

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Байханов Исмаил Баутдинович

Должность: Ректор

Дата подписания: 12.12.2023 11:34:49

Уникальный программный ключ:

442c337cd125e1d014f62698c9d813e502697764

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

КАФЕДРА СПОРТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН

Утверждаю:
Зав. каф: Дунаев К.Ш.

(подпись)

Протокол № 9 заседания
кафедры от 27.04.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Предпринимательство в рекреации и туризме»

(наименование дисциплины (модуля))

49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

(код и направление подготовки)

Профиль(и) подготовки

Рекреативно-оздоровительная деятельность

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная, заочно

Год набора

2023

Грозный, 2023

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

1.1. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится предметно – содержательному модулю образовательной программы, изучается в 2 семестре.

1.2. Цель освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения является формирование знаний, умений и навыков в области предпринимательства в рекреации и туризма, готовности к применению их в практической деятельности. В рамках курса студенты изучают технологию обучения различных категорий людей двигательным действиям, развития физических качеств в процессе занятий туризмом и спортивным ориентированием. Практика развитых стран показывает, что предпринимательство играет главную роль в решении социально-экономических проблем, таких как создание новых рабочих мест и сокращение уровня безработицы, подготовка квалифицированных кадров, что определяет расширение его возможностей и увеличение доли в экономике, особенно в отраслях, где высок его потенциал. Студенты должны приобрести навыки владения предпринимательской деятельностью в рекреации и туризме и уметь применять их на практике.

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Достижение цели освоения дисциплины (модуля) обеспечивается через формирование следующих компетенций:

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций, которые формирует дисциплина (модуль)	Планируемые результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК 1.1 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи. ИУК 1.2. Сравнивает возможные варианты решения, оценивает их преимущества и недостатки, формулирует собственную позицию в рамках поставленной задачи. ИУК 1.3. Оценивает результаты решения поставленной задачи	Знать: - основные деловые качества предпринимателя; историю развития предпринимательства в России; содержание, сущность предпринимательской деятельности; объекты, субъекты и цели предпринимательства; нормативно-правовую базу, регламентирующую предпринимательскую деятельность в сфере туризма и индустрии гостеприимства; Уметь: - определять объекты и субъекты предпринимательской деятельности; оформлять основные формы документов по регистрации предпринимательской деятельности и в процессе её осуществления; различать виды предпринимательства и организационно-правовые формы; определять внешнюю и внутреннюю среду туристского бизнеса, факторы её формирующие; пользоваться

		методами анализа конкурентной среды на рынке туристских услуг; Владеть: - навыками находить и оценивать новые рыночные возможности и формировать бизнес-идею; определять эффективность бизнеса;
ОПК-3. Способен обучать двигательным действиям, связанным с учебно-тренировочной, рекреационно-оздоровительной и туристско-краеведческой деятельностью	ИОПК-3.1. Планирует и проводит учебные и тренировочные занятия по обучению двигательным действиям, связанным с учебно-тренировочной, рекреационно-оздоровительной и туристско-краеведческой деятельностью	Знать: - виды предпринимательства, организационно-правовые формы организаций; факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на предпринимательскую деятельность в туризме; методы разработки и оценки маркетинговых мероприятий на рынке туристских услуг; основные источники финансирования предприятий; технологию бизнеспланирования; структуру и содержание основных разделов бизнес-плана туристской компании; порядок определения и оценки основных показателей эффективности предпринимательской деятельности в туризме. Уметь: - определять объекты и субъекты предпринимательской деятельности; оформлять основные формы документов по регистрации предпринимательской деятельности и в процессе её осуществления Владеть: - навыками находить и оценивать новые рыночные возможности и формировать бизнес-идею; определять эффективность бизнеса.

1.4.Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 ЗЕ.

