

**Министерство образования и науки Российской Федерации**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»**

Утверждено  
на заседании совета факультета «Высшая  
школа спортивной и туристской индустрии»  
протокол № 2 от 22 ноября 2012 г.

Председатель совета проф.

Т.А.Воронова



**Факультет «Высшая школа спортивной и туристской индустрии»**

**Кафедра гостиничного и туристического бизнеса**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Экономическая стратегия развития туристской фирмы**

Направление подготовки: 100400 – «Туризм»

Профиль подготовки: общего профиля

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Москва - 2012

Составитель: к.э.н., доцент, Скобкин Сергей Сергеевич  
ученая степень, ученое звание, Ф.И.О.

Рецензенты: к.э.н. А.С.Акиндинов, генеральный директор ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ»  
к.э.н., доц. кафедры маркетинга ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В.Плеханова»  
Ж.Б. Мусатова

«Экономическая стратегия туристской фирмы», как учебная дисциплина относится блоку БЗ.

Рабочая программа включает перечень компетенций, тем с указанием объема аудиторных занятий и самостоятельной работы, краткое содержание курса, перечень основной и дополнительной литературы, Интернет-ресурсов, формы текущего и промежуточного контроля знаний студентов. Указаны рекомендуемые педагогические методы обучения и формы организации занятий, приведены вопросы для самоконтроля, примерный перечень заданий для самостоятельной работы студентов.

Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВПО по направлению 100400 – «Туризм».

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры гостиничного и туристического бизнеса протокол № 2 от «4» сентября 2012 г.

Заведующий кафедрой



Попов Л.А.

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры гостиничного и туристического бизнеса

протокол № 14 от «15» февраля 2013 г.

Заведующий кафедрой

Л.А. Попов

Одобрено советом факультета гостинично-ресторанной, туристической и спортивной индустрии

протокол № 6 от «25» марта 2013 г.

Председатель

Т.А. Воронова

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры гостиничного и туристического бизнеса

протокол № 22 от «3» июня 2014 г.

Заведующий кафедрой

Л.А. Попов

Одобрено советом факультета гостинично-ресторанной, туристической и спортивной индустрии

протокол № 9 от «27» июня 2014 г.

Председатель

Т.А. Воронова

Рабочая программа с дополнениями и изменениями утверждена на заседании кафедры гостиничного и туристического бизнеса

протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015 г.

Заведующий кафедрой

Л.А. Попов

Одобрено советом факультета гостинично-ресторанной, туристической и спортивной индустрии

протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015 г.

Председатель

Т.А. Воронова

## Содержание

<u>I. Организационно-методический раздел.....</u>	<u>5</u>
<u>Цель дисциплины:.....</u>	<u>5</u>
<u>УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ:.....</u>	<u>5</u>
<u>Место дисциплины в структуре ООП ВПО.....</u>	<u>5</u>
<u>ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:.....</u>	<u>5</u>
<u>ФОРМЫ КОНТРОЛЯ.....</u>	<u>6</u>
<u>II. Содержание дисциплины.....</u>	<u>7</u>
<u>СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ.....</u>	<u>7</u>
<u>ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....</u>	<u>11</u>
<u>III. Образовательные технологии.....</u>	<u>17</u>
<u>IV. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины.....</u>	<u>17</u>
<u>РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....</u>	<u>17</u>
<u>РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ОБУЧАЮЩИЕ, СПРАВОЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ, КОНТРОЛИРУЮЩИЕ И ПРОЧИЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ПРОГРАММЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....</u>	<u>18</u>
<u>МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....</u>	<u>18</u>
<u>V. Оценочные средства.....</u>	<u>19</u>
<u>ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ.....</u>	<u>19</u>
<u>ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ:.....</u>	<u>19</u>
<u>ПРИМЕРЫ ТЕСТОВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ.....</u>	<u>19</u>
<u>VI. Тематический план изучения дисциплины.....</u>	<u>21</u>
<u>ПРИЛОЖЕНИЯ.....</u>	<u>22</u>
<u>Приложение 1.....</u>	<u>22</u>
<u>Приложение 2.....</u>	<u>27</u>
<u>Приложение 3.....</u>	<u>28</u>

## I. Организационно-методический раздел

### Цель дисциплины:

Целью учебной дисциплины «Экономическая стратегия туристской фирмы» является:

1. формирование у студентов представления о стратегическом управлении фирмой, знаний, умений и навыков разработки и реализации экономической стратегии, обеспечивающей наращивание конкурентных преимуществ предприятия в длительной перспективе.

### Учебные задачи дисциплины:

Задачами дисциплины является формирование:

1. теоретических знаний о стратегическом планировании;
2. прикладных знаний в области разработки и реализации экономической стратегии;
3. методов достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности предприятия;
4. навыков самостоятельного и творческого использования полученных знаний в практической деятельности бакалавра туризма.

### Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Экономическая стратегия туристской фирмы» относится к вариативной части профессионального цикла.

Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Микроэкономика», «Макроэкономика».

Для успешного освоения дисциплины «Экономическая стратегия туристской фирмы», студент должен:

1. **знать:** структуру туристской отрасли; понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности, особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; особенности организации туристской деятельности;
2. **уметь:** компетентно определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, использовать международные системы взаимодействия в туризме;
3. **владеть:** навыками туроперейтинга и механизма построения взаимоотношений между туроператорами и контрагентами туристской деятельности, оперативной информацией о текущем состоянии отдельных участников туристской деятельности в России и за рубежом, навыками разработки и реализации производственных программ и стратегий в туризме;

Изучение дисциплины «Экономическая стратегия туристской фирмы» необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как «Экономика туристской фирмы», «Маркетинг в туристской индустрии»

### Требования к результатам освоения содержания дисциплины:

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК - 1 – способность к интеллектуальному, культурному, нравственному, физическому и профессиональному саморазвитию и самосовершенствованию

ОК - 2 – способность к достижению целей и критическому переосмыслению накопленного опыта;

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

ОК - 5 – готовность 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 - 6 – способность работать в коллективе, руководить людьми и подчиняться;

ОК - 8 – стремление 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 - 9 – способность понимать социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к профессиональной деятельности в туристской индустрии;

ОК - 11 – способность 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;

В результате освоения компетенций студент должен:

1. Знать:

1.1. основные категории, входящие в понятие экономической стратегии (ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-9, ОК-11);

1.2 роль и место экономической стратегии в наращивании стратегического потенциала туристской фирмы (ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-9, ОК-11);

1.3 методы достижения экономической прибыли, увеличения рыночной доли и увеличения стоимости и ценности туристской фирмы (ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-9, ОК-11)

2. Уметь:

2.1 использовать современные методы стратегического управления туристскими фирмами (ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-9, ОК-11);

2.2 формировать и реализовывать экономическую стратегию развития туристской фирмы (ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-9, ОК-11);

2.3 применять методы поиска, сбора, систематизации и анализа необходимой в процессе обучения информации (ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-9, ОК-11).

3. Владеть:

3.1 специальной экономической терминологией и лексикой данной дисциплины (ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-9, ОК-11);

3.2 навыками самостоятельного овладения новыми знаниями по данной дисциплине (ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-9, ОК-11);

3.3 практическими навыками применения полученных знаний и умений ОК-1, ОК-2, ОК-4, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-9, ОК-11).

#### **Формы контроля**

Контроль за освоением дисциплины осуществляется в каждом дисциплинарном разделе отдельно.

#### **Рубежный контроль:**

Письменный контрольный опрос.

**Текущий контроль** осуществляется лектором и преподавателем, ведущим практические занятия в виде: опроса по теории; решения компьютерных заданий; самостоятельных расчетно-аналитических работ, выполненных с помощью персональных компьютеров; письменных домашних заданий, написания рефератов; подготовке докладов, презентаций; промежуточных тестирований по разделам дисциплины.

#### **Промежуточная аттестация в 6-ом семестре:**

Экзамен в письменной форме.

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном

государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». Распределение баллов по отдельным видам работ в процессе освоения дисциплины «Экономическая стратегия туристской фирмы» осуществляется в соответствии с Приложением 1.

## II. Содержание дисциплины

### Содержание разделов дисциплины

№№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
1	2	3	4	5	6
1.	Тема 1. Стратегии развития индустрии гостеприимства	Структурная теория трёх стадий развития спроса в гостиничном бизнесе и место российской гостиничной отрасли в этом процессе. Особенности применения количественной теории стратегических изменений в гостиничном бизнесе. Стратегии развития мировой гостиничной индустрии. Характеристика рынка гостиничных услуг Москвы и стратегии ведущих гостиниц	ОК-1, ОК-2	<b>знать:</b> особенности социальной политики российского государства, действие социальных стандартов, направленных на качество жизни; методы саморегуляции психических состояний; <b>уметь:</b> применять социальные обязательства в профессиональной сфере на основе их ресурсного обеспечения, анализировать детерминанты, сущность и тенденции современной социокультурной среды; <b>владеть:</b> основами формирования социальных отношений в обществе, методами анализа причинно-следственных связей социально-политических процессов и явлений, способностью осознавать ответственность перед страной и нацией за свою социальную и нравственную позицию, умением использовать исторический опыт, национальное и мировое культурное наследие в профессиональной деятельности и личностном развитии; <b>знать:</b> сущность философских категорий, терминологию философии и структуру философских знаний, функции философии и методы философских исследований, философские персоналии и специфику философских направлений, сущность, терминологию и	лекции; семинарские занятия, домашние задания; самостоятельная работа студентов, расчетно-аналитическое задание, интерактивная лекция, круглый стол

				<p>структуру процесса мышления, функции и методы социально-экономических исследований;</p> <p>теоретические основы, закономерности развития отрасли;</p> <p><b>уметь:</b> анализировать гражданскую и мировоззренческую позицию в обществе, формировать и совершенствовать свои и убеждения, переносить философское мировоззрение в область материально-практической деятельности, проводить анализ основных показателей с применением методов социального и экономического анализа, моделировать и прогнозировать результаты деятельности;</p> <p><b>владеть:</b> методами философских, исторических и культурологических исследований, приемами и методами анализа проблем общества, системным мышлением, методами социально-экономических исследований, приемами и методами анализа проблем и явлений;</p>	
2.	Тема 2. Стратегия как система развития конкурентных преимуществ	Стратегия, стратегическое решение и стратегический потенциал. Принципы классификации школ стратегий. Концепции прескриптивных школ. Концепции дескриптивных школ. Концепции смешанных школ.	ОК-4, ОК-5	<p><b>знать:</b> основы современного русского языка и культуры речи, основные принципы построения монологических текстов и диалогов, характерные свойства русского языка как средства общения и передачи информации;</p> <p><b>уметь:</b> использовать знания русского языка, культуры речи и навыков общения в профессиональной деятельности;</p> <p><b>владеть:</b> навыками грамотного письма и устной речи, способностью к коммуникациям в профессиональной деятельности, культурой речи;</p> <p><b>знать:</b> особенности социальной политики российского государства,</p>	лекции; семинарские занятия, домашние задания; самостоятельная работа студентов, анализ деловых ситуаций на основе кейс методов, расчетно-аналитическое задание, интерактивная лекция



				действие социальных стандартов, направленных на качество жизни; <b>уметь:</b> применять социальные обязательства в профессиональной сфере на основе их ресурсного обеспечения; <b>владеть:</b> основами формирования социальных отношений в обществе;	
3.	Тема 3. Методика формирования экономической стратегии предприятий индустрии гостеприимства	Место и роль экономической стратегии в управлении предприятием. Классификационная модель экономической стратегии. Методика формирования и выбора вариантов стратегии предприятия. Определение стратегической полезности долговременных управленческих решений. Принципы оптимизации экономической стратегии.	ОК-6	<b>знать:</b> теоретические основы психологии делового общения, коммуникативные техники и технологии делового общения в туризме; <b>уметь:</b> организовывать взаимодействие в группе, обеспечивать межличностные взаимоотношения с учетом социально-культурных особенностей общения, применять коммуникативные техники и технологии делового общения; <b>владеть:</b> основными коммуникативными методами и приемами делового общения в профессиональной сфере;	лекции; семинарские занятия, домашние задания; самостоятельная работа студентов, расчетно-аналитическое задание, интерактивная лекция, круглый стол
4.	Тема 4. Стратегии достижения экономической прибыли предприятия	Товарная стратегия. Стратегия снижения производственных издержек. Стратегия ценообразования. Стратегия взаимодействия с рынками производственных ресурсов. Стратегия мотивации. Стратегия финансового оздоровления.	ОК-8	<b>знать:</b> закономерности, основные события, особенности и персоналии истории, общие духовно-ценностные ориентиры и историко-культурное наследие, основные политические и социально-экономические направления и механизмы, характерные для исторического развития; методы саморегуляции психических состояний; этику делового общения; <b>уметь:</b> анализировать детерминанты, сущность и тенденции современной социокультурной среды, применять в профессиональной и других видах деятельности базовые понятия, знания и закономерности осмысления исторического процесса и актуальной общественно-политической практики, применять знание истории в	лекции; семинарские занятия, домашние задания; самостоятельная работа студентов, анализ деловых ситуаций на основе кейс методов, расчетно-аналитическое задание, интерактивная лекция

				<p>профессиональной деятельности;</p> <p><b>владеть:</b> методами анализа причинно-следственных связей социально-политических процессов и явлений, способностью осознавать ответственность перед страной и нацией за свою социальную и нравственную позицию, умением использовать исторический опыт, национальное и мировое культурное наследие в профессиональной деятельности и личностном развитии; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе;</p>	
5.	Тема 5. Стратегии усиления конкурентной позиции предприятия	Стратегия конкуренции. Стратегия повышения качества. Инновационная стратегия. Стратегия усиления позиций на рынке. Стратегия глобализации.	ОК-9	<p><b>знать:</b> структуру туристской отрасли; понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности, особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; особенности организации туристской деятельности;</p> <p><b>уметь:</b> компетентно определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, использовать международные системы взаимодействия в туризме;</p> <p><b>владеть:</b> навыками туроперейтинга и механизма построения взаимоотношений между туроператорами и контрагентами туристской деятельности, оперативной информацией о текущем состоянии отдельных участников туристской деятельности в России и за рубежом, навыками разработки и реализации производственных программ и стратегий в туризме;</p>	лекции; семинарские занятия, домашние задания; самостоятельная работа студентов, расчетно-аналитическое задание, интерактивная лекция, круглый стол
6.	Тема 6. Стратегии увеличения стоимости/це	Инвестиционная стратегия. Стратегия экономического роста. Стратегия	ОК-11	<p><b>знать:</b> теоретические основы информатики и информационных технологий, возможности и</p>	лекции; семинарские занятия, домашние

	ности компании	бизнес-реинжиниринга. Стратегия максимизации стоимости предприятия.		принципы использования современной компьютерной техники; <b>уметь:</b> применять теоретические знания при решении практических задач в туристской деятельности, используя возможности вычислительной техники и программного обеспечения; <b>владеть:</b> навыками работы с вычислительной техникой, прикладными программными средствами;	задания; самостоятельная работа студентов, анализ деловых ситуаций на основе кейс-методов, расчетно-аналитическое задание, интерактивная лекция
7.	Тема 7. Методики оценки стоимости предприятия	Стоимостной подход в оценочной деятельности. Методика оценки стоимости гостиниц и других предприятий ИГиТ.	ОК-11	<b>знать:</b> теоретические основы информатики и информационных технологий, возможности и принципы использования современной компьютерной техники; <b>уметь:</b> применять теоретические знания при решении практических задач в туристской деятельности, используя возможности вычислительной техники и программного обеспечения; <b>владеть:</b> навыками работы с вычислительной техникой, прикладными программными средствами;	лекции; семинарские занятия, домашние задания; самостоятельная работа студентов, расчетно-аналитическое задание, интерактивная лекция, круглый стол

### Обеспечение содержания дисциплины

#### Тема 1. Стратегии развития индустрии гостеприимства

**Литература:** Б-1, О-1

#### **Вопросы для самопроверки:**

1. Сформулируйте основное содержание структурной теории развития спроса в гостиничном бизнесе и определите место российской гостиничной отрасли в этом процессе.
2. Охарактеризуйте особенности применения количественной теории стратегических изменений в гостиничном бизнесе
3. В чем проявляется стратегия глобализация?
4. В чем проявляется стратегия развития гостиничного продукта?
5. В чем проявляется стратегия дифференциации?

#### **Задания для самостоятельной работы**

1. Процесс стратегического управления включает:

- а) установление миссии, формирующей сферу деятельности предприятия ИГиТ;
- б) определение целей - желаемых результатов;
- в) разработку стратегий, т.е. планирование действий, направленных на достижение поставленных целей;
- г) реализацию стратегий;

д) оценку осуществления стратегии и внесение корректив.

2. Разрабатываются ли стратегии на следующих организационных уровнях предприятия:

- а) корпоративном (уровень корпорации);
- б) деловом (уровень предприятия);
- в) функциональном (уровень подразделения предприятия);
- г) операционном (уровень менеджера низшего звена).

3. Структурная теория Клейнуорта Бенсона определяет развитие спроса на гостиничные услуги:

- а) структурой экономики страны;
- б) эффективностью рекламной деятельности;
- в) ростом ВВП.

#### **Тематика рефератов, докладов, эссе**

1. Структурная теория развития спроса в гостиничном бизнесе и место российской гостиничной отрасли в этом процессе.
2. Особенности применения количественной теории стратегических изменений в гостиничном бизнесе
3. Стратегия глобализация.
4. Стратегия развития гостиничного продукта.
5. Стратегия дифференциации.

#### **Тема 2. Стратегия как система развития конкурентных преимуществ**

**Литература:** Б-1, О-1

#### **Вопросы для самопроверки:**

1. Приведите известные вам определения понятия стратегии.
2. Назовите школы стратегий, имеющие прескриптивный характер.
3. Чем отличаются принципы оценки внешней среды, используемые школой дизайна, от принципов, используемых школой предпринимательства?
4. Кто отвечает за формирование стратегий в соответствии с рекомендациями школы позиционирования?

#### **Задания для самостоятельной работы**

1. Включает ли понятие стратегии следующие определения:

- а) стратегия — это план, руководство, ориентир или направление развития, дорога из настоящего в будущее;
- б) стратегия — это принцип поведения или следование некой модели поведения;
- в) стратегия — это позиция, а именно расположение определенных товаров на конкретных рынках.
- г) стратегия — это перспектива, т. е. основной способ действия организации, или это «теория бизнеса» организации.
- д) стратегия — это ловкий прием, особый маневр, предпринимаемый с целью перехитрить соперника или конкурента.

2. Стратегия экономического управления, или экономическая стратегия, вырабатывает:

- а) правила и приемы, обеспечивающие экономически эффективное достижение стратегических целей;
- б) правила и приемы достижения стратегических целей, базирующиеся на возбуждении заинтересованности всех участников процесса разработки и реализации стратегических программ в эффективном достижении этих целей.

3. Должна ли экономическая стратегия фирмы включать:

- а) исследования условий конкурентных преимуществ;
- б) исследования рынков потенциальных товаров и услуг;
- в) формирования товарного ассортимента фирмы;
- г) распределения имеющихся в распоряжении фирмы и привлекаемых ею дополнительных ресурсов;

- д) взаимодействия с рынками факторов производства, ценных бумаг, валютными рынками;
- е) формирования эффективной ценовой политики;
- ж) раннего обнаружения кризисных тенденций.

**Тематика рефератов, докладов, эссе**

1. Особенности школы стратегий прескриптивного направления.
2. Принципы школы дизайна.
3. Принципы школы предпринимательства.
4. Формирование стратегий в соответствии с рекомендациями школы позиционирования.
5. Особенности концепции школы внешней среды.

**Тема 3. Методика формирования экономической стратегии предприятий индустрии гостеприимства**

**Литература:** Б-1, О-1

**Вопросы для самопроверки:**

1. Сформулируйте понятие экономической стратегии и изложите её цели и задачи.
2. Место и роль экономической стратегии в стратегическом управлении предприятием.
3. Охарактеризуйте направления деятельности фирмы по выработке правил и приемов эффективной разработке и реализации экономической стратегии.
4. Объясните модель взаимосвязи экономической стратегии со стратегическими целями предприятия.
5. Охарактеризуйте классификационную модель составляющих экономической стратегии достижения экономической прибыли.

**Задания для самостоятельной работы**

1. Понимается ли под экономической стратегией генеральная перспективная программа рационального использования имеющихся и заимствованных ресурсов направленная:
  - а) на обеспечение роста продаж;
  - б) на достижение стабильной экономической прибыли;
  - в) на сохранение ликвидности и роста рыночной стоимости предприятия при приемлемом уровне риска.
2. Является ли генеральной базисной целью экономической стратегии предприятия:
  - а) достижение экономической прибыли;
  - б) увеличение рыночной доли;
  - в) максимизация стоимости предприятия.
3. Будет ли достигнуты цели экономической стратегии предприятия, если реализуются нижеприведённые задачи:
  - а) разработать условия подготовки возможных вариантов формирования хозяйственных ресурсов и действий руководства гостиницы в случае неустойчивого или кризисного финансового состояния;
  - б) исследовать характер и закономерности функционирования экономики предприятия в рыночных условиях хозяйствования;
  - в) оценить исходное экономического состояния предприятия с помощью стратегического анализа, стратегической оценки и определение основных путей его улучшения;
  - г) определить экономические взаимоотношений с поставщиками и покупателями, банками и другими финансовыми институтами по направлениям перспективных вложений денежных средств, политики внешнеэкономической деятельности;
  - д) оптимизировать основные и оборотные средств, распределения прибыли, налоговых платежей с максимальным учетом возможных льгот и недопущением штрафных санкций и переплат налогов, инвестиций и источников средств для развития производства, эмиссионной деятельности и дивидендных выплат;
  - е) прогнозировать размер балансовой прибыли на основе прогноза развития производственной деятельности, портфеля заказов, уровня ликвидности и уровня риска;

ж) изучить экономические стратегии вероятных конкурентов, их экономических возможностей для разработки и осуществления мероприятий по обеспечению экономической устойчивости.

**Тематика рефератов, докладов, эссе**

1. Интерпретация закономерностей систем применительно к экономической стратегии.
2. Принципы декомпозиции глобальной цели экономической стратегии.
3. Особенности требований к локальным целям стратегий.
4. Миссия фирмы, этапы ее разработки и значение для деятельности предприятия.
5. Принципы структуризации процесса формирования стратегии.

**Тема 4. Стратегии достижения экономической прибыли предприятия**

**Литература:** Б-1, Д-4.

**Вопросы для самопроверки:**

1. В чём заключается стратегический анализ выпускаемых товаров?
2. Охарактеризуйте фазы жизненного цикла продукта.
3. Охарактеризуйте уровень цены, состав клиентуры и специфику товара для каждой фазы жизненного цикла.
4. Объясните первый этап разработки товарной стратегии - анализ приоритетов для выпускаемых товаров.
5. Охарактеризуйте второй этап в разработке товарной стратегии – определение политики ассортимента.

**Задания для самостоятельной работы**

1. Являются главными задачами товарной стратегии:
  - а) увязка перспективных задач (миссии) развития с потенциальными возможностями рынка и ресурсами предприятия, которыми оно может располагать в стратегической перспективе;
  - б) анализ жизненных циклов товара/услуги;
  - в) разработка правил формирования товарного ассортимента, обеспечивающих конкурентное преимущество и на этой основе максимизацию экономической прибыли в долгосрочной перспективе.
2. Входят ли в жизненный цикл продукта следующие фазы:
  - а) разработка продукта;
  - б) внедрение продукта;
  - в) роста продаж продукта на рынке;
  - г) зрелость – период торможения роста продаж;
  - д) спад – период падения продаж;
  - е) исчезновение продукта на рынке.
3. Включает ли сегментация внешней среды выделение СЗХ по следующим параметрам:
  - а) перспективы роста в данной СЗХ. Они должны выражаться потенциальными темпами роста объемов производства продукции с одновременной увязкой этих темпов с фазами жизненного цикла спроса на продукцию;
  - б) перспективы рентабельности производства продукции в данной СЗХ, зависящие от возможностей реализации в ней ожидаемой прибыли, а также достижения требуемого уровня издержек производства;
  - в) ожидаемый уровень нестабильности внешней среды, при которой перспективы роста объема продаж и рентабельности производства теряют определенность и могут изменяться;
  - г) главные факторы успешной конкуренции в будущем, отражающие остроту конкуренции, техническую и экономическую политику конкурентов, возможность достижения требуемого уровня конкурентоспособности продукции и т. п.

**Тематика рефератов, докладов, эссе**

1. Особенности уровня цены, состава клиентуры и специфики товара для каждой фазы жизненного цикла товара.
2. Разработка товарной стратегии на предприятиях ИГиТ.
3. Стратегический анализ структуры издержек на предприятии ИГиТ.
4. Цепочка нарастания издержек и индустрии гостеприимства и туризма и способы сокращения издержек.

### **Тема 5. Стратегии усиления конкурентной позиции предприятия**

**Литература:** Б-1, О-1

#### **Вопросы для самопроверки:**

1. Охарактеризуйте «5 сил конкуренции» и возникающие конкурентные ситуации.
2. Охарактеризуйте уровни конкурентной стратегии.
3. Объясните составляющие стратегии конкуренции: лидерство по издержкам, дифференциации и фокусирование.
4. Охарактеризуйте этапы построения стратегии конкуренции.
5. Охарактеризуйте состав элементов системы качества в предприятии ИГиТ.

#### **Задания для самостоятельной работы**

1. Включают ли «5 сил конкуренции», сформулированные М. Э.Портер следующие:
  - а) сила переговорной позиции поставщиков;
  - б) сила переговорной позиции покупателей;
  - в) угроза со стороны продуктов и услуг - заменителей;
  - г) угроза входа на рынок новых игроков;
  - д) центральный фактор - соперничество между существующими конкурентами.
2. Входят ли в состав стратегии конкуренции следующие стратегии:
  - а) лидерство по издержкам;
  - б) стратегия дифференциации;
  - в) стратегия фокусирования.
3. Включает ли формирование конкурентной стратегии следующие этапы разработки стратегии:
  - а) информация о рынке;
  - б) разработка производства продукции/услуг;
  - в) организационные особенности и финансы.
4. Включает ли формирование стратегии повышения качества разработку её следующих составляющих:
  - а) эффективное управление предприятием на основе маркетинга;
  - б) создание корпоративной культуры;
  - в) внедрение стандартов технического качества;
  - г) внедрение стандартов функционального качества;
  - д) входной контроль качества на продукцию и услуги поставщиков;
  - е) выходной контроль качества на производимую продукцию и предоставляемые услуги и их сбыт посредниками.

#### **Тематика рефератов, докладов, эссе**

1. Особенности разработки стратегии конкуренции для предприятия ИГиТ.
2. Стратегия повышения качества в ИГиТ.
3. Охарактеризуйте показатели качества.
4. Инновационная стратегия предприятия ИГиТ.

### **Тема 6. Стратегии увеличения стоимости/ценности компании**

**Литература:** Б-1, О-1

#### **Вопросы для самопроверки:**

1. Охарактеризуйте основные принципы построения инвестиционной стратегии.
2. Перечислите и охарактеризуйте основные этапы процесса разработки инвестиционной стратегии предприятия

3. Каковы требования к формированию целей инвестиционной стратегии?
4. Объясните стратегию экономического роста через создание совместного предприятия.
5. Объясните стратегию экономического роста через поглощение предприятий;

#### **Задания для самостоятельной работы**

1. Заключается ли роль разработки инвестиционной стратегии в:
  - а) обеспечении механизма реализации долгосрочных общих и инвестиционных целей предстоящего экономического и социального развития предприятия в целом и отдельных его структурных единиц;
  - б) в возможности реально оценить инвестиционные возможности предприятия, обеспечить максимальное использование его внутреннего инвестиционного потенциала и возможность активного маневрирования инвестиционными ресурсами;
  - в) в возможности быстрой реализации новых перспективных инвестиционных возможностей, возникающих в процессе динамических изменений факторов внешней инвестиционной среды;
  - г) в учёте заранее возможных вариаций развития неконтролируемых предприятием факторов внешней инвестиционной среды и позволяет свести к минимуму их негативные последствия для деятельности организации;
  - д) в отражении сравнительных преимуществ предприятия в инвестиционной деятельности в сопоставлении с его конкурентами;
  - е) в наличие инвестиционной стратегии обеспечивает четкую взаимосвязь стратегического, текущего и оперативного управления инвестиционной деятельностью предприятия;
  - ж) в обеспечении соответствующей программы организационного поведения в рамках реализации наиболее важных стратегических инвестиционных решений;
  - з) в системе инвестиционной стратегии формируется значение основных критериальных оценок выбора реальных инвестиционных проектов и финансовых инструментов инвестирования;
  - и) достижении одной из базисных предпосылок стратегических изменений общей организационной структуры управления и организационной культуры.

2. Лежат ли в основе разработки инвестиционной стратегии предприятия следующие принципы:

- а) принцип инвайронментализма;
- б) принцип соответствия;
- в) принцип инвестиционной предприимчивости и коммуникабельности;
- г) принцип инвестиционной гибкости и альтернативности;
- д) инновационный принцип;
- е) принцип минимизации инвестиционного риска;
- ж) принцип компетентности.

#### **Тематика рефератов, докладов, эссе**

1. Особенности построения инвестиционной стратегии.
2. Стратегия экономического роста и её особенности.
3. Стратегия бизнес-реинжиниринга и её особенности.
4. Стратегия максимизации стоимости предприятия.

#### **Тема 7. Методики оценки стоимости предприятия**

##### **Литература: Б-1**

##### **Вопросы для самопроверки:**

1. Перечислите и охарактеризуйте факторы, влияющие на увеличение стоимости предприятия и бизнеса.
2. Перечислите 12 факторов генераторов стоимости предприятия.
3. Объясните затратный метод оценки стоимости предприятия.
4. Объясните доходный метод оценки стоимости предприятия.



### Задания для самостоятельной работы

1. Период прогноза 5 лет. Чистый денежный поток на конец 5-го года предполагается равным 100000 руб. Ценовой мультипликатор «цена/денежный поток» равен 8. Альтернативные издержки по инвестициям 12%. Определим текущее значение остаточной стоимости предприятия.

Остаточная стоимость предприятия на конец 5-го года = (чистый денежный поток на конец 5-го года) x (ценовой мультипликатор «цена/денежный поток») = 100000 X 8 = 800000 руб.

Тогда текущее значение остаточной стоимости предприятия равно  $800000/(1 + 0,12)^5 = 453941,48$  руб.

2. Период прогноза 4 года. Чистый денежный поток на конец 4-го года предполагается равным 90000 руб. Ценовой мультипликатор «цена/денежный поток» равен 7. Альтернативные издержки по инвестициям 11%. Определить текущее значение остаточной стоимости предприятия. (Ответ: 415000,51 руб.).

3. Период прогноза 5 лет. Чистый денежный поток предприятия на конец 6-го года предполагается равным  $F = 100000$  руб. Ожидается, что чистый денежный поток предприятия будет расти каждый год с постоянной скоростью  $g = 10\%$ . Средневзвешенная стоимость капитала  $WACC = 15\%$ . Определим текущее значение остаточной стоимости предприятия.

Воспользуемся моделью Гордона для определения значения остаточной стоимости предприятия на конец 5-го года:  $F/(WACC - g) = 100000/(0,15 - 0,10) = 2000000$  руб.

Тогда текущее значение остаточной стоимости предприятия равно  $2000000/(1 + WACC)^5 = 2000000/(1 + 0,15)^5 = 994353,47$  руб.

### Тематика рефератов, докладов, эссе

1. Стратегическое управление на увеличение стоимости и бизнеса предприятия.
2. Методы оценки стоимости предприятия ИГиТ.

## III. Образовательные технологии

В процессе освоения дисциплины «Экономическая стратегия туристской фирмы» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

- лекции;
- семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- выполнение домашних заданий;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение указанных выше домашних заданий, работа с литературой;
- расчетно-аналитические задания

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- Интерактивная лекция
- Круглый стол
- Анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода

## IV. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины

### Рекомендуемая литература

#### Базовая литература

1. Скобкин С. С. Стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма : учеб. пособие / М. : Магистр, 2010.

### **Основная литература**

1. Катъкало В. С., Шемракова В. Н. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса / Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Высшая школа менеджмента; 2012.

### **Нормативно-правовые документы**

1. Гостиничное и ресторанное дело, туризм. Сборник нормативных документов / Составитель: Ю. Волков – Ростов: Феникс, 2013.

### **Дополнительная литература**

1. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2011.
2. Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб. пособие / М. : Магистр, 2012.
3. Черемных О.С, Черемных С.В. Стратегический корпоративный реинжиниринг: процессно-стоимостной подход к управлению бизнесом. Учебное пособие – М.: Финансы и статистика, 2011.
4. Экономическая стратегия фирмы: Учебное пособие / Под ред. А.П. Градова. – 4-е изд., перераб. – СПб.: Специальная литература, 2012.

### **Рекомендуемые Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.rata.ru/> - Российский союз туриндустрии.
2. <http://www.rha.ru/> - Российская гостиничная ассоциация.
3. <http://www.new.frio.ru/> - Федерация рестораторов и отельеров.
4. <http://www.unwto.org/index.php> - Всемирная туристская организация - WTO-UN.
5. <http://www.ih-ra.com/> - Всемирная ассоциация гостиниц и ресторанов - International Hotels & Restaurants Association.

### **Рекомендуемые обучающие, справочно-информационные, контролирующие и прочие компьютерные программы, используемые при изучении дисциплины**

№ п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1.	Пакет прикладных программ Office	Все темы и разделы
2.	Ноутбук	Все темы и разделы
3.	Проектор	Все темы и разделы

### **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Дисциплина «Экономическая стратегия туристской фирмы» обеспечена электронным курсом лекций, наборами слайдов (Power Point), рабочими тетрадями для аудиторной и домашней работы, заданиями для самостоятельной работы в виде рефератов и контрольных работ.

## V. Оценочные средства

### Тематика курсовых работ

Согласно учебному плану курсовая работа по дисциплине «Экономическая стратегия туристской фирмы» не предусмотрена

#### Вопросы к экзамену:

1. Сформулируйте основное содержание структурной теории развития спроса в гостиничном бизнесе и определите место российской гостиничной отрасли в этом процессе.
2. Охарактеризуйте особенности применения количественной теории стратегических изменений в гостиничном бизнесе
3. В чем проявляется стратегия глобализация?
4. В чем проявляется стратегия развития гостиничного продукта?
5. В чем проявляется стратегия дифференциации?
6. В чем проявляется стратегия лидерства по издержкам?
7. В чем проявляется стратегия применения новых технологий?
8. В чем проявляется стратегия развития торговой марка?
9. В чем проявляется стратегия объединение торговых марок?
10. В чем проявляется стратегия международного маркетинга?
11. В чем проявляется стратегия национальной торговой марки?
12. В чем проявляется стратегия интеграции вертикально, горизонтально, «вперед» и «назад»?
13. В чем проявляется стратегия специализации?
14. В чем проявляется стратегия независимой гостиницы?
15. В чем проявляется стратегия франчайзинга?

#### Примеры тестов для контроля знаний

1. Должно ли предприятие ориентирование на создание стоимости обладать:
  - а) стремлением к постоянному самосовершенствованию (т.е. к постоянному улучшению результатов деятельности);
  - б) ориентацией и опорой на стоимость;
  - в) управлением не только сверху вниз, но и снизу вверх;
  - г) оптимизацией информационных потоков (а не только двустороннего обмена информацией) - координацией действий по горизонтали и вертикали;
  - д) ориентацией на авторитарные методы управления;
  - е) низкими издержками на создание и поддержание системы управления стоимостью компании.
2. Включает ли понятие стратегии следующие определения:
  - а) стратегия — это план, руководство, ориентир или направление развития, дорога из настоящего в будущее;
  - б) стратегия — это принцип поведения или следование некой модели поведения;
  - в) стратегия — это позиция, а именно расположение определенных товаров на конкретных рынках.
  - г) стратегия — это перспектива, т. е. основной способ действия организации, или это «теория бизнеса» организации.
  - д) стратегия — это ловкий прием, особый маневр, предпринимаемый с целью перехитрить соперника или конкурента.
3. Стратегия экономического управления, или экономическая стратегия, вырабатывает:
  - а) правила и приемы, обеспечивающие экономически эффективное достижение стратегических целей;

б) правила и приемы достижения стратегических целей, базирующиеся на возбуждении заинтересованности всех участников процесса разработки и реализации стратегических программ в эффективном достижении этих целей.

4. Должна ли экономическая стратегия фирмы включать:

- а) исследования условий конкурентных преимуществ;
- б) исследования рынков потенциальных товаров и услуг;
- в) формирования товарного ассортимента фирмы;
- г) распределения имеющихся в распоряжении фирмы и привлекаемых ею дополнительных ресурсов;
- д) взаимодействия с рынками факторов производства, ценных бумаг, валютными рынками;
- е) формирования эффективной ценовой политики;
- ж) раннего обнаружения кризисных тенденций.

## VI. Тематический план изучения дисциплины

№ п/п	Наименование разделов и тем	Аудиторные часы				Самостоятельная работа (формы, часы)	Интерактивные формы обучения, в т.ч.	Формы текущего контроля
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Все-го			
1.	Стратегии развития индустрии гостеприимства	4	6	-	10	Лит., д.з 9	И.л, к.с. 2	Д.з. Р.а.з.
2.	Стратегия как система развития конкурентных преимуществ	4	6	-	10	Лит., д.з 9	А.д.с, И.л. 2	Д.з. Р.а.з.
3.	Методика формирования экономической стратегии предприятий индустрии гостеприимства	4	6	-	10	Лит., д.з 9	И.л., к.с 2	Д.з. Р.а.з.
4.	Стратегии достижения экономической прибыли предприятия	4	6	-	10	Лит., д.з. Р.а.з 9	И.л., а.д.с 2	Д.з. Р.а.з.
5.	Стратегии усиления конкурентной позиции предприятия	4	6	-	10	Лит., д.з. 9	И.л., к.с. 2	Д.з. Р.а.з.
6.	Стратегии увеличения стоимости/ценности компании	4	6	-	10	Р.а.з., лит., д.з. 9	И.л., а.д.с 2	Д.з. Р.а.з.
7.	Методики оценки стоимости предприятия	4	8	-	12	Д.з., лит. 10	И.л., к.с. 2	Д.з. Р.а.з.
Итого:		28	44	-	72	64	14	
КСР					8			
						36		ЭКЗАМЕН
Всего по дисциплине		28	44	-	80	100	14/20%	

Принятые сокращения (полный перечень видов работ, в том числе в интерактивных формах содержится в методических указаниях к составлению рабочих программ, приложение 3).

№ п/п	Сокращение	Вид работы
1.	Лит	Работа с литературой
2.	Д.з.	Выполнение письменной домашней работы
3.	И.л.	Интерактивная лекция

4.	К.с.	Круглый стол
----	------	--------------

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение 1

Формирование оценки по дисциплине «Экономическая стратегия туристической фирмы»  
с использованием балльно-рейтинговой оценки работы студента<sup>1</sup>

В соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом:

Виды работ	Максимальное количество баллов
Посещаемость	20
Текущий и рубежный контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (экзамен)	40
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>

Преподаватель в течение учебного модуля (семестра) своевременно вносит данные в специальную ведомость, в которой отражаются результаты освоения студентами содержания учебной дисциплины в баллах, и своевременно сдает ее в деканат соответствующего факультета.

Студенты имеют право в течение учебного модуля (семестра) получать информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов. Преподаватель обязан предоставлять старосте группы данную информацию для ознакомления студентов.

#### **1. Посещаемость**

В соответствии с утвержденным рабочим учебным планом по направлению 100400 «Туризм» общего профиля подготовки бакалавров по дисциплине «Экономическая стратегия туристической фирмы» предусмотрено 28 у. ч. лекционных и 44 у. ч. практических занятия. За посещение 1 занятия студент набирает 0,56 балла (20/36 балла).

#### **Пример расчета:**

Если согласно рабочему учебному плану (Модульному графику учебного процесса) по дисциплине «Экономическая стратегия туристической фирмы» отводится:

- лекции: 28 часов;

<sup>1</sup> Если дисциплины изучается более одного семестра, то описание «формирования оценки» осуществляется раздельно по каждому семестру в котором она изучается

- практические занятия: 44 часа.

Всего аудиторные занятия по дисциплине «Экономическая стратегия туристической фирмы» составляют:

28 часов + 44 часа = 72 часа.

Это соответствует 36 проводимым занятиям ( $72 / 2 = 36$ ).

Тогда количество баллов за посещение одного занятия составит:

Количество баллов за посещение 1 занятия =  $20 / 36 = 0,56$  балла

Посещаемость аудиторных занятий оценивается накопительно следующим образом: максимальное количество баллов, отводимых на учет посещаемости (20 баллов) делится на количество занятий по дисциплине в соответствии с модульным графиком учебного процесса (рабочим учебным планом). Полученное значение определяет количество баллов, набираемых студентом за посещение одного занятия. Контроль за посещаемостью осуществляется преподавателем на каждом занятии.

## 2. Текущий и рубежный контроль

Расчет баллов по результатам текущего и рубежного контроля

Форма контроля	Наименование раздела/темы, выносимых на контроль	Форма проведения контроля (тест, контр. работа и др. виды контроля в соответствии с Положением)	Количество баллов
1. Текущий контроль в 1 модуле, в т.ч.	Стратегии достижения экономической прибыли предприятия	Доклады, презентации, опрос, проверка эссе, тестов и контрольных работ	4,0
	Стратегии усиления конкурентной позиции предприятия	Доклады, презентации, опрос, проверка эссе, тестов и контрольных работ	4,0
	Стратегии увеличения стоимости/ ценности компании	Доклады, презентации, опрос, проверка эссе, тестов и контрольных работ	4,0
	Методики оценки стоимости предприятия	Проверка компьютерных расчетно-аналитических заданий	4,0
2.Рубежный контроль по результатам 1 модуля		Тестирование	4,0
Всего по 1 модулю			20,0

### *Перечень форм контроля освоения студентами дисциплины*

**Текущий контроль (осуществляется лектором и преподавателем, ведущим семинарские занятия):**

- контрольные работы;
- написание эссе, в том числе по первоисточникам на иностранных языках;
- подготовка докладов, рефератов, выступлений;
- подготовка отчетов, групповых и индивидуальных проектов;
- промежуточное тестирование по отдельным разделам дисциплины.

**Рубежный контроль:**

- тестирования по отдельным разделам дисциплины

**Промежуточная аттестация знаний по дисциплине:**

- экзамен:
- в письменной форме

Результаты текущего и рубежного контроля успеваемости фиксируются преподавателями в балльно-рейтинговой ведомости.

### 3. Творческий рейтинг

Распределение баллов осуществляется по решению методической комиссии кафедры и результат распределения баллов за соответствующие виды работ представлен в следующей таблице:

Наименование раздела/ темы дисциплины	Вид работы	Форма контроля	Количество баллов
Стратегии развития индустрии гостеприимства Стратегия как система развития конкурентных преимуществ Методика формирования экономической стратегии предприятий индустрии гостеприимства Стратегии достижения экономической прибыли предприятия Стратегии усиления конкурентной позиции предприятия Стратегии увеличения стоимости/ценности компании Методики оценки стоимости предприятия	Подготовка групповых и индивидуальных проектов.	Презентаций проектов в виде слайдов (письменный вариант предоставляется преподавателем на кафедру)	5,0
	Активное участие на занятиях	Обсуждение отчетов, проектов, эссе, деловых ситуаций, участие в дискуссиях, круглых столах, конференциях (отчет преподавателя на метод. комиссии кафедры об индивидуальной творческой активности студента)	5,0
	Подготовка творческих домашних заданий в виде обзорного доклада / аналитической записки	Презентация творческого домашнего задания (письменный вариант предоставляется преподавателем на кафедру)	10,0
		<b>Всего:</b>	<b>20,0</b>

### 4. Промежуточная аттестация (экзамен)

Экзамен по результатам изучения учебной дисциплины «Экономическая стратегия туристической фирмы» проводится в письменной форме. Структура экзамена представлена в таблице:

Структура заданий промежуточной аттестации

№ п/п	Вид задания	Характеристика задания	Количество баллов, максимально
1	Вопрос	Основные теоретические проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях, и их практическая интерпретация	15
2	Тест	Не менее 5 вопросов с 1 неправильными ответом, содержащих основные положения курса	10
3	Задача	Экономический расчет - обобщение практического материала	15



	с использованием математических формул	
<b>ИТОГО</b>		<b>40,0</b>

Оценка по результатам экзамена выставляется исходя из критериев, представленных в таблице:

#### Критерии оценки заданий промежуточной аттестации

Степень выполнения задания	Балльный диапазон, в % от максимального	Формулировка критерия оценки
<i>Максимальная</i>	85 – 100 %	<i>Задание выполнено в максимальном объеме. Ответы полные и правильные. Студент способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить свое мнение, привести иллюстрирующие примеры (для нетестовых заданий)</i>
<i>Выше средней</i>	70 – 84 %	<i>Задание в основном выполнено. Ответы правильные, но неполные. Не приведены иллюстрирующие примеры, обобщающее мнение студента недостаточно четко выражено (для нетестовых заданий)</i>
<i>Средняя</i>	50 – 69 %	<i>Задание выполнено более, чем на половину. Ответы правильны в основных моментах. Нет иллюстрирующих примеров, нет собственного мнения студента, есть ошибки в деталях и/или они просто отсутствуют (для нетестовых заданий)</i>
<i>Ниже средней</i>	менее 50 %	<i>Задание выполнено менее, чем на половину. Ответы имеют существенные ошибки в основных аспектах задания</i>

#### Примечание:

Балльный диапазон позволяет дать количественное выражение степени выполнения задания. Например, если максимальное количество баллов за выполненное задание равно 10 и студент выполнил задание более, чем на половину и дал правильные ответы в основных аспектах (*средняя степень выполнения задания*), то при таком выполнении задание преподаватель начисляет студенту баллы в диапазоне от 5,0 (50% от максимально возможных 10 баллов) до 6,9 (69% от 10 баллов).

Для получения допуска к промежуточной аттестации (экзамену) студент должен набрать в общей сложности не менее 30 баллов, успешно пройти рубежный контроль по каждой дисциплине (не иметь задолженностей по текущей успеваемости).

В случае пропуска студентом занятий или рубежного (текущего) контроля по учебной дисциплине по уважительной причине, подкрепленной документально, он имеет право в срок до начала промежуточной аттестации набрать дополнительные баллы (не более количества баллов, соответствующего пропущенным занятиям) путем выполнения дополнительных индивидуальных заданий, выдаваемых преподавателем.

Студент может быть освобожден от сдачи промежуточной аттестации (экзамена), если по итогам посещаемости, результатам текущего и рубежного контроля и творческого рейтинга он набрал не менее 50 баллов. В этом случае ему выставляется оценка, соответствующая набранному количеству баллов при согласии студента.

**Итоговый балл** формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией. Приведение суммарной балльной оценки к четырехбалльной шкале производится следующим образом:

**Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине  
в традиционную четырехбалльную**

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки
85 – 100 баллов	оценка «отлично»
70 – 84 баллов	оценка «хорошо»
50 – 69 баллов	оценка «удовлетворительно»
менее 50 баллов	оценка «неудовлетворительно»

**Приложение 2**  
**Пример экзаменационного билета**

Министерство образования и науки Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
“Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова”  
Факультет «Высшая школа спортивной и туристической индустрии»  
Кафедра гостиничного и туристического бизнеса

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

по дисциплине «Экономическая стратегия туристской фирмы»  
Направление подготовки 100400 -«Туризм»  
Профиль «Общий»

1. Объясните стратегию экономического роста через поглощение предприятий.
2. Тест: Должно ли предприятие ориентирование на создание стоимости обладать:
  - а) стремлением к постоянному самосовершенствованию (т.е. к постоянному улучшению результатов деятельности);
  - б) ориентацией и опорой на стоимость;
  - в) управлением не только сверху вниз, но и снизу вверх;
  - г) оптимизацией информационных потоков (а не только двустороннего обмена информацией) - координацией действий по горизонтали и вертикали;
  - д) ориентацией на авторитарные методы управления;
  - е) низкими издержками на создание и поддержание системы управления стоимостью компании.

*Отметьте правильные ответы кружком.*

3. Задача: Известны следующие данные о предприятиях А и В.

Показатели	Предприятие А	Предприятие В
Текущая прибыль, руб.	27000	4000
Число акций	450	250
Прибыль на акцию, руб.	60	16

Предприятие А поглощает предприятие В с помощью слияния акционерного капитала и следующего менового соглашения: 1 акция В = 0,6 акции А. Определите показатели предприятия А после поглощения.

Утверждено на заседании кафедры « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_\_ года, протокол № \_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Л.А. Попов  
(подпись)

**Приложение 3**

Согласно учебному плану курсовая работа по дисциплине «Экономическая стратегия туристской фирмы» не предусмотрена