирменном планировании?
9. Какова роль технологического прогнозирования в бизнес-планировании?
10. В чем роль морфологического влияния?
11. Какие методы используются в социально-политическом прогнозировании?

Тема 6. Возможности гостиничного предприятия.

Задание: составить резюме проектируемого гостиничного предприятия, по следующим параметрам:

1. Полное и сокращенное наименование гостиничного предприятия.
2. Дата регистрации гостиничного предприятия, номер регистрационного свидетельства; наименование органа, зарегистрировавшего гостиничное предприятие.
3. Почтовый и юридический адреса: индекс, республика, область, автономный округ и

т. д.

4. Подчиненность - вышестоящий орган.
5. Миссия гостиничного предприятия.
6. Экономический сектор отрасли – гостиничный бизнес
7. Перечень основной продукции и услуг, предлагаемых данной отраслью.
8. Географическое положение отраслевого рынка (локальный, региональный, национальный, международный).
9. Основной вид деятельности гостиничного предприятия.
10. Характерные условия работы (циклы деловой активности, взаимодействие с государственными органами и т. д.).
11. Характеристика основных клиентов (имеющихся и потенциальных).
12. Организационно-правовая форма гостиничного предприятия.
13. Наименование и местоположение дочерних компаний и филиалов.
14. Банковские реквизиты.
15. Адрес налоговой инспекции, контролирующей гостиничное предприятие.
16. Форма собственности (код СКФС)
17. Наиболее влиятельные акционеры (пайщики).
18. Информация о включении гостиничного предприятия в государственный реестр Российской Федерации предприятий-монополистов: федеральный; местный.
19. Ф.И.О. и контактные телефоны (факсы, электронная почта и т. п.) руководства гостиничного предприятия.
20. Возраст предприятия, период работы на отраслевом рынке.
21. Количество работающих в гостиничном предприятии.
22. Финансовое состояние гостиничного предприятия. Структура и размер капитала.
23. Технический уровень и характеристика выпускаемой в настоящее время продукции.
24. Объем выпуска услуг и доля рынка, которой владеет гостиничное предприятие. Динамика овладения рынка гостиничным предприятием.
25. Программа и главная цель деятельности гостиничного предприятия.
26. Подцели деятельности гостиничного предприятия, т. е. конкретные достижения, к которым оно должно стремиться. В качестве таких подцелей могут быть названы:
 - увеличение объемов продаж до _____, что равняется приросту на _____% по сравнению с предшествующим периодом;
 - получение чистой прибыли в размере _____ что на _____% превышает показатель предшествующего периода;
 - увеличение доли на существующем рынке с _____% до _____% и другие.
27. Основные стратегии гостиничного предприятия, разработанные для достижения этих целей.
28. Состав конкретных мероприятий, которые необходимо предпринять в рамках каждой стратегии.
29. Суть предлагаемого бизнеса: его соответствие целям гостиничного предприятия и потенциальная эффективность.
30. Предполагаемые формы участия инвесторов в деятельности гостиничного предприятия.
31. Позиционирование на рынке предлагаемых услуг и возможные конкуренты.
32. Наиболее перспективные клиенты гостиничного предприятия (в порядке убыва-

ния).

33. Чем предлагаемые гостиничным предприятием услуги лучше подобной продукции конкурентов и почему потребители захотят приобрести именно их.

34. Совокупная стоимость предлагаемого бизнес-проекта и потребность в финансировании.

35. Возможные источники финансирования.

36. Гарантии по возврату кредита.

37. Прогноз объемов продаж услуг в планируемом периоде.

38. Ожидаемая выручка от продаж в планируемом периоде.

39. Планируемые затраты на оказание услуг.

40. Ожидаемая чистая прибыль.

41. Уровень прибыльности инвестиций в рассматриваемый проект.

42. По истечении какого срока может быть гарантирован возврат заемных средств (или инвесторы начнут получать доход).