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
Аудиторные занятия (всего)	24	24
В том числе:		
Лекции (Л)	12	12
Практические занятия (ПЗ)	12	12
Семинары (С)		
Лабораторные работы (ЛР)		
Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)	48	48
В том числе:		
Курсовой проект (работа)		
Расчетно-графические работы		

Реферат		
Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС):		
Вид промежуточной аттестации (зачет) (указывается вид промежуточной аттестации)		
Общая трудоемкость	час	72
		72

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1. Тематическое планирование дисциплины (модуля):

Таблица 3

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Общая трудоемкость в акад. часах		Трудоемкость по видам учебных занятий (в акад. часах)								
				Лекции		Практ. занятия		Лаб. занятия		Сам. работа		
		Очно	Заочн.	Очно	Заочн.	Очно	Заочн.	Очно	Заочн.	Очно	Заочн.	
1.	Предпринимательство и его роль в рекреации и туризме			2		2					5	
2.	Формы и виды предпринимательской деятельности (WSR)			2		2					10	
3.	Конкурентная предпринимательская среда (WSR)			2		2					5	
4.	Предпринимательская идея и ее выбор (WSR)			2		2					10	
	Финансовое обеспечение деятельности предпринимательской единицы (WSR)			2		2					9	
6	Маркетинг – основной инструмент предпринимательства (WSR)			2		2					9	
7	Бизнес-план предпринимательской единицы (WSR)											
	Подготовка к экзамену (зачету)	2										
	Итого:			12		12					48	

1.2. Содержание разделов дисциплины (модуля):

Таблица 4

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание дисциплины (дидактические единицы)
-------	--	---

1	Предпринимательство и его роль в рекреации и туризме	1. Понятия и сущность предпринимательства. Условия для развития предпринимательской деятельности: экономические, социальные и правовые. 2. Цели и задачи предпринимательства. Принципы, признаки, функции предпринимательства. 3. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в РФ
2	Формы и виды предпринимательской деятельности (WSR)	1 Типы и виды предпринимательства. 2 Субъекты и объекты предпринимательской деятельности. Предприниматель, потребитель, наемный работник, государство как субъекты предпринимательской деятельности. 3 Юридические лица и их классификации 4 Индивидуальное предпринимательство 5 Формы предпринимательства: организационно-правовые, организационно-экономические
3	Конкурентная предпринимательская среда (WSR)	1. Внутренняя и внешняя среда предпринимательства. Методы анализа внутренней и внешней среды. PEST – анализ и SWOT-анализ организации. 2. Виды конкуренции и характеристика типов рынка. Конкурентные стратегии
4	Предпринимательская идея и ее выбор (WSR)	1.Понятие, сущность предпринимательской идеи. Виды предпринимательских идей. Создание банка идей. Процесс создания предпринимательской идеи. 2. Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей. 3. Процесс генерации предпринимательской идеи. Общая схема предпринимательских действий. Основные типы ключевых факторов успеха
5	Финансовое обеспечение деятельности предпринимательской единицы (WSR)	Основные источники финансирования предпринимательской единицы: банковские и коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы. 2. Показатели деятельности туристских предприятий.
6	Маркетинг – основной инструмент предпринимательства (WSR)	Понятие, цель, задачи, концепции маркетинга 2 Комплекс маркетинга. Классификация маркетинга. 3 Модели построения бизнеса 4 Сегментирование потребителей в сфере туризма.
7	Бизнес-план предпринимательской единицы (WSR)	1. Роль и место планирования в управлении предприятием. 2. Понятие, цели, технологии разработки бизнес-плана. Функции бизнес-планов. Виды бизнес-планов. 3. Структура бизнес-плана и содержание его разделов. 4. План маркетинга туристского предприятия 5. План производства. Потребность в материальных и трудовых ресурсах для предприятий туристической индустрии, структура (суть проекта; эффективность проекта, сведения о фирме; план действий; назначение, цели и задачи написания). 6. Финансовый план. Потребность в капитале и источники финансирования; план возврата кредита. 7. Резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения: 1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств); 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством) 3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

3.1. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Текущая и опережающая СРС, направленная на углубление и закрепление знаний, а также развитие практических умений заключается в: работе бакалавров с лекционным материалом, поиск и анализ литературы– и электронных источников информации по заданной проблеме, выполнении домашних заданий,– переводе материалов из тематических информационных ресурсов с– иностранных языков, изучении тем, вынесенных на самостоятельную проработку,– изучении теоретического материала к лабораторным занятиям,– подготовке к экзамену.

Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа (ТСР) направлена на развитие интеллектуальных умений, комплекса универсальных (общекультурных) и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала магистрантов и заключается в: поиске, анализе, структурировании и презентации информации, анализе– научных публикаций по определенной теме исследований, анализе статистических и фактических материалов по заданной теме,– проведении расчетов, составлении схем и моделей на основе статистических материалов, выполнении расчетно-графических работ,– исследовательской работе и участии в научных студенческих– конференциях, семинарах и олимпиадах.

Литература для самостоятельной работы

География туризма : учебник / В. И. Кружалин, Н. С. Мироненко, Н. В. Зигерн-Корн, Н. В. Шабалина. — Москва : Финансовый университет, 2014. — 336 с. — ISBN 978-5-4365-0129-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/151983> (дата обращения: 14.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Основы туризма : учебник / А. И. Сеселкин, В. С. Новиков, Т. В. Рассохина [и др.] ; под научной редакцией Е. Л. Писаревского. — Москва : Финансовый университет, 2014. — 384 с. — ISBN 978-5-4365-0134-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/151976> (дата обращения: 14.01.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Таблица 5

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид самостоятельной работы обучающихся
1.	Предпринимательство и его роль в рекреации и туризме	1. Устный опрос. 2. Реферат. 3. Тестовое задание.
2.	Формы и виды предпринимательской деятельности (WSR)	1. Устный опрос. 2. Реферат. 3. Тестовое задание.
3.	Конкурентная предпринимательская среда (WSR)	1. Устный опрос. 2. Реферат. 3. Тестовое задание.

4.	Предпринимательская идея и ее выбор (WSR)	1. Устный опрос. 2. Реферат. 3. Тестовое задание.
5.	Финансовое обеспечение деятельности предпринимательской единицы (WSR)	1. Устный опрос. 2. Реферат. 3. Тестовое задание.
6.	Маркетинг – основной инструмент предпринимательства (WSR)	1. Устный опрос. 2. Реферат. 3. Тестовое задание.
7.	Бизнес-план предпринимательской единицы (WSR)	1. Устный опрос. 2. Реферат. 3. Тестовое задание.
	Подготовка к промежуточной аттестации	Повторение изученного материала

3.1.1. Основная и дополнительная литература

Таблица 6

Виды литературы	Автор, название литературы, город, издательство, год	Количество часов, обеспеченных указанной литературой	Количество обучающихся	Количество экземпляров в библиотеке университета	Режим доступа ЭБС/электронный носитель (CD,DVD)	Обеспеченность обучающихся литературой, (5гр./4гр.)x100%)
1	2	3	4	5	6	7
Основная литература						
1	Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 120 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08449-8. — Текст : электронный //	108	15		ЭБС Юрайт URL: https://urait.ru/bcode/470240	100 %
2	Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Текст : электронный	108	15		ЭБС Юрайт URL: https://urait.ru/bcode/470240	50%

3	Кузьменкова, В. Д. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: Электронное учебное пособие : учебное пособие / В. Д. Кузьменкова. — Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. — 212 с. — ISBN 978-5-94047-571-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/63859 (дата обращения: 01.09.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	108	15	20	Лань URL: https://e.lanbook.com/book/63859	100%
Дополнительная литература						
1	Безопасность в туризме : учебно-методическое пособие / составитель С. Ю. Махов. — Орел : МАБИВ, 2020. — 118 с. — ISBN 2413-6379. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:	108	15	20	ЭБС https://e.lanbook.com/book/176366	100%
2	Смолькин В.П. Экономика предприятий туристской индустрии: учебнометодическое пособие-практикум. - Ульяновск: УлГУ, 2019. – 61 с. Издание исправленное и дополненное.	108	15	20	https://www.ulsu.ru/media/documents/3-2019-%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87.%D0%AD%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0_%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4.%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B4.pdf	

3.1.2. Интернет-ресурсы

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART (www.iprbookshop.ru)
2. Образовательная платформа «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «Лань» (<https://e.lanbook.com/>)
4. МЭБ (Межвузовская электронная библиотека) НГПУ. (<https://icdlib.nspu.ru/>)
5. НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU (<https://www.elibrary.ru/>)
6. СПС «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)

