

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»  
Факультет «Высшая школа спортивной и туристской индустрии»  
Кафедра гостиничного и туристического бизнеса

Утверждено  
на заседании совета факультета «Высшая  
школа спортивной и туристской индустрии»

протокол № 2 от 22 ноября 2012 г.

Председатель совета проф.

Т.А.Воронова



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

### Итоговой государственной аттестации

Направление подготовки: 100400 - «Туризм»

Профиль подготовки: общего профиля

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Москва - 2012

Составитель: д.э.н., доц. М.Ю. Лайко  
к.э.н., проф. Л.А. Попов

Рецензент: д.т.н., проф. Б.А.Баранов,  
к.э.н., доц. Е.В.Захарова  
Московский государственный институт туризма

Рабочая программа включает перечень компетенций и требований к государственной аттестации, указаны основные темы и вопросы государственной аттестации, приведен перечень основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов. Дисциплина относится блоку БЗ

Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВПО по направлению 100400 – «Туризм» общего профиля в соответствии требованиями Методических указаний по разработке учебных программ РЭУ им. Г.В. Плеханова.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры гостиничного и туристического бизнеса протокол № 8 от «6» ноября 2012г.

Заведующий кафедрой



Попов Л.А.

Одобрено советом (методической комиссией) факультета «Высшая школа спортивной и туристской индустрии», протокол № 2 от «22» ноября 2012г.

Председатель Совета



Воронова Т.А.

### **Введение**

Итоговая государственная аттестация (ИГА) – важный этап подготовки бакалавра. Целью итоговой государственной аттестации является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям ФГОС ВПО по направлению 100400 – «Туризм».

К видам итоговых аттестационных испытаний итоговой государственной аттестации выпускников по направлению 100400 – «Туризм» относятся:

государственный экзамен;

защита выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа бакалавра является заключительным этапом проведения государственных итоговых испытаний и проводится после проведения государственного экзамена.

Форма проведения государственного экзамена – междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 100400 – «Туризм», который включает вопросы и задания не только по реализуемому профилю подготовки, но и в целом по соответствующему направлению подготовки.

Государственный экзамен по специальности по направлению 100400 – Туризм – важная составная часть итоговой государственной аттестации бакалавра, позволяющая выявить теоретическую подготовку выпускников кафедры гостиничного и туристического бизнеса в решении профессиональных задач, определенных Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (ФГОС ВПО).

В процессе аттестации выпускник должен показать следующие компетенции:

#### **Общекультурные компетенции (ОК):**

способностью к интеллектуальному, культурному, нравственному, физическому и профессиональному саморазвитию и самосовершенствованию (ОК-1);

способностью к достижению целей и критическому переосмыслению накопленного опыта (ОК-2);

способностью понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы, использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности (ОК-3);

владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения, умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-4);

готовностью соблюдать этические и правовые нормы, регулирующие с учетом социальной политики государства отношения человека с человеком, обществом, окружающей средой; использует нормативные и правовые документы в туристской деятельности (ОК-5);

способностью работать в коллективе, руководить людьми и подчиняться (ОК-6);

готовностью к восприятию культуры и обычаев других стран и народов, с терпимостью относиться к национальным, расовым, конфессиональным различиям, способностью к межкультурным коммуникациям в туристской индустрии (ОК-7);

стремлением к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства; может критически оценить свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства их развития или устранения, способен к бесконфликтной

профессиональной деятельности в туристской индустрии (ОК-8);

способностью понимать социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к профессиональной деятельности в туристской индустрии (ОК-9);

способностью к письменной и устной коммуникации на государственном и иностранном языках, готовностью к работе в иноязычной среде (ОК-10);

способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы в туризме, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством обеспечения информацией в туристской деятельности, способностью работать в глобальных компьютерных сетях (ОК-12);

владением основными методами организации безопасности жизнедеятельности людей, их защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, иных ситуаций в туристской деятельности (ОК-13);

владением основами законодательства о физической культуре и спорте, методами и средствами физического воспитания для оптимизации работоспособности и здорового образа жизни (ОК-14);

Выпускник должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК):**

*проектная деятельность:*

владением теоретическими основами проектирования, готовностью к применению основных методов проектирования в туризме (ПК-1);

способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме (ПК-2);

способностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта (ПК-3);

готовностью к реализации проектов в туристской индустрии (ПК-4);

*производственно-технологическая деятельность:*

готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий (ПК-5);

способностью к реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-6);

*организационно-управленческая деятельность:*

способностью к работе в трудовых коллективах предприятий туристской индустрии (ПК-7);

способностью организовывать работу исполнителей, принимать управленческие решения в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-8);

умением рассчитать и оценить затраты по организации деятельности предприятия туристской индустрии (ПК-9);

*сервисная деятельность:*

способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и

сертификации в туристской индустрии (ПК-10);

способностью к эффективному общению с потребителями туристского продукта (ПК-11);

умением организовать процесс обслуживания потребителя (ПК-12);

*научно-исследовательская деятельность:*

способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий (ПК-13);

способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг (ПК-14);

готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме (ПК-15);

готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности (ПК-16).

Программа государственного экзамена по направлению 100400 – «Туризм» является комплексной, включает темы, охватывающие наиболее важные дисциплины профессионального цикла.

Программа предполагает знание студентами теоретических основ и закономерностей функционирования туристского хозяйства, принципов принятия решений в этой сфере экономики.

Экзамен проводится в устной форме. Экзаменационные билеты включают три вопроса, один из которых посвящен экономике туристского хозяйства, второй вопрос связан с управлением и маркетингом в туристском бизнесе. Третий вопрос посвящен практическим ситуациям, позволяющим выявить у студентов сформированные компетенции.

При принятии экзамена государственная аттестационная комиссия руководствуется следующими критериями:

— знаниями учебного материала предметов;

— умением студента выделять наиболее существенные положения;

— четко формулировать свои мысли;

— применять теоретические знания для анализа конкретных экономических ситуаций и решения прикладных проблем.

Уровень знаний студента определяется следующими оценками: "отлично", "хорошо", "удовлетворительно" и "неудовлетворительно".

Оценка "отлично" — ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы. Ответы должны отличаться логической последовательностью, четкостью в выражении мыслей и обоснованностью выводов, демонстрирующих знание источников, нормативно-правовых актов, литературы, понятийного аппарата и умения ими пользоваться при ответе.

Оценка "хорошо" — ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные экзаменационные вопросы. Ответы должны отличаться логичностью, четкостью, знанием понятийного аппарата и литературы по теме вопроса при незначительных упущениях при ответах.

Оценка "удовлетворительно" — ставится при неполных и слабо аргументированных ответах, демонстрирующих общее представление и элементарное понимание существа поставленных вопросов, понятийного аппарата и обязательной литературы.

Оценка "неудовлетворительно" — ставится при незнании и непонимании студентом существа экзаменационных вопросов.

Содержание программы государственного экзамена представлено в приложении 1.

В билеты государственного экзамена включены задания, для определения уровня сформированности умений и навыков по видам профессиональной деятельности, указанным во ФГОС ВПО по соответствующему направлению 100400 – «Туризм». Примеры таких заданий представлены в приложении 2.

Подготовка и защита выпускной квалификационной работы на IV курсе является завершающим этапом подготовки бакалавра. На основании защиты выпускной работы и сдачи государственного экзамена по направлению присуждается квалификация бакалавр.

В процессе подготовки выпускной работы студент расширяет и углубляет свои профессиональные компетенции, совершенствует аналитические навыки, приобретает опыт научного исследования.