43. Перспективы развития данного бизнеса.

Тема 7. Виды услуг гостиничного предприятия.

Задание: на основании представленных ниже критериев составить 2 раздел бизнес-плана

1. Наименование нового продукта и его спецификация.

2. Назначение и области применения.

3. Заменяет ли новый продукт старый? /

4. Вписывается ли предлагаемый продукт в существовавший до этого ряд продуктов?

5. Является ли идея продукта прогрессивной или ностальгической?

6. Название товара (услуги).

7. Наглядное изображение товара (фотография или рисунок).

8. Основные технико-экономические и потребительские характеристики товара (услуги).

9. Какие потребности (настоящие и потенциальные) призван удовлетворять предлагаемый товар (услуга)?

10. Степень соответствия продукта внутренней структуре гостиничного предприятия.

11. Степень освоения предлагаемой к производству продукции.

12. Имелись ли похожие продукты, которые уже были реализованы, и если да, то с каким успехом?

13. Наличие лицензии на производство товара (оказание услуги), использование товарного знака.

14. Насколько данный товар (услуга) отвечает требованиям законодательства, традициям и обычаям страны рынка?

15. Наличие сертификата или необходимость выполнения сертификационных требований.

16. Регулярность приобретения данного товара (услуги).

17. Степень изменчивости спроса на данный товар (услугу).

18. Дорогой это товар (услуга) или нет?

19. На каких рынках и каким образом он продается?

20. Стадия жизненного цикла, на которой находится товар (услуга) в настоящий момент.

21. Могут ли конкуренты в ближайшее время выпустить подобный продукт.

22. Почему потребители отдают предпочтение данному товару (услуге) гостиничного предприятия? Что составляет основное, преимущество предлагаемого продукта в глазах потребителей? В чем его недостатки?

23. Цены, по которым продается товар (услуга). Затраты, которые требуются для его производства (оказания). Чистая прибыль, которую будет приносить продажа одной единицы товара (услуги).

24. Имеются ли предложения об улучшении товара или услуги, дальнейшем расширении (сокращении) масштаба его производства или ее предоставления?

25. Насколько реальна концепция продукта и будет ли он выполнять те функции, которые декларируются авторами проекта?

Тема 8. Оценка рынков сбыта услуг гостиничного предприятия

Задание: на основании представленных ниже критериев составить 3 раздел бизнес-плана

1. Рынки, на которые «нацелен» бизнес. Их типы и наименование (например, рынок гостиничных услуг).

2. Какие перспективные рынки изучает гостиничное предприятие для расширения операций?

3. Местоположение рынков относительно гостиничного предприятия (регион и концентрация населения).

4. Характеристика основных и вспомогательных рынков (их размеры, тенденции и ожидаемые ближайшие изменения).

5. Предполагаемая емкость каждого из этих рынков.

6. Благодаря какой системе сбыта можно наилучшим образом проникнуть на эти рынки?

7. Почему определенные социологические группы покупают именно эти услуги, а не другие аналогичные?

8. Каково отношение населения в целом к услугам той группы, к которой относится и предлагаемая гостиничным предприятием продукция?

9. Какие специфические требования выдвигают определенные группы населения по отношению к услугам данной группы?

10. Характеристики основных потребителей данного вида услуг (пол, социально-экономическая группа, возраст и др.),

11. Проанализированы ли рынки (сегменты рынка) по степени конкурентной борьбы?

12. Прогнозы изменения потребностей покупателей в каждом из рынков и сегментов.

13. Уязвимость рынка.

14. Стадия развития рынков (тенденции роста или снижения).

15. Как гостиничное предприятие предполагает реагировать на эти изменения?

16. Как проводятся изучение потребностей и оценка спроса? Какие методы при этом используются? Кто проводит исследование: само гостиничное предприятие или фирмы специального профиля?

17. Прогнозы изменения емкости сегментов на каждом рынке в ближайшее время и в перспективе.