3.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 7

Помещения для осуществления образовательного процесса	Перечень основного оборудования (с указанием кол-ва посадочных мест)	Адрес (местоположение)
Аудитории для проведения лекционных занятий		
Лекционная Аудитория - ауд. 3-05	Аудиторная доска, (столы ученические, стулья ученические) на 20 посадочных мест, компьютер -	Уч. корпус №2 г. Грозный, ул. Субры

	1, проектор -1, интерактивная доска- 1	Кишиевой, 33
Аудитории для проведения практических занятий, контроля успеваемости		
Компьютерный Класс - ауд. 5-07	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза, технические средства для отображения мультимедийной или текстовой информации: Мультимедиа проектор, экран, акустическая система. Количество посадочных мест - 30.	Уч. корпус №2 г. Грозный, г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33
Помещения для самостоятельной работы		
Читальный зал библиотеки ЧГПУ	Компьютеры с выходом в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза. Количество посадочных мест - 50.	Электронный читальный зал, этаж 2 Библиотечно-компьютерный центр г. Грозный, ул. Субры Кишиевой, 33

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ

4.1.ХАРАКТЕРИСТИКА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Таблица 8

№ п/п	Наименование темы (раздела) с контролируемым содержанием	Код и наименование проверяемых компетенций	Оценочные средства	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Предпринимательство и его роль в рекреации и туризме	УК 1. ОПК-3.	Устный доклад	Контрольная работа Тест
2	Формы и виды предпринимательской деятельности (WSR)	УК 1. ОПК-3	Устный доклад	Контрольная работа Тест
3	Конкурентная предпринимательская среда (WSR)	УК 1. ОПК-3	Устный доклад	Контрольная работа Тест
4	Предпринимательская идея и ее выбор (WSR)	УК 1. ОПК-3	Устный доклад	Контрольная работа Тест
5	Финансовое обеспечение деятельности предпринимательской единицы (WSR)	УК 1. ОПК-3	Устный доклад	Контрольная работа Тест
6	Маркетинг – основной инструмент предпринимательства (WSR)	УК 1. ОПК-3	Устный доклад	Контрольная работа Тест
7	Бизнес-план предпринимательской единицы (WSR)	УК 1. ОПК-3	Устный доклад	Контрольная работа Тест

4.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

4.2.1. Наименование оценочного средства: *тест*

Тестовые задания

(Вопросы с выбором одного правильного ответа из общего числа предложенных)

Правильные ответы обозначены +

1. За унитарным предприятием закрепляется имущество:

- На правах долгосрочной аренды
- На правах собственности
- + На правах оперативного управления либо хозяйственного ведения

2. Присущ ли риск предпринимательству?

- + Да, риск – это неотъемлемая составляющая предпринимательства
- Да, но лишь в условиях кризисов и инфляции
- Нет

3. Целью предпринимательства является:

- Удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах
- Пополнение бюджета государства налоговыми поступлениями
- + Систематическое получение прибыли

4. Ключевые слова, определяющие понятие «предпринимательство»:

- Риск, прибыль, потребности, конкуренция
- + Риск, прибыль, инициатива, инновации
- Конкуренция, прибыль, налоги

5. Важнейшими чертами предпринимательства являются:

- + Риск и неопределенность, самостоятельность и свобода деятельности, опора на инновации
- Постоянный поиск новых идей, риск, экономическая зависимость от макроэкономической ситуации в стране
- Самостоятельность, оглядка на конкурентов, опора на инновации

6. К предпринимательству не относится деятельность:

- Торговля продуктами питания
- Организация регулярных пассажирских перевозок
- + Эмиссия ценных бумаг и торговля ими

7. Субъектами предпринимательства могут быть:

- Физические лица
- + Физические и юридические лица
- Юридические лица

8. Предпосылки, предопределяющие становление предпринимательства в России:

- + Политические, экономические, юридические, психологические
- Политические, экономические, социальные
- Политические, экономические, юридические, культурные

9. Какие бывают формы предпринимательства?

- Частное, общее, государственное

- + Индивидуальное, партнерское, корпоративное
- Индивидуальное, совместное

10. Предпринимательство выполняет следующие функции:

- Социально-экономическую, направляющую, распределительную, организаторскую
- Экономическую, политическую, правовую, социально-культурную
- + Общеэкономическую, политическую, ресурсную, организаторскую, социальную, творческую

11. Основой государственного предпринимательства являются:

- + Унитарные муниципальные предприятия
- Стратегически важные предприятия и учреждения
- Банковские структуры

12. Основу акционерного предпринимательства составляет:

- Четкое разграничение ответственности между акционерами
- Обязательное вхождение в состав акционерного общества доли государственной собственности
- + Акционерная собственность на средства производства

13. Что является основами свободного предпринимательства?

- Рыночный механизм, частная собственность и совершенная конкуренция
- + Диалектическая взаимосвязь производительных сил, производственных отношений и хозяйственного механизма, действующих в условиях частной собственности на средства производства, свободы предпринимательства и свободной конкуренции
- Производительные силы, материальные и трудовые ресурсы, находящиеся в свободном для предпринимателей доступе

14. Что лежит в основе любого предпринимательства?

- + Четкая направленность на получение финансового результата
- Желание максимально удовлетворить потребности общества в товарах и услугах
- Желание занять максимально перспективную нишу на рынке

15. Коллективное предпринимательство осуществляется группой граждан на основе:

- Четкого разделения ответственности в зависимости от доли участия в предприятии
- + Личных интересов каждого из них
- Равноценного участия в деятельности предприятия

16. Производственное предпринимательство - вид бизнеса, основу которого составляет:

- Материальное производство
- Материальное производство и оказание услуг
- + Материальное, интеллектуальное и духовное производство

17. Экономической основой индивидуального предпринимательства является ... собственность.

- + Частная
- Общественная
- Государственная

18. Экономической основой государственного предпринимательства является ...
собственность.

- Частная
- Коллективная
- + Муниципальная

19. Финансовое предпринимательство - вид бизнеса, основу которого составляют:

- Ценные бумаги
- + Деньги, в том числе иностранная валюта, ценные бумаги
- Движимое имущество

20. Семейное предпринимательство может осуществляться на основе:

- + Совместного владения крестьянским (фермерским) хозяйством и/или приватизированным жильем
- Юридически подтвержденных родственных связей
- Долевого владения производительными силами

21. Предпринимательство на основе частичной занятости предполагает:

- Вынужденное занятие иными видами деятельности, приносящими доход
- Одновременную реализацию нескольких коммерческих проектов
- + Совмещение или чередование занятия предпринимательством с другими видами производственной и непроизводственной трудовой деятельности

22. Экономист И. Шумпетер выделял следующие побудительные мотивы деятельности предпринимателя:

- Постоянное желание рисковать, потребность во влиянии
- + Стремление к успеху, внедрение инноваций
- Удовлетворение от самостоятельного ведения дел, постоянное желание рисковать

23. Укажите вид предпринимательства, который предусматривает постоянные торгово-обменные операции по купле-продаже товаров:

- + Коммерческое
- Финансовое
- Производственное

24. Предпринимателю необходимы навыки:

- Экономические, производственные, концептуальные
- + Экономические, коммуникативные, технологические
- Коммуникативные, экономические

25. Что является источниками формирования предпринимательской идеи?

- Конкуренция, инновации, товарный рынок
- Экономическая нестабильность, товарный рынок, конкуренция
- + Конкуренция, географические и структурные «разрывы», достижения НТП

26. В какой форме регистрируют индивидуальное предпринимательство?

- Юридическое лицо

- + Физическое лицо
- Совместная деятельность

27. Финансовыми ресурсами производства являются:

- Здания и оборудование
- Трудоспособное население
- + Деньги

28. Кого относят к юридическим лицам?

- + Фирмы, предприятия, организации
- Работников
- Безработных

29. Укажите форму ответственности для индивидуальных предпринимателей.

- Субсидиарная ответственность принадлежащим ему имуществом
- + Полная ответственность принадлежащим ему имуществом
- Ответственность в виде штрафов и административных взысканий

30. Соглашение между предпринимателями одной отрасли о ценах, разделе рынков сбыта и доли в общем рынке – это:

- Корпорация
- + Картель
- Коммандитное товарищество

31. Согласно определению Д. Макклелланда, предприниматель – это:

- + Энергичный человек, который действует в условиях умеренного риска
- Ключевая фигура бизнеса
- Человек, получающий прибыль благодаря имеющимся у него организаторским способностям

32. Что из перечисленного нельзя отнести к стимулам для начала собственного дела?

- Стремление к личной независимости
- Продолжение традиций семьи
- + Накопленные личные сбережения

33. Сколько участников может состоять в открытом акционерном обществе?

- Не менее 2
- Не менее 10
- + Любое количество

34. Полное товарищество могут организовать:

- + Индивидуальные предприниматели и коммерческие организации
- Индивидуальные предприниматели и некоммерческие организации
- Юридические лица

35. Участники закрытого акционерного общества – это:

- Экзекуторы
- Товарищи

+ Акционеры

36. В каком случае невозможен отказ от регистрации предприятия?

- Доказанная экономическая нецелесообразность производства данного продукта
- Несоответствие учредительных документов требованиям законодательства
- + Нарушен установленный законом порядок создания предприятия

37. Как называется разница между ожидаемой (прогнозной) денежной выручкой фирмы и ее реальной величиной?

- Валоризация
- + Предпринимательский доход
- Обеспечение

38. Какое из перечисленных направлений не является формой государственной поддержки и регулирования предпринимательской деятельности?

- Совершенствование системы финансовой поддержки малого предпринимательства
- Формирование нормативно-правовой базы поддержки и развития предпринимательства
- + Формирование государственной программы производства экологически чистых продуктов

39. Кто автор слов «Доход предпринимателя – это плата за риск?»

- + Р. Кантильон
- А. Каминка
- И. Шумпетер

40. Укажите минимальное количество учредителей общества с ограниченной ответственностью:

- + 1
- 2
- 10

Контрольная работа выполняется в виде ответов на тесты. Тестовые вопросы имеют несколько вариантов ответов, из которых необходимо выбрать один или нескольких правильных ответов из общего числа предложенных.

При написании контрольной работы необходимо внимательно прочитать задание, продумать ответ.

Критерии оценивания результатов тестирования

Таблица 9

Уровень освоения	Критерии	Баллы
<i>Максимальный уровень</i>	Студент твёрдо знает программный материал, системно и грамотно излагает его, демонстрирует необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеет понятийным аппаратом.	2
<i>Средний уровень</i>	Студент проявил полное знание программного материала, демонстрирует сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускает непринципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.	1
<i>Минимальный уровень</i>	Студент обнаруживает знания только основного материала,	0

	но не усвоил детали, допускает ошибки принципиального характера, демонстрирует не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.	
--	---	--

4.2.2. Наименование оценочного средства

Критерии оценивания результатов выполнения практико-ориентированного задания

Таблица 10

<i>Уровень освоения</i>	<i>Критерии</i>	<i>Баллы</i>
<i>Максимальный уровень</i>	<i>Задание выполнено правильно: выводы аргументированы, основаны на знании материала, владении категориальным аппаратом</i>	<i>3</i>
<i>Средний уровень</i>	<i>Задание выполнено в целом правильно: но допущены ошибки в аргументации, обнаружено поверхностное владение терминологическим аппаратом</i>	<i>2</i>
<i>Минимальный уровень</i>	<i>Задание выполнено с ошибками в формулировке тезисов и аргументации, обнаружено слабое владение терминологическим аппаратом</i>	<i>1</i>
<i>Минимальный уровень не достигнут</i>	<i>Задание не выполнено или выполнено с серьёзными ошибками</i>	<i>0</i>

4.2.3. Наименование оценочного средства: доклад

Методические материалы: приводятся вопросы и/или типовые задания, критерии оценки.

Темы докладов:

- Организационные структуры управления в турфирмах: дивизиональная структура управления, адаптивные типы организационных структур.
- Принципы и подходы к выделению видов туризма.
- Основные этапы истории становления туризма в мире.
- Характеристика современного состояния мирового туристского рынка и его особенности.
- Факторы, влияющие на развитие туризма в мире и перспективы этого развития.
- Особенности развития туризма в России.
- Современное состояние, проблемы и тенденции развития туристского рынка России.
- Сервис и сервисная деятельность в туризме.
- Правила и порядок сертификации туристских услуг.
- Государственное регулирование туристской индустрии в России.
- Туристские формальности, в современном мире.
- Исходные предпосылки формирования тура.
- Характеристика этапов формирования тура.

Критерии и шкалы оценивания доклада:

Таблица