В выпускной работе студент должен показать, в какой степени он владеет общекультурными и профессиональными компетенциями, специальными знаниями и умением применять полученные знания в процессе самостоятельного исследования конкретной темы, одного из вопросов теории и практики экономики, управления и организации предприятия индустрии гостеприимства и туризма.

Выпускная работа – самостоятельная работа на определенную тему, выполненная студентом под руководством преподавателя, результаты которой свидетельствуют о его высокой специальной теоретической подготовке и достаточных практических навыках по экономике, управлению и организации предприятиями индустрии туризма. Список выпускных квалификационных работ представлен в приложении 3.

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА ПО НАПРАВЛЕНИЮ 100400 – «ТУРИЗМ»

### **Тема 1. Современное состояние индустрии туризма и гостеприимства в Российской Федерации и за рубежом**

Российский рынок туристических услуг и перспективы его развития. Зарубежный опыт развития индустрии гостеприимства и туризма. Экономика и организация деятельности гостиничных цепей. Экономика и организация деятельности малых предприятий. Комплекс конкурентоспособности продукции, услуг и предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Процессы глобализации в мировой индустрии туризма и гостеприимства. Интеграция России в мировую индустрию туризма и гостеприимства.

Основные черты туристического комплекса. Туризм как отрасль сферы услуг. Роль и значение туризма в народном хозяйстве страны.

Общая характеристика форм организации туристского обслуживания. Методика выбора форм организации гостинично-ресторанных и туристических комплексов. Пути развития и совершенствования туристических комплексов (тенденции в мире, Российской Федерации). Факторы, их определяющие. Новые формы организации туристических кластеров.

Роль материально-технической базы в туристическом хозяйстве. Классификация видов материально-технической базы. Характеристика основных групп материально-технической базы туристического комплекса. Экономия предметов труда как фактор повышения эффективности туристского комплекса. Пути улучшения использования материально-технической базы в индустрии гостеприимства и туризме.

### **Тема 2. Экономика туристского хозяйства**

Экономическая сущность, значение, эффективность использования, оценка, износ основных фондов. Планирование развития сети предприятий индустрии гостеприимства и туризма. Планирование капитального строительства в индустрии гостеприимства и туризме. Показатели экономической эффективности инвестиций.

Назначение и особенности функционирования оборотных средств в сфере индустрии гостеприимства и туризма. Структура оборотных средств. Методика планирования потребности предприятий индустрии гостеприимства и туризма в оборотных средствах. Оборачиваемость оборотных средств. Источники финансирования потребности в собственных оборотных средствах. Кредитование гостинично-ресторанного и туристического комплекса. Организация контроля за состоянием оборотных средств в индустрии гостеприимства и туризме.

Сущность, значение и особенности финансов в индустрии гостеприимства и туризме. Организация финансовой работы в индустрии гостеприимства и туризме. Структура и методика разработки финансового плана. Формы и организация расчетов между предприятиями-партнерами и потребителями услуг в индустрии гостеприимства и

туризме. Особенности налогообложения предприятий индустрии гостеприимства и туризма.

Труд, его природа и характеристика кадров в индустрии гостеприимства и туризме. Производительность и эффективность труда в индустрии гостеприимства и туризме. Сущность и основные принципы организации оплаты труда. Организация заработной платы. Планирование труда и заработной платы в индустрии гостеприимства и туризме.

Рынок услуг индустрии гостеприимства и туризма, состояние, перспективы развития. Понятие объема услуг и его денежного выражения в индустрии гостеприимства и туризме. Показатели объема услуг в индустрии гостеприимства и туризме. Структура услуг индустрии гостеприимства и туризма.

Организация учета и контроля за выполнением плана по услугам в индустрии гостеприимства и туризме. Анализ выполнения плана по услугам в индустрии гостеприимства и туризме.

Сущность себестоимости услуг в индустрии гостеприимства и туризме. Уровень себестоимости услуг в индустрии гостеприимства и туризме. Структура себестоимости услуг в индустрии гостеприимства и туризме.

Доходы в индустрии гостеприимства и туризме. Коммерческая деятельность в индустрии гостеприимства и туризме. Виды коммерческой деятельности. Ценообразование в индустрии гостеприимства и туризме. Наценки и скидки, их сущность и значение в индустрии гостеприимства и туризме. Различные виды оптовых цен и их влияние на образование доходов в индустрии гостеприимства и туризме. Доходы от реализации услуг потребителям. Методика определения доходов в индустрии гостеприимства и туризме. Прибыль и рентабельность в индустрии гостеприимства и туризме. Основные мероприятия по увеличению доходов и повышению рентабельности в индустрии гостеприимства и туризме.

Экономический расчет на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Организация внутреннего расчета на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Система планирования и экономического стимулирования в индустрии гостеприимства и туризме.

Комплексный анализ экономической эффективности деятельности гостинично-ресторанного и туристического комплекса.

Анализ экономической эффективности отдельных составляющих служб индустрии гостеприимства и туризма, отдельных видов предоставляемых услуг и участков управления.

### **Тема 3. Менеджмент на туристских предприятиях**

Сущность управления, основные положения менеджмента. Специфика труда менеджера на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Определение управления. Всеобщий универсальный характер управления. Субъект и объект управления. Единый контур управления. Уровни экономической системы.

Понятие менеджмента в индустрии гостеприимства и туризме. Проблемные ситуации в менеджменте. Менеджмент как наука, связь менеджмента с другими областями знания. Эволюция теории и практики управления.

Системный и ситуационный подход в менеджменте. Концепция и модели менеджмента. Кибернетическая и психологическая модели. Элементы теории систем в



менеджменте индустрии гостеприимства и туризма. Философия корпоративности. Менеджмент и общество. Социальная и юридическая ответственность менеджмента в индустрии гостеприимства и туризме. Этика менеджмента. Система ценностей современного российского менеджмента.

Процесс коммуникации и эффективность управления. Технология принятия управленческих решений. Природа процесса принятия решений. Модель рационального решения проблемы. Совершенствование процесса принятия управленческих решений на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Использование системного подхода, принятие решений в условиях неопределенности, конкретной ситуации (ситуационный подход), по конечному результату (управление по целям). Информационное обеспечение процесса управления и производства в индустрии гостеприимства и туризме.

Виды деловой документации, применяемой в гостинично-туристическом комплексе, и порядок ее оформления. Организация эффективной системы документооборота.

Функции управления: планирование, организация, мотивация, контроль. Функции менеджмента как вид конкретной управленческой деятельности.

Взаимоотношения полномочий.

Определение мотивации. Потребности. Первичные и вторичные потребности человека. Содержательные теории мотивации. Теория справедливости.

Стратегическое управление на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. SWOT-анализ, Бостонская матрица. Составление бизнес-плана.

Сущность и закономерности организационного построения предприятий индустрии гостеприимства и туризма. Оптимизация управленческой структуры индустрии гостеприимства и туризма.

Взаимосвязь цели, стратегии, функции и структуры гостинично-туристического комплекса. Организация как совокупность структурных и поведенческих отношений.

Формальные и неформальные организации.

Организационные структуры в индустрии гостеприимства и туризме.

Управление гостиничными ассоциациями и корпорациями.

Групповая динамика и руководство.

Психологический процесс подготовки, выработки, принятия и реализации управленческих решений. Поведение и стиль руководителя.

Контроль, его основные виды. Объект контроля. Основные виды контроля. Системы обратной связи. Модель процесса контроля на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.

Система всеобщего управления качеством (TQM) в сфере гостеприимства и туризма.

Роль и функции специального подразделения, координирующего и контролирующего политику предприятия в области качества.

Статистические методы контроля качества услуг в индустрии гостеприимства и туризме.

Концепция непрерывного улучшения качества услуг. Международный стандарт (ISO) – акцент на процессе оказания услуг. Экономические аспекты управления качеством.

Управленческий консалтинг в индустрии гостеприимства. Проблема эффективности или конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства и

туризма. Повышение производительности труда на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма: сущность и основные формы осуществления.

Управление качеством оказания услуг в индустрии гостеприимства и туризме. Управление производительностью труда и эффективностью работы в индустрии гостеприимства и туризме. Консалтинг в сфере гостеприимства и туризма. Менеджмент и предпринимательство в период перехода к социально-ориентированной рыночной экономике.

#### **Тема 4. Предпринимательская деятельность на туристских предприятиях**

Предмет изучения дисциплины. Организационно-хозяйственное новаторство и экономическая свобода – необходимое условие предпринимательской деятельности (ПД). Эволюция ПД в индустрии гостеприимства и туризме. Основные понятия ПД. Предпринимательство, риск, успех, конкуренция, рынок, товар, услуга, обмен, покупка, продажа, спрос, предложение, деньги, прибыль, предпринимательский доход. Принципы, методы. Современные концепции ПД в индустрии гостеприимства и туризме в условиях расширения возможностей финансирования нового дела. Предпринимательство и экономический успех в зарубежных странах. Философия цивилизованного предпринимательства. Цикличность ПД. Бизнес и общество.

Индустрия гостеприимства и туризм как единый социально-экономический комплекс. Организационное поведение в индустрии гостеприимства и туризме. Субъекты и объекты ПД. Социально-психологический портрет предпринимателя. «Потребность в достижениях» как ключевая психологическая характеристика ПД по Маклелланду. Бизнес как вид экономической активности. Механизм ее координации. Предпринимательство как специфическая форма организации отношений (прав) собственности. Естественная монополия и относительная редкость экономических ресурсов. Внутрифирменное делегирование прав собственности. Система участия работников в акционерной собственности (программа участия в прибылях). Сравнительная характеристика малого и крупного бизнеса в индустрии гостеприимства и туризме.

Шансы и риск. Как начать свое дело – планирование учреждения предприятий.

Общие характеристики (черты) предпринимателя: предпринимательская жилка, работоспособность, пробивная способность, осмотрительность, чутье и опыт.

Выбор правильного места размещения предприятия. Рыночные факторы при выборе места размещения предприятия. Микроэкономические и инфраструктурные факторы при выборе места размещения предприятия.

Принципы предпринимательского права. Методы правового регулирования предпринимательской деятельности. Понятие юридического лица. Понятие коммерческой организации. Государственная регистрация индивидуального предпринимателя и юридического лица.

#### **Тема 5. Маркетинг в туристском бизнесе**

Тенденции развития современной индустрии гостеприимства и туризма. Маркетинг и продажи: общее и различия. Маркетинг-микс в индустрии гостеприимства и туризме. Управление маркетингом и продажами. Значение процесса продажи в индустрии

гостеприимства и туризме. Карьера продавца услуг индустрии гостеприимства и туризма. Проблемы грамотной организации продаж в индустрии гостеприимства и туризма.

Организация маркетинговой группы. Этапы составления плана маркетинга. Проведение маркетингового аудита. Выбор целевых рынков. Позиционирование предприятия индустрии гостеприимства и туризма. Определение маркетинговых целей. Разработка и внедрение планов деятельности. Контроль и оценка плана маркетинга на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.

Отдел маркетинга и продаж в структурной схеме предприятия индустрии гостеприимства и туризма.

Дизайн офиса. Должностные обязанности работников отдела. Принципы найма на работу в отдел маркетинга и продаж на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Обучение сотрудников. Управление работниками. Оценка деятельности работников. Стимулирование персонала. Дополнительный персонал по продаже услуг гостеприимства и туризма.

Налаживание системы коммуникации отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Оценка деятельности отдела маркетинга и продаж. Компьютеризация работы отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.

Маркетинг делового туризма: типы бизнес-путешественников; специфические требования бизнес-путешественников и их реализация; поиск информации о бизнес-путешественниках.

Маркетинг отдыха и рекреации: индивидуальный и групповой туризм; типы туров; роль малых предприятий в организации индустрии отдыха и развлечений.

Маркетинг туристических посредников: агентства путешествий, их типы, обслуживаемые сегменты и предоставляемые услуги; учет требований агентств путешествий в деятельности предприятий индустрии гостеприимства; поиск информации об агентствах путешествий.

Маркетинг конгрессного бизнеса: съезды ассоциаций и корпораций. Поиск клиентов среди ассоциаций и корпораций. Приглашение к сотрудничеству: телефонный опрос, блиц-продажи, торговые выставки, печатная реклама, другие способы привлечения клиентов.

Маркетинг поездок правительственных чиновников.

Маркетинг международного туризма: принятие решения о поездке; изучение потребностей путешественников; поиск потенциальных клиентов среди международных путешественников; приглашение к сотрудничеству.

Маркетинг поездок молодоженов: принятие молодоженами решения о путешествии; изучение потребительских предпочтений молодоженов и их реализация; поиск информации о молодоженах, собирающихся в путешествие; организация свадебных туров.

Маркетинг туров спортивных команд: футбольные, бейсбольные, баскетбольные и другие команды.

Маркетинг поездок инвалидов, других специфических групп потребителей.

## **Тема 6. Информационные технологии в индустрии гостеприимства и туризме**

Процесс обработки данных и получения информации. Компьютерные системы, используемые на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Этапы развития средств вычислительной техники на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Ведущие производители аппаратного и программного обеспечения для гостиниц, ресторанов и туристических фирм.

Сферы применения компьютеров в гостиницах: служба приема и размещения, служба эксплуатации номеров, комплекс служб питания, инженерно-технические службы, служба охраны, административная служба, бухгалтерия.

Применение компьютеров в ресторанах: ввод заказа, контроль оплаты, формы оплаты, учет поступления и расхода продуктов, составление типовых блюд, меню, расчет калорийности и стоимости.

Применение компьютеров в турагентствах: формирование маршрутов и туристических групп, контроль за оформлением виз, паспортов, бронирование отелей, дополнительные услуги.

Применение компьютеров при составлении бизнес-планов, анализе эффективности инвестирования.

Применение компьютеров для составления текстовых документов и рекламных материалов.

Глобальные и локальные компьютерные сети.

Перспективные направления внедрения компьютерных технологий на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.

Понятие программы. Системные программы, операционные системы. Прикладные программы. Текстовые редакторы. Графические программы. Электронные таблицы. Базы данных. Интегрированные пакеты.

Системы автоматической регистрации/выписки, системы гостиничного телевидения, компьютеризированные бары, системы информации.

Понятие управления доходами, пример, возможности применения программных средств.

Системы управления предприятием питания. Рабочие и сервисные программы как способ автоматизации зон обслуживания и управления.

Передовые технологии систем управления ресторанным предприятием: сенсорные экраны, магнитные считывающие устройства, платформы обслуживания кредитных карт, беспроводные терминалы ввода заказов.

Состав и функции сервисных программ управления предприятием питания. Виды отчетов.

## **Тема 7. Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) в туристском бизнесе**

Роль ВЭД на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Тенденции современного гостинично-ресторанного и туристического хозяйства. Общие характеристики современного гостинично-туристического комплекса. Причины выхода предприятий на внешний рынок: Push и Pull факторы. Типы ориентации фирмы на международную деятельность: этноцентризм, полицентризм, региональная ориентация, геоцентризм. Понятие транснациональных корпораций (ТНК). Основные характеристики

ТНК. Роль ТНК в туризме. Два аспекта деятельности ТНК по отношению к принимающим странам и странам базирования (по материалам ООН). Зоны конкуренции ТНК.

Понятие операционных цепей в индустрии туризма и гостеприимства. Понятие «глобализация» в индустрии туризма и гостеприимства. Причины появления ТНК в гостинично-ресторанном хозяйстве. История появления гостиничных цепей. Формы роста операционных цепей: поглощение, слияние, совместное предприятие, контракты на управление, франчайзинг, консорциум. Деятельность крупнейших гостинично-ресторанных цепей. Американские цепи Hilton, Inter-Continental, Sheraton, Holiday Inn, Hyatt, Choice International. Европейские гостиничные цепи Forte PLC, Club Mediterranee, Accor, Meridien, Grupo Sol. Индийские гостиничные цепи The Tai Group, Oberoi. Азиатские гостиничные цепи New Otani, Nikko, Regent International, Mandarin Oriental, Peninsula, Dusit Thani. Африканская гостиничная цепь Southern Sun Holdings. Характеристика гостиничной системы «Интурист» (Россия). Связь операционных цепей и высоких технологий.

Барьеры для развития туризма, путешествий и международного бизнеса. Государственное регулирование деятельности международных гостиничных предприятий. Международные организации в сфере гостеприимства и туризма и их работа по преодолению барьеров. Необходимость государственной поддержки туризма, гостиничного и ресторанного хозяйства. Национальные туристические организации. Международные гостиничные цепи и развивающиеся страны. Политическая стабильность как фактор развития ВЭД в гостеприимстве и туризме. Политический риск.

Структура финансирования. Собственные и заемные средства. Критерии для займа, процентные ставки. Финансирование за счет частного и общественного секторов. Зарубежное финансирование. Особенности финансирования в развивающихся странах. Меры правительств по привлечению инвестиций. Примеры финансирования предприятий в США, Европе, Азии. Содержание контракта на управление: продолжительность контракта, условия расторжения и пролонгации, контроль выполнения контракта, страхование, юрисдикция. Совместное предприятие. Франчайзинг: преимущества и недостатки, платежи, срок действия, условия расторжения.

## **Тема 8. Искусство делового и межкультурного общения**

Деловое общение и гостеприимство: сущность, особенности. Социальные функции делового общения. Уровни и механизм делового общения. Принципы делового общения. Специфические черты делового общения в сфере гостиничного, ресторанного и туристического бизнеса. Этикет как феномен деловой культуры.

Деловая беседа и ее функции в деловом мире. Основные этапы проведения деловой беседы. Подготовка к деловой беседе. Система подготовки к деловой беседе. Задачи и приемы начала беседы. Создание благоприятной атмосферы для проведения деловой беседы. Методы построения аргументирования. Искусство слушать. Принятие решений и завершение беседы. Задачи завершающего этапа деловой беседы. Приемы ускорения принятия решений. Условия завершения беседы. Практические рекомендации по ведению деловых бесед. Речевые штампы, помогающие проведению деловых бесед.

Подготовка к переговорам. Основные направления: решение организационных вопросов и проработка основного содержания деловых переговоров. Порядок ведения переговорного процесса. Основные этапы переговорного процесса. Техника и тактика ведения переговоров. Методы ведения деловых переговоров. Позиционный торг. Метод

ведения принципиальных переговоров. Типы принимаемых решений. Универсальные тактические приемы ведения деловых переговоров. Приемы манипулирования собеседников. Ведение переговоров в неблагоприятных переговорных условиях. Ваш партнер не настроен на конструктивный диалог. Ваш партнер занимает более «выгодную» позицию. Национальные стили ведения переговоров. Речевые штампы, помогающие провести коммерческие переговоры. Этикет деловых встреч и переговоров.

Понятие деловых совещаний. Типы деловых совещаний: лицом к лицу, неофициальный сбор, мозговой штурм, специальный комитет, регулярный комитет, официальное собрание, презентации, общественные собрания. Подготовка к проведению делового совещания. Этапы подготовительного процесса. Ведение делового совещания. Стили проведения деловых совещаний. Микротехника деловых совещаний. Организация и ведение дискуссий. Основные типы дискуссионных ситуаций и формы их «нейтрализации». Наиболее распространенные дискуссионные ситуации. Этапы принятия решений. Микротехника выработки и принятия решения. Завершение делового совещания и составление его протокола.

Основные типы и виды деловых бумаг: инструктивно-распорядительные (инструкции, решения, приказы, распоряжения), справочные (сводки, акты, протоколы, ведомости), оперативные (служебные записки, письма, телефонограммы), организационные (уставы, положения, инструкции) и правила их оформления. Использование языковых штампов. Этика деловой переписки.

Телефон – важнейший компонент создания делового имиджа фирмы. Правила ведения делового телефонного разговора, когда звонят вам. Основные типы телефонных пользователей и стратегия общения с ними: напористые везунчики, неврастеники, соглашатели, болтуны. Тактика вежливого избавления от навязчивого телефонного собеседника. Системы, позволяющие вам сэкономить время: система ожидания вызова, переключения звонков, система переключения на другую линию, система регулирования очередности, автоответчики, факс, пейджер, банки речевых данных, электронная почта, мобильный телефон. Правила ведения делового телефонного разговора, когда звоните вы. Подготовка к важному телефонному звонку. Телефонный этикет: язык общения, шаблон разговора.

Деловой разговор как особая разновидность деловой речи. Понятие делового разговора и его лексико-грамматическая специфика. Основные требования к деловому разговору. Риторический инструментарий деловой речи. Лексические и синтаксические средства выразительности деловой речи. Композиционные, речевые и методические приемы. Коммуникационные эффекты как элемент набора ораторского инструментария. Техника деловой речи. Речевой этикет.

Основные логические законы и их применение в деловой речи. Законы: тождества, достаточного основания, противоречия, исключенного третьего в деловой речи. Основные ошибки при нарушении логических законов. Умозаключения и их использование в деловой разговорной практике. Индукция. Дедукция. Понятие и структура силлогизмов. Правила и способы проверки умозаключений. Логические правила аргументации. Понятие аргументирования. Тезис. Основные правила доказательства. Требования, предъявляемые к убедительности, непротиворечивости, автономности, достаточности аргументов. Основные ошибки. Логические уловки. Способы опровержения доводов оппонентов. Критика тезиса, аргументов, демонстрации. Основные алогизмы деловой речи.

## ВОПРОСЫ

государственного экзамена для бакалавров инженерно-экономического факультета,  
обучающихся по направлению 100400 – «Туризм»

1. Услуги туристских предприятий как специфическая форма товара. Структура гостиничных и туристских услуг.
2. Рынок гостинично-туристских услуг в РФ и перспективы его развития.
3. Основные тенденции формирования мировых туристских потоков и мирового рынка гостиничных услуг.
4. Роль и значение туризма в социально-экономическом развитии страны.
5. Понятие общественного питания, его роль и значение в гостинично-туристском комплексе.
6. Классификация организационных структур управления. Типовые структуры управления предприятиями индустрии гостеприимства и туризма.
7. Конкурентоспособность товара (услуги) и ее технико-экономические и социально-организационные факторы. Конкурентоспособность гостиниц и турфирм.
8. Управление доходами отеля: понятие и основные методы. Возможности применения программных средств.
9. Сущность и закономерности организационного построения предприятий гостиничного и туристского хозяйства.
10. Рынок гостинично-туристских услуг как объект маркетинга.
11. Бизнес-план туристского предприятия: понятие, основные разделы и этапы разработки.
12. Государственное регулирование индустрии гостеприимства и туризма: отечественный и зарубежный опыт.
13. Управление материальными ресурсами на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.
14. Система планов гостиничного и туристского предприятия в условиях формирования рыночных отношений.
15. Современные маркетинговые тенденции развития индустрии гостеприимства и туризма.
16. Управление качеством предоставления услуг в туризме на основе международного стандарта (ISO 9000) и национальных российских стандартов.
17. Транснациональные корпорации (ТНК) как форма международного предпринимательства. Основные ТНК в индустрии гостеприимства туризма.
18. Сегментация рынка услуг. Целевой рынок предприятий туризма.
19. Виды и стратегии маркетинговой конкуренции на рынке услуг гостеприимства туризма.
20. Теория сравнительного преимущества и возможности ее использования в практике туризма.
21. Риск-менеджмент как часть управления коммерческой деятельностью предприятия индустрии гостеприимства и туризма.
22. Финансовое планирование на предприятии туризма.
23. Основные функции управления и их реализация в индустрии гостеприимства и туризма.
24. Классификация и характеристика типов гостиничных предприятий.

25. Социально-экономические основы маркетинга. Особенности маркетинга услуг гостеприимства и туризма.
26. Сущность управления и особенности менеджмента. Специфика труда менеджера на предприятиях индустрии туризма.
27. Туристический маркетинг: понятия и основные функции.
28. Классификация основных факторов развития туризма и их влияние на экономику страны.
29. Понятие, основные принципы и методы планирования в индустрии туризма.
30. Реклама в маркетинговой стратегии продвижения услуг гостеприимства и туризма. Виды рекламы.
31. Передовые технологии в компьютеризации предприятий туризма.
32. Гостиничные цепи как форма организации деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Действие эффекта масштаба производства.
33. Форма управления предприятием в индустрии гостеприимства и туризма. Современные технологии в организационно-управленческой деятельности гостиничных цепей.
34. Понятие и виды технологий в туристском хозяйстве. Основные технологические цепочки.
35. Материально-техническая база индустрии туризма и пути улучшения ее использования.
36. Качество обслуживания клиентов на туристских предприятиях и методы его обеспечения.
37. Делопроизводство и документооборот туристских предприятий.
38. Понятие таксономической структуры (иерархии) рекреационных территорий и его практическое решение.
39. Этапы производственного цикла в гостиницах, их организационно-экономические характеристики.
40. Эффективность использования материальных, трудовых, финансовых и информационных ресурсов в туристском предприятии.
41. Развитие малых предприятий в индустрии туризма.
42. Технологическая дисциплина и дисциплина труда и методы их обеспечения на туристских предприятиях.
43. Технологические документы туристского предприятия. Их назначение и виды.
44. Статистические методы контроля качества услуг в индустрии туризма.
45. Этапы производственного цикла в турфирме, их организационно-экономические характеристики.
46. Маркетинговые исследования в туризме.
47. Специфика организации производства в туристском хозяйстве.
48. Анализ типов предприятий индустрии туризма и особенности управления им.
49. Организация расчетов клиентов на предприятиях туризма и пути ее совершенствования в современных условиях.
50. Организация материально-технического снабжения, складского и тарного хозяйства на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.
51. Классификация и характеристика типов ресторанных предприятий.
52. Внутренний маркетинг и продажи в индустрии туризма.
53. Учетная политика предприятий туризма. Счета бухгалтерского учета и их



классификации.

54. Управление финансовой деятельностью предприятия туристского хозяйства.
55. Организационно-производственная структура гостиничного предприятия: понятие, характеристика и основные особенности.
56. Организационно-производственная структура туристского предприятия: понятие, характеристика и основные особенности.
57. Обоснование выбора компьютерной системы управления предприятием туризма.
58. Передовые технологии в компьютеризации предприятий гостеприимства и туризма.
59. Конгрессный туризм. Центры конгрессного туризма, специфика их оборудования и оснащения.
60. Научная организация труда на предприятиях туристского хозяйства.
61. Основные центры распространения гостиничных цепей и их характеристика.
62. Стандартизация и сертификация гостиничных и туристских услуг.
63. Методика проведения анализа деятельности туристского предприятия: основные этапы и методы.
64. Планирование эффективности деятельности туристского предприятия в условиях перехода к рыночным отношениям.
65. Организация материального стимулирования на предприятиях туристского хозяйства.
66. Планирование себестоимости туристских услуг и пути его совершенствования.
67. Основные разделы плана деятельности турфирмы, их характеристика и взаимосвязь.
68. Экономическое обоснование рекламной компании на предприятиях туристского хозяйства. Оценка эффективности рекламы.
69. Планирование качества обслуживания на предприятия туризма.
70. Финансовый план предприятий туризма и методика его разработки.
71. Учет и порядок начисления амортизационных начислений на предприятиях (в подразделениях) туризма.
72. Анализ финансового состояния гостиничного предприятия и пути ее улучшения.
73. Анализ финансового состояния туристского предприятия и пути ее улучшения.
74. Формы организации гостинично-ресторанного обслуживания.
75. Анализ рентабельности туристского предприятия.
76. Бестарифные модели заработной платы и перспективы их применения на предприятиях туризма.
77. Методы и формы подготовки персонала для работы на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма. Профессиональное обучение персонала.
78. Модели формирования фонда оплаты труда и перспективы их применения на предприятиях индустрии туризма.
79. Методы определения численности персонала на туристском предприятии.
80. Планирование и нормирование оборотных средств туристского предприятия.
81. Мотивация трудовой деятельности в индустрии туризма.
82. Социальные функции делового общения. Специфические особенности делового общения в сфере гостеприимства и туризма.
83. Трудовые отношения и профессиональная карьера в индустрии туризма.
84. Анализ использования трудовых ресурсов в индустрии туризма. Требования, предъявляемые к персоналу в индустрии туризма.
85. Зарубежный опыт управления в индустрии туризма и направления его использования в отечественной практике.

86. Компьютерные системы управления туристским предприятием: функции основных модулей и интерфейсных устройств.
87. Анализ выполнения плана по прибыли туристского предприятия.
88. Обеспечение безопасности клиентов в индустрии туризма.
89. Маркетинговый аудит на предприятиях индустрии туризма.
90. Сервисные системы обслуживания гостей, их характеристика и эффективность использования.

### Список литературы

1. ГОСТ Р 50645-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц".
2. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации от 24.11.2006 г. №132-ФЗ.
3. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации от 15.09. 2007 г. №93.
4. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб.пособие : [гриф УМО] / С. С. Скобкин. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011.
5. Скобкин, С. С. Управление качеством в гостинице : Учеб. пособие : [гриф УМО] / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин. – М. : Магистр, 2011. – 510 с.
6. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учеб. пособие : [гриф УМО] / С. С. Скобкин. – М. : Магистр, 2011. – 447 с. – ISBN 978-5-9776-0020-0 : 229.88.
7. Скобкин, С. С. Стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма : Учебное пособие / С. С. Скобкин. – М. : Магистр, 2010. – 430 с.
8. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование: учебник / Е. А. Джанджугазова. – М. : Академия, 2014. – 272 с.
9. Попов, Л. А. Туристско-рекреационное проектирование : учеб. пособие / Л. А. Попов, Е. Ю. Никольская, А. И. Кошелева, Рос. экон. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М. : Изд-во РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2012.
10. [www.moshotel.ru](http://www.moshotel.ru)
11. [www.mos.ru](http://www.mos.ru)
12. [www.moscow-city.ru](http://www.moscow-city.ru)
13. [www.moshotel.com](http://www.moshotel.com)
14. [www.travel.mos.ru](http://www.travel.mos.ru)
15. [www.hospitality.ru](http://www.hospitality.ru)

16. [www.tourism.ru](http://www.tourism.ru)
17. [www.tpnew.ru](http://www.tpnew.ru)
18. [www.ratanews.ru](http://www.ratanews.ru)
19. [www.4hoteliers.com](http://www.4hoteliers.com) (Статьи, посвященные гостиничному бизнесу)
20. [www.accor.com](http://www.accor.com) (Гостиничная цепь «Аккор»)
21. [www.bestwestern.com](http://www.bestwestern.com) (Гостиничная цепь «Бест Уэстрен»)
22. [www.cntraveller.co.uk](http://www.cntraveller.co.uk) (Список 50 лучших гостиниц)
23. [www.hotel-adlon.de](http://www.hotel-adlon.de) (Гостиница «Адлон Берлин»)
24. [www.ichotelsgroup.com](http://www.ichotelsgroup.com) (Гостиничная цепь «Интер-Континенталь»)
25. [www.marriott.com](http://www.marriott.com) (Гостиничная цепь «Марриот»)
26. [www.rci.com](http://www.rci.com) (Компания, специализирующая на клубном отдыхе)
27. [www.starwoodhotel.com](http://www.starwoodhotel.com) (Гостиничная цепь «Стравуд»)

## Приложение 2

Примеры практических заданий для государственного экзамена  
по направлению 100400 – «Туризм»  
Задача № 01

Исходные данные:

Турфирма оказывает одну услугу. Средние переменные издержки на ее производство и реализацию составляют 90 усл. ден. единиц. Цена единицы туруслуги равна 120 усл. ден. единиц. Постоянные издержки составляют 30 тыс. усл. ден. единиц.

Рассчитайте, какую прибыль получит турфирма при реализации 1 тыс., 3 тыс. и 5 тыс. единиц этой услуги.

Формула расчета:

$$C_{\text{РВПОКР}} = C_{\text{УСЛ}} - C_{\text{ПЕРИЗД}},$$

где  $C_{\text{РВПОКР}}$  – средняя величина покрытия;

$C_{\text{УСЛ}}$  – цена услуги;

$C_{\text{ПЕРИЗД}}$  - средние переменные издержки.

$$C_{\text{СУМПОКР}} = C_{\text{РВПОКР}} \times V_{\text{ПРЕДУСЛ}},$$

где  $C_{\text{СУМПОКР}}$  – сумма покрытия;

$C_{\text{РВПОКР}}$  - средняя величина покрытия;

$V_{\text{ПРЕДУСЛ}}$  – количество единиц услуги.

$$P_{\text{ПРИБ}} = C_{\text{СУМПОКР}} - C_{\text{ПОСТИЗД}},$$

где  $P_{\text{ПРИБ}}$  – прибыль;

$C_{\text{ПОСТИЗД}}$  – сумма постоянных издержек.

Решение 1-ый вариант:

$$C_{\text{РВПОКР}} = 120 \text{ усл. ден. единиц} - 90 \text{ усл. ден. единиц} = 30 \text{ усл. ден. единиц.}$$

$$C_{\text{СУМПОКР}} = 30 \text{ усл. ден. единиц} \times 1 \text{ 000 ед услуги} = 30 \text{ 000 усл. ден. единиц.}$$

$$P_{\text{ПРИБ}} = 30 \text{ 000 усл. ден. единиц} - 30 \text{ 000 усл. ден. единиц} = 0$$

Решение 2-ой вариант:

$$C_{\text{РВПОКР}} = 120 \text{ усл. ден. единиц} - 90 \text{ усл. ден. единиц} = 30 \text{ усл. ден. единиц.}$$

$$C_{\text{СУМПОКР}} = 30 \text{ усл. ден. единиц} \times 3 \text{ 000 ед услуги} = 90 \text{ 000 усл. ден. единиц.}$$

$$P_{\text{ПРИБ}} = 90 \text{ 000 усл. ден. единиц} - 30 \text{ 000 усл. ден. единиц} = 60 \text{ 000 усл. ден. единиц.}$$

Решение 3-ий вариант:

$$C_{\text{РВПОКР}} = 120 \text{ усл. ден. единиц} - 90 \text{ усл. ден. единиц} = 30 \text{ усл. ден. единиц.}$$

$$C_{\text{СУМПОКР}} = 30 \text{ усл. ден. единиц} \times 5 \text{ 000 ед услуги} = 150 \text{ 000 усл. ден. единиц.}$$

$$P_{\text{ПРИБ}} = 150 \text{ 000 усл. ден. единиц} - 30 \text{ 000 усл. ден. единиц} = 120 \text{ 000 усл. ден. единиц.}$$

## Задача № 02

Исходные данные:

Турфирма производит и реализует одну услугу. Ее деятельность характеризуется следующими показателями:

Показатели	руб.
Цена единицы услуги	600
Переменные издержки на единицу этой услуги (руб.), в т.ч.	480
– сырье, топливо и другие предметы труда	200
– заработная плата	160
– переменные производственные накладные расходы	80
– переменные сбытовые накладные расходы	40
Постоянные издержки	136

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

Формулы расчета:

$$C_{РВПОКР} = C_{УСЛ} - C_{РПЕРИЗД}$$

где  $C_{РВПОКР}$  – средняя величина покрытия;

$C_{УСЛ}$  – цена услуги;

$C_{РПЕРИЗД}$  - средние переменные издержки.

$$C_{СУМППОКР} = C_{РВПОКР} \times V_{ПРЕДУСЛ}$$

где  $C_{СУМППОКР}$  – сумма покрытия;

$C_{РВПОКР}$  - средняя величина покрытия;

$V_{ПРЕДУСЛ}$  – количество единиц услуги.

Решение:

1. Рассчитаем сумму покрытия как разницу между выручкой и переменными издержками, или как сумму постоянных издержек и прибыли: 136 тыс. руб. + 32 тыс. руб. = 168 тыс. руб.
2. Определим среднюю величину покрытия как разницу между ценой единицы услуги и средними переменными издержками: 600 руб. - 480 руб. = 120 руб.
3. Найдем количество единиц услуги, необходимое для получения заданной прибыли. Для этого разделим сумму покрытия на его среднюю величину: 168 тыс. руб. : 120 руб./ед. = 1400 ед.

## Задача № 03

Исходные данные:

На конец финансового года внеоборотные активы турагентства равны 100 000 руб., оборотные активы — 40 000 руб., а краткосрочные обязательства — 30 000 руб. В течение отчетного финансового года объем продаж равен 300 000 руб. Чистая прибыль равна 35 000 руб. Определите коэффициент рентабельности чистых активов.

Решение:

- 1) Определяем суммарные чистые активы = внеоборотные активы + оборотные активы - краткосрочные

обязательства = 100 000 + 40 000 - 30 000 = 110 000 руб.

2) Определяем коэффициент рентабельности чистых активов ROCE = (чистая прибыль) / (суммарные чистые активы) \* 100% = 35 000 руб. / 110 000 руб. = 32%.

Чистая прибыль с каждого рубля, вложенного в турагентство, приносит 0,32 руб.

#### Задача № 04

Исходные данные:

По обращающимся привилегированным акциям выплачиваются ежегодные дивиденды  $D = 120$  руб.

Цена акции  $A = 960$  руб. Определите доходность акции.

Формула расчета:

$$A = D / k; k = D / A,$$

где  $A$  – курс привилегированной акции;

$D$  – дивиденды по привилегированным акциям;

$k$  – доходность привилегированной акции.

Решение:

1) Определяем доходность привилегированной акции = 120 руб. / 960 руб. = 0,125 или 12,5%.

#### Задача № 05

Исходные данные:

Деятельность предприятия характеризуется следующими данными:

(условные денежные единицы)

Показатель	2007 год	2008 год
Запасы	10 000	15 000
Дебиторская задолженность	2 000	5 000
Денежная наличность	20 000	18 000
Краткосрочная кредиторская задолженность	25 000	27 000

Определите оборотные активы, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент срочной ликвидности.

Формулы расчета:

1) Оборотные активы = Запасы + Дебиторская задолженность + Денежная наличность;

2) Коэффициент текущей ликвидности = Оборотные активы / Краткосрочная кредиторская задолженность;

3) Коэффициент срочной ликвидности = (Оборотные активы – Запасы) / Краткосрочная кредиторская задолженность;

Решение:

1) Определим оборотные активы:

$$2007 \text{ год} = 10\,000 \text{ усл. ден. ед.} + 2\,000 \text{ усл. ден. ед.} + 20\,000 \text{ усл. ден. ед.} = 32\,000 \text{ усл. ден. ед.}$$

$$2008 \text{ год} = 15\,000 \text{ усл. ден. ед.} + 5\,000 \text{ усл. ден. ед.} + 18\,000 \text{ усл. ден. ед.} = 38\,000 \text{ усл. ден. ед.}$$

Оборотные активы увеличились.

2) Определим коэффициент текущей ликвидности:

2007 год = 32 000 усл. ден. ед. / 25 000 усл. ден. ед. = 1,28

2008 год = 38 000 усл. ден. ед. / 27 000 усл. ден. ед. = 1,41;

Коэффициент текущей ликвидности возрос.

3) Определим коэффициент срочной ликвидности:

2007 год = (32 000 усл. ден. ед. - 10 000 усл. ден. ед.) / 25 000 усл. ден. ед. = 0,88

2008 год = (38 000 усл. ден. ед. - 15 000 усл. ден. ед.) / 27 000 усл. ден. ед. = 0,85;

Коэффициент срочной ликвидности возрос в связи увеличением коэффициента текущей ликвидности.

### Задача № 06

Исходные данные:

Деятельность предприятия характеризуется следующими данными:

Коэффициент	Значение	
	на начало периода	на конец триода
1. Автономии	0,59	0,58
2. Соотношения заемных и собственных средств	0,69	0,72
3. Маневренности	0,40	0,33
4. Обеспеченности запасов и затрат собственными источниками	1,33	0,88
5. Абсолютной ликвидности	0,52	0,24
6. Ликвидности	1,09	0,73

Оцените финансовое положение предприятия.

Решение:

1) Снижение коэффициента автономии с 0,59 до 0,58 свидетельствует о некотором уменьшении финансовой независимости предприятия, повышении риска финансовых затруднений в будущем. Такая тенденция с точки зрения кредиторов снижает гарантии погашения предприятием своих обязательств.

2) Незначительное повышение коэффициента соотношения заемных и собственных средств на конец периода (0,72) по сравнению с началом (0,69) свидетельствует о сохраняющейся достаточности собственных средств предприятия для покрытия своих обязательств.

3) Коэффициент маневренности снизился, что свидетельствует об уменьшении величины собственных средств предприятия, находящихся в мобильной форме, и понижении возможностей в маневрировании этими средствами.

4) Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками формирования на начало периода удовлетворял нормальному ограничению ( $1,33 > 1$ ), на конец периода — он ниже нормативного значения ( $0,88 < 1$ ). Это свидетельствует о недостаточной обеспеченности запасов и затрат собственными источниками формирования.

5) Коэффициент абсолютной ликвидности снизился с 0,52 до 0,24, но удовлетворяет нормативному значению.

б) Уменьшение коэффициента ликвидности с 1,09 до 0,73 свидетельствует о снижении платежных возможностей предприятия даже при условии своевременного проведения расчетов с дебиторами. При таком значении коэффициента ликвидности на конец периода предприятию сложно будет получить кредиты банка.

Анализ финансовых коэффициентов позволяет сделать вывод об общем ухудшении финансового положения предприятия.

### Задача № 07

Исходные данные:

Предприятие анализирует два инвестиционных проекта:

Год	Оценка чистых денежных поступлений (млн. руб.)	
	Проект А	Проект Б
1	0,9	0,8
2	1,6	1,1
3	-	0,6
Размер инвестиций (млн. руб.)	2,0	2,0
Альтернативные издержки по инвестициям (%)	12	12 или 15

Определите чистую приведенную стоимость и внутреннюю норму доходности для проект Б.

Формулы расчета:

$$1) NPV = \sum_{i=1}^n NCF_i / (1+r)^i - Inv,$$

где NPV – чистая приведенная стоимость;

NCF<sub>i</sub> – чистый денежный поток (чистые денежные поступления);

r – альтернативные издержки по инвестициям;

Inv – размер инвестиций.

$$2) IRR = r_0 - (r_1 - r_0) * NPV(r_0) / NPV(r_1) - NPV(r_0),$$

где IRR – внутренняя норма доходности инвестиционного проекта;

r<sub>1</sub> – r<sub>0</sub> - альтернативные издержки по инвестициям;

NPV – чистая приведенная стоимость

Решение:

1) Определим размер чистой приведенной стоимости:

Для проекта Б (при r = 12%)  $NPV = 0,8 / (1 + 0,12) + 1,1 / (1 + 0,12)^2 + 0,6 / (1 + 0,12)^3 - 2 = 0,02$  млн. руб. > 0, проект выгоден;

Для проекта Б (при r = 15%)  $NPV = 0,8 / (1 + 0,15) + 1,1 / (1 + 0,15)^2 + 0,6 / (1 + 0,15)^3 - 2 = -0,08$  млн. руб. < 0, проект не выгоден.

2) Определим внутреннюю норму доходности инвестиционного проекта:

Для проекта Б  $RR = 0,15 - (0,12 - 0,15) * -0,08 / 0,02 - (-0,8) = 0,126$  или 12,6%.



ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ ВЫПУСКНЫХ РАБОТ ДЛЯ БАКАЛАВРОВ  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ 100400—«ТУРИЗМ»

1. Рынок туристических услуг России (региона) и перспективы его развития в посткризисных условиях
2. Анализ и оценка туристского потенциала Российской Федерации и разработка предложений по развитию туристско-рекреационных комплексов в наиболее перспективных туристских кластерах
3. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации до 2020 года.
4. Социально-экономические проблемы развития отечественного (или зарубежного) туризма в условиях глобализации
5. Формирование и развитие рынка рекреационных и туристских услуг РФ
6. Государственное регулирование туристской деятельности в РФ
7. Государственное регулирование индустрии гостеприимства РФ
8. Зарубежный опыт государственного регулирования качества обслуживания в индустрии гостеприимства и туризма
9. Зарубежный опыт развития индустрии гостеприимства и туризма (на примере отдельных стран) и возможности его использования в РФ
10. Процессы глобализации в мировой индустрии гостеприимства и туризма
11. Интеграция России в мировую индустрию гостеприимства и туризма
12. Методы государственного регулирования качества услуг в индустрии туризма
13. Экономические методы государственного регулирования развития гостинично-туристской сферы
14. Прогнозирование развития индустрии гостеприимства и туризма
15. Методы прогнозирования показателей деятельности предприятий индустрии гостеприимства и туризма
16. Методы исследования и прогнозирования туристских рынков
17. Программно-целевые методы планирования и управления гостинично-туристскими комплексами
18. Конкурентоспособность услуг предприятий индустрии гостеприимства и туризма: понятие, факторы и модели
19. Реализация концепции маркетинга на рынке услуг гостеприимства и туризма
20. Виды и стратегии маркетинговой конкуренции на рынке услуг гостеприимства и туризма
21. Сегментирование рынка, позиционирование и брендинг услуг гостеприимства (туруслуг)
22. Маркетинг рынка образовательных услуг в сфере индустрии гостеприимства и туризма
23. Маркетинг гостиничных цепей
24. Система маркетинг-менеджмента в индустрии гостеприимства и туризма и ее совершенствование
25. Исследование методов управления маркетингом на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма и их совершенствование

26. Управление маркетингом в сфере рекреации и туризма и его совершенствование
27. Организация эффективного продвижения и продажи продукта деятельности предприятий индустрии гостеприимства и туризма
28. Креативный маркетинг туристского предприятия (бизнеса)
29. Организация рекламной деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма и оценка ее эффективности
30. Организация маркетинговой службы на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма, ее эффективность и пути совершенствования
31. Исследование жизненного цикла продукта (услуги) предприятий индустрии гостеприимства и туризма (на примере турфирмы)
32. Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами туристских предприятий и оценка ее эффективности.
33. Разработка стратегии формирования лояльности потребителей в сфере туристического бизнеса
34. Бенчмаркетинг как инструмент управления конкурентоспособностью туристских услуг
35. Мифодизайн гостеприимства туристского предприятия
36. Имидж (планирование, формирование, продвижение) туристского предприятия
37. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства и туризма
38. Торговая марка туристского предприятия
39. Маркетинговый анализ деятельности предприятий индустрии гостеприимства и туризма
40. Формирование и развитие рынка труда индустрии гостеприимства и туризма
41. Формирование и поддержание корпоративной культуры предприятий индустрии гостеприимства и туризма
42. Социально-психологические аспекты управления в индустрии гостеприимства и туризма
43. Оценка производительности труда и пути ее повышения на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
44. Управление производительность труда на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
45. Методы разрешения конфликтов на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
46. Управление персоналом на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
47. Организация подготовки и переподготовки управленческих кадров для индустрии гостеприимства и туризма
48. Организация и эффективность профессионального обучения в индустрии гостеприимства и туризма
49. Управление профессиональной карьерой работников предприятий индустрии туризма
50. Управление персоналом в индустрии гостеприимства и туризма в условиях реорганизации бизнес-процессов
51. Кросс-культурные особенности управления персоналом на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма

52. Особенности управления персоналом на малых предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
53. Анализ кадровой структуры и трудового потенциала предприятия индустрии гостеприимства и туризма
54. Компетенции персонала предприятий индустрии гостеприимства и туризма: определение, формирование и мониторинг в процессе управления ими
55. Социальная ответственность и партнерство в индустрии гостеприимства и туризма
56. Стратегическое управление персоналом предприятий индустрии гостеприимства и туризма
57. Развитие малых форм предпринимательства в индустрии гостеприимства и туризма: отечественный и зарубежный опыт
58. Управленческая экономика сферы гостеприимства и туризма
59. Предпринимательская стратегия предприятий индустрии гостеприимства и туризма
60. Управление хозяйственно-финансовой деятельностью на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
61. Стратегическое управление туристским предприятием
62. Риск-менеджмент как часть управления коммерческой деятельностью туристского предприятия
63. Экономика и организация деятельности малых предприятий индустрии гостеприимства и туризма
64. Организация внутрифирменного управления в турфирме
65. Оптимизация управленческой структуры предприятий индустрии гостеприимства и туризма
66. Организационная структура предприятий индустрии гостеприимства и туризма и ее совершенствование
67. Управление материально-технической базой на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
68. Организация и управление материальными ресурсами в гостиничном, ресторанном и туристическом бизнесе
69. Оценка эффективности инвестиционных проектов (на примере развития предприятий индустрии гостеприимства и туризма)
70. Эффективность использования материальных, трудовых, финансовых и информационных ресурсов на туристском предприятии
71. Управление знаниями на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма как способ повышения их конкурентоспособности
72. Технологии принятия управленческих решений на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
73. Бизнес-план туристского предприятия: понятия и основные этапы разработки
74. Бизнес-модель туристского предприятия
75. Маркетинговое планирование на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма, его организация и эффективность
76. Инвестиционный план туристского предприятия: основные этапы и методы разработки
77. Экономико-математические методы планирования деятельности туристского

предприятия

78. Планирование труда и социального развития туристского предприятия
79. Планирование себестоимости туристских услуг и пути его совершенствования
80. Планирование издержек производства предприятий общественного питания
81. Планирование эффективности деятельности туристского предприятия в условиях рынка
82. Оперативное планирование и управление туристским предприятием
83. Финансовый план турфирмы и методика его разработки
84. Финансовое планирование на туристском предприятии
85. Зарубежный опыт планирования деятельности предприятий индустрии гостеприимства и туризма и возможность его использования в отечественной практике
86. Методы обслуживания гостей и показатели качества обслуживания в гостиничных предприятиях
87. Управление качеством туристской услуги
88. Методы контроля качества услуг в индустрии гостеприимства и туризма
89. Организация обслуживания гостей в гостиничных (ресторанных) предприятиях и ее совершенствование
90. Организация работы инженерно-технических служб гостинично-туристических комплексов и пути повышения ее эффективности
91. Системы обеспечения безопасности в туристско-гостиничной сфере и их эффективность
92. Управление службой безопасности на гостиничном предприятии
93. Организация учета и контроля в турфирмах и пути ее совершенствования
94. Организационное проектирование предприятий индустрии гостеприимства и туризма
95. Организация внедрения передовых стандартов обслуживания на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
96. Анализ финансового состояния предприятий индустрии гостеприимства и туризма (на примере турфирмы)
97. Экономический анализ эффективности деятельности предприятия индустрии гостеприимства и туризма (на примере турфирмы)
98. Сравнительный анализ факторов эффективности различных типов гостиничных предприятий
99. Анализ выполнения плана по прибыли туристского предприятия
100. Внутрифирменный коммерческий расчет на предприятиях гостинично-туристского комплекса
101. Мониторинг и оптимизация финансово-экономических процессов на туристских предприятиях
102. Управление туристическим бизнесом
103. Внедрение современных автоматизированных систем управления на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
104. Перспективы развития информационных технологий и систем на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма
105. Современные централизованные системы бронирования в индустрии гостеприимства и туризма. Внедрение и эксплуатация
106. Программно-аппаратный комплекс предприятий индустрии гостеприимства и

туризма. Состав, внедрение и особенности эксплуатации

107. Электронная коммерция на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма

108. Организация проектирования туристского продукта предприятиями сферы гостеприимства

109. Экономика и организация деятельности гостиничных цепей

110. Формирование финансовых ресурсов для развития туристского и гостинично-ресторанного хозяйства в регионе

111. Использование логистики в индустрии гостеприимства и туризма

112. Управление финансами гостинично-туристического комплекса

113. Управление номерным фондом гостиничного предприятия

114. Развитие гостиничного оперейтинга в условиях глобализации: российский и мировой опыт

115. Формирование и развитие стратегических альянсов в индустрии гостеприимства и туризма

116. Оценка эффективности стратегического планирования в индустрии гостеприимства и туризма

117. Анализ использования аутсорсинга в индустрии гостеприимства и туризма

118. Механизм формирования цепочки ценностей в индустрии гостеприимства и туризма

119. Управление стоимостью компании в индустрии гостеприимства и туризма