18. Потенциальный объем продаж.

Тема 9. Конкуренция на рынках сбыта услуг гостиничного предприятия

Задание: на основании представленных ниже критериев составить 4 раздел бизнес-плана

1. Является ли область деятельности гостиничного предприятия новой, динамичной или же давно существующей, консервативной?

2. Карта конкурентов.

3. Число гостиничных предприятий-конкурентов, их названия

4. Какую часть рынка контролируют крупные гостиничные предприятия-конкуренты? Какова динамика овладения рынка этими предприятиями?

5. Факторы, определяющие конкуренцию в настоящем и будущем.

6. Тенденции, которые могут изменить расстановку сил в конкурентной борьбе.

7. Как обстоят дела у конкурентов: с доходами, с внедрением новых моделей и пр.

8. Что является предметом наиболее жесткой конкуренции в данной сфере деятельности (цена, качество, имидж и др.)?

9. Какие планы существуют у конкурентов в отношении их доли рынка, повышения рентабельности предоставления услуг и увеличения объема продаж?

10. Какой рыночной стратегии придерживаются конкурирующие гостиничные предприятия в настоящее время?

11. С помощью каких средств обеспечивают они ее реализацию?

12. Каковы их сильные и слабые стороны?

13. Какие действия можно ожидать в будущем от существующих и возможных конкурентов?

14. Много ли внимания и средств гостиничные предприятия-конкуренты уделяют рекламе своих услуг? Услугами каких рекламных фирм они пользуются?

15. Что представляют собой услуги конкурентов.

16. Каков уровень цен на услуги конкурентов? Какова хотя бы в общих чертах их политика цен?

17. Каков имидж конкурентов?

18. На какой стадии жизненного цикла товара или услуги ваша фирма собирается выйти на рынок?

19. Насколько эффективно конкуренты откликаются на запросы и желания потребителей?

20. Какие новые виды гостиничного сервиса необходимы на рынке?

21. Как и почему в зависимости от конкуренции следует расширять или сокращать ассортимент услуг?

22. Какой рыночной стратегии придерживаются конкуренты в настоящее время?

Тема 10. План маркетинга проекта гостиничного предприятия

Задание: на основании представленных ниже критериев составить 5 раздел бизнес-плана

1. Каков основной подход в гостиничном предприятии к ценообразованию? Какая стратегия используется:

- высокое качество или уникальность услуги - высокая цена;
- цена в зависимости от цен конкурентов;
- низкие издержки - низкая цена или др.

2. Какова цена на гостиничные услуги?

3. Насколько цены отражают спрос, конкурентоспособность услуг?

6. Может ли гостиничное предприятие при таких ценах контролировать достаточную часть рынка?

7. Какова динамика цен конкурентов?

8. Соответствуют ли предлагаемые цены имиджу гостиничного предприятия?
9. Как относятся покупатели к установленным ценам на гостиничные услуги?
10. Какова вероятная реакция покупателей на повышение или понижение цен на услуги, т. е. эластичность спроса?
11. Какие сегменты потребителей получают наибольший выигрыш от снижения цен? Каковы емкость и удельный вес этих сегментов?
12. Какое количество покупателей может потерять гостиничное предприятие при повышении цен на услуги?
13. Использует ли гостиничное предприятие политику стимулирования цен?
14. Как действует гостиничное предприятие, когда ее конкуренты снижают цены?
15. Какова ценовая политика гостиничного предприятия?
16. Как осуществляются выбор и оценка различных методов стимулирования сбыта (кредит, скидка при покупке и т. д.):
 - работников фирмы;
 - посредников;
 - потребителей.
17. Какие цели поставлены перед рекламой и как они соотносятся с целями фирмы?
18. Что является объектом рекламы?
19. На кого направлена реклама (целевые группы покупателей, сегмент рынка, рынок в целом и др.)?
20. Какие и как используются средства массовой коммуникации в рекламной деятельности?
21. Сколько средств выделяется на рекламу?
22. Какими основаниями пользуются работники гостиницы при выборе ее вида?
23. С какими рекламными компаниями работает гостиничное предприятие?
24. Как расценивают покупатели качество обращений и формы представления рекламы гостиницы?
52. Какова эффективность рекламной работы и возможность ее повышения?
53. Целесообразно ли на гостинице создавать службу связи с общественностью?
54. Целесообразна ли организация встреч с представителями общественности и средств массовой информации? Если целесообразна, то с какой периодичностью?
55. Как ведется работа по организации публицити?
56. Регулярно ли приглашаются на пресс-конференции представители прессы, радио и телевидения?
57. Членом, каких общественных ассоциаций является гостиница?
58. Как организовано планирование контроллинга?
59. Какие информационные области (экономические рамочные условия, наблюдающиеся качественные тенденции, наблюдение за конкурентами и т. д.) охватывает контроллинг?
60. Какие методы анализа применяются в контроллинге?
61. Какие вопросники, формуляры и т. п. используются на фирме при контроллинге, в том числе стандартные и, собственной разработки?

Тема 11. План производства (оказания услуг) проекта гостиничного предприятия

Задание: на основании представленных ниже критериев составить 6 раздел бизнес-плана

1. Где будут оказываться услуги - на действующем или вновь создаваемом гостиничном

предприятия?

2. Насколько удачно выбрано месторасположение гостиницы исходя из близости к рынку, поставщикам, доступности рабочей силы, транспорта и т. д.?
3. Потребность в производственных мощностях и график ввода их в эксплуатацию.
4. Какие основные средства необходимы для организации производства? Какова динамика их изменения на перспективу?
5. Какова потребность в материальных ресурсах и производственных запасах?
6. Какие возможны затруднения при организации производства?
7. Как будет осуществляться планирование производства и какова процедура составления производственных планов и расписаний?
8. На каких стадиях, какими методами и в соответствии с какими стандартами будет проводиться контроль качества?
9. Предусмотрена ли система охраны окружающей среды и утилизации отходов?
10. Каковы будут издержки производства? Какова динамика их изменения?
11. Какие новые технологии планируется использовать в производственном процессе?
12. Особенности подготовки производства, этапность и затраты на ее проведение.

Тема 12. Организационный план проекта гостиничного предприятия

Задание: на основании представленных ниже критериев составить 7 раздел бизнес-плана

Раздел I. Организационная структура гостиничного предприятия:

1. Организационная схема управления гостиницей, ее структура.
2. Состав подразделений и их функции. Положения о структурных подразделениях.
3. Организация координирования и взаимодействия служб и подразделений гостиницы.
4. Автоматизация системы управления гостиницей.
5. Соответствие организационной структуры целям и стратегиям гостиницы.

Раздел II. Рабочая сила, не связанная с управлением гостиничным предприятием:

1. Потребность в кадрах по профессиям.
2. Квалификационные требования.
3. Форма привлечения к труду (постоянная работа, совместительство и т. д.).
4. Заработная плата по профессиям.
5. Наличие квалифицированной и неквалифицированной рабочей силы в месте нахождения гостиницы.
6. Виды специальной подготовки и особые условия, требующиеся для работников гостиничного предприятия.
7. Соотношение между числом основных и вспомогательных рабочих.
8. Дополнительные материальные льготы для сотрудников гостиницы (страхование за счет гостиницы, доплата за использование личного автотранспорта в служебных целях, доплаты на питание и т. д.) в сравнении с другими гостиницами том же географическом районе и в той же отрасли.
9. Режим труда в гостинице и сменяемость рабочей силы.
10. Система стимулирования основных и вспомогательных рабочих (за деятельность по повышению качества работы и др.).
11. Степень текучести и прогулов кадров.

Раздел III. Административно-управленческий персонал (АУП) гостиничного предприятия:

При описании управленческих кадров гостиницы помимо части вопросов из предыдущей группы необходимо дополнительно указать:

1. Соотношение между числом АУП и рабочих.
2. Общие сведения об исполнительных работниках и руководящем персонале:
 - а) возраст;
 - б) образование;
 - в) срок работы на данной фирме;
 - г) предыдущие три должности и места работы, срок работы в каждой должности;
 - д) владение акциями гостиницы;
 - е) функциональные обязанности;
 - ж) права и полномочия;
 - з) опыт работы;
 - и) достоинства и недостатки;
 - к) рекомендации по самосовершенствованию и повышению квалификации.
3. Система персональной ответственности за выполнение работ, непосредственно влияющих на экономическое положение гостиницы.
4. Система стимулирования труда управленческих работников:
 - а) материальные стимулы;
 - б) моральные стимулы.
5. Имелись ли на фирме в последнее время потери ведущих специалистов и если имелись, то по какой причине?

Раздел IV. Кадровая политика гостиничного предприятия:

1. Принципы отбора сотрудников.
2. Принципы найма (контрактная система, «пожизненный» наем, испытательный срок и т. д.).
3. Создание системы планирования профессиональной подготовки, повышения квалификации и переподготовки кадров.
4. Выбор метода и периодичности оценки качества работы сотрудников.
5. Система продвижения работников по службе (система «профессионального продвижения», работа с резервом).

Тема 13. Правовое обеспечение деятельности проекта гостиничного предприятия

Задание: на основании представленных ниже критериев составить 8 раздел бизнес-плана

1. Дата создания и регистрации гостиничного предприятия.
2. Где и кем она зарегистрирована.
3. Учредительные документы.
4. Зарегистрированный офис.
5. Форма собственности.
6. Наиболее значительные пайщики (акционеры).
7. Для акционерного общества:
 - а) количество разрешенных к выпуску акций;
 - б) количество выпущенных акций;
 - в) количество обращающихся акций;
 - г) номинальная стоимость одной акции;
 - д) рыночная стоимость одной акции;
 - е) динамика изменения рыночной стоимости акции.

8. Изменения в законодательстве, которые могут оказать влияние на деятельность гостиницы и другие документы (контракты, договора на аренду, торговые марки и знаки и т. д.).

Тема 14. Оценка риска и страхование проекта гостиничного предприятия

Задание: на основании представленных ниже критериев составить 9 раздел бизнес-плана

1. Привести перечень возможных рисков с указанием вероятности их проявления и ожидаемого ущерба от этого;
2. Указать организационные меры по профилактике и нейтрализации указанных рисков;
3. Представить программу страхования от рисков;
4. Указать: в каких компаниях, на каких условиях (по какой системе) и на какую сумму застрахованы риски;
5. Проанализировать страховые полисы.

Тема 15. Финансовый план проекта гостиничного предприятия

Задание: на основании представленных ниже критериев составить 10 раздел бизнес-плана

1. Выбрать для гостиницы наиболее прибыльную номенклатуру услуг
2. Оценить целесообразность инвестиций для приобретения нового оборудования или новых технологий;
3. Проанализировать прибыльность существующего ассортимента услуг, а также целесообразность перехода к производству новой продукции
4. Представить комплект планово-отчетных документов
5. Провести анализ основных финансовых показателей, характеризующих эффективность деятельности гостиницы

Тема 16. Стратегия финансирования проекта гостиничного предприятия

Задание: на основании представленных ниже критериев составить 11 раздел бизнес-плана

1. Сколько нужно средств для реализации предлагаемого в бизнес-плане проекта?
2. Откуда можно получить необходимые средства и в какой форме?
3. Как лучше использовать инвестиции?
4. Когда инвестиции начнут приносить доход?
5. Какова чувствительность и устойчивость проекта?

Тема 17. Контроллинг в системе бизнес-планирования. Ответить на следующие вопросы:

1. Что понимается под контроллингом в системе бизнес-планирования?
2. Что является основными компонентами контроллинга?
3. Что включает цикл контроллинга?
4. Что означает философия доходности?
5. Назовите основные функции и задачи контроллинга?
6. Какие различают виды контроллинга?
7. Какие Вы знаете основные инструменты контроллинга?

Тема 18. Инновации как инструмент бизнес-планирования. Ответить на следующие вопросы:

1. Как можно определить термин инновация?
2. Какие различают виды инноваций?
3. Назовите модели инновационного предпринимательства?
4. Укажите источники инновационных идей?

5. Какие организационные формы используются в малом исследовательском бизнесе за рубежом?

Темы рефератов 6 семестр

1. Планирование как инструмент управления гостиничным бизнесом.
2. Экономические отношения и инвестиции в сфере гостеприимства.
3. Основные экономические показатели бизнес-среды гостиничных предприятий.
4. Методология и организация бизнес-планирования в индустрии гостеприимства.
5. Методическое и информационное обеспечение бизнес-планирования в индустрии гостеприимства.
6. Бизнес-идея как инновационный замысел.
7. Бизнес-планирование в работе гостиниц.
8. Структура и содержание бизнес-плана крупного гостиничного комплекса.
9. Описание бизнеса: анализ отрасли и цели гостиничного предприятия.
10. Анализ рынка гостиничных услуг: описание его целевых сегментов, определение спроса на продукцию и анализ конкурентов.
11. Оценка бизнес-планов, предусматривающих государственную поддержку.
12. Анализ программных продуктов, применяемых для оценки бизнес-плана
13. Планирование: понятие, роль и значение в рыночной экономике. Функции планирования.
14. Гостиничный бизнес как объект планирования.
15. Методология и организация планирования гостиничного бизнеса.
16. Общая характеристика бизнес-плана гостиничного предприятия.
17. Цели и планы в гостиничном бизнесе.
18. Виды внутрифирменного планирования гостиничных предприятий.
19. Особенности бизнес-планирования как формы планирования.
20. Масштаб и уровни планирования гостиничного бизнеса.
21. Система бизнес-планирования в малых и средних гостиничных предприятиях.
22. Организация системы бизнес-планирования в гостиничных предприятиях.
23. Механизм планирования гостиничного бизнеса.
24. Информационные технологии в системе планирования гостиничного бизнеса.
25. Функции бизнес-плана при управлении гостиничным бизнесом.
26. Сущность прогнозирования и планирования в гостиничном бизнесе.
27. Исторический аспект развития планирования и прогнозирования в России.
28. Прогнозирование и планирование в развитых зарубежных странах (США, Япония, Южная Корея, Франция).
29. Целевые комплексные программы.
30. Стратегическое региональное планирование сферы услуг.
31. Прогнозирование регионального развития сферы услуг.
32. Планирование на предприятиях сервиса в условиях конкуренции.
33. Региональный мониторинг развития гостиничного хозяйства.

Темы курсовых работ 7 семестр

1. Разработка бизнес-плана инвестиционного направления (например, для создания SPA-отеля).
2. Разработка бизнес-плана гостиницы с целью увеличения объема продаж.
3. Разработка бизнес-плана гостиницы с целью развития экскурсионных услуг.

4. Разработка бизнес-плана с целью открытия (строительства) гостиничного предприятия.
5. Разработка бизнес-плана гостиничного предприятия с целью расширения сферы деятельности.
6. Разработка бизнес-плана предприятия гостиничного бизнеса с целью внедрения новой услуги.
7. Разработка бизнес-плана гостиничного предприятия с целью повышения конкурентоспособности.
8. Разработка бизнес-плана с целью открытия предприятия ресторанного бизнеса при гостинице.
9. Разработка бизнес-плана гостиничного предприятия общественного питания с целью расширения сферы деятельности.
10. Разработка бизнес-плана гостиничного предприятия общественного питания с целью повышения конкурентоспособности.
11. Разработка бизнес-плана гостиничного предприятия общественного питания с целью расширения спектра услуг.
12. Разработка бизнес-плана гостиничного предприятия общественного питания с целью внедрения новой услуги.
13. Разработка бизнес-плана с целью открытия гостиничного развлекательного клуба.
14. Разработка бизнес-плана совершенствования работы гостиничного предприятия.
15. Тема по выбору студента (по согласованию с преподавателем).

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература

1. Организация гостиничного бизнеса: учебное пособие / В.С. Варивода, Ю.М. Елфимова, К.Ю. Михайлова, Я.А. Карнаухова. - Ставрополь: СГАУ, 2015. - 167 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438785>
2. Казакевич, Т.А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / Т.А. Казакевич. - СПб.: ИЦ "Интермедия", 2014. - 186 с. - ISBN 978-5-4383-0039-7. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=225942>
3. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс] / Виноградова М. В. - М.: Дашков и К, 2014. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394023514.html>

б) дополнительная литература

1. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] / Виноградова М. В. - М.: Дашков и К, 2014. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020735.html>
2. Планирование на предприятии [Электронный ресурс] / Савкина Р.В. - М.: Дашков и К, 2014. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394023439.html>
3. Организация и планирование деятельности предприятия сферы сервиса [Электронный ресурс] / Панина З. И. - М.: Дашков и К, 2013. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394019845.html>
4. Маркетинг услуг [Электронный ресурс] / Синяева И. М. - М.: Дашков и К, 2014. – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394020902.html>

в) периодические издания

1. «Гостиница и ресторан: бизнес и управление» - Издательство ООО «Издательство Хоспитэлити». Ведущий специализированный журнал для профессионалов индустрии гостеприимства.

2. «Гостиничное дело» - ИД «Панорама». Профессиональный журнал для специалистов в организационной, маркетинговой и финансово-хозяйственной сферах деятельности предприятий индустрии гостеприимства.

3. «Отдел продаж» - ИД «Ресторанные ведомости». Издание, предназначенное для профессионалов ресторанного и гостиничного бизнеса.

4. «Отель» - Издательство «Хэппи Пресс». Периодическое издание, посвященное вопросам гостиничного бизнеса и индустрии гостеприимства.

5. «Отель. Современный бизнес» - Издательство ООО «Наша деловая пресса». Специализированный журнал для профессионалов отельного бизнеса.

г) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Бизнес идеи - Идеи, бизнес планы - малому бизнесу - http://www.bizidei.ru/dokumentyi_dlya_biznesa/

2. Бизнес-портал - <http://www.businesskompas.ru/>

3. Бизнес-словарь - <http://www.businessvoc.ru/>

4. Предпринимательство и малый бизнес в современном государстве: управление развитием - <http://www.sbc.ane.ru/biblio/book3/book3.htm>

5. Электронный журнал для бизнеса и про бизнес «Технология успеха» - <http://www.pplus.ru/>

6. «Вестник РАТА» – электронный журнал;

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для материально-технического обеспечения дисциплины «Организация гостиничного дела» используются аудитория с ПК и компьютерным проектором, наборы слайдов для лекционных и практических занятий, отражающие научную и прикладную проблематику данного курса, библиотека Института малого и среднего бизнеса ВлГУ.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело»

Рабочую программу составил к.э.н., доц. каф. Сергеева С.В.

Рецензент (представитель работодателя)

Зам Директора ООО «Золотые ворота» Т.В. Захарова

(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Коммерция и гостеприимство»

Протокол № 8 от 18.01.2016 года

Заведующий кафедрой О.Б. Ярьс

(ФИО, подпись)



Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 43.03.03 «Гостиничное дело»

Протокол № 3 от 20.01.2016 года

Председатель комиссии Полоцкая О.П.

(ФИО, подпись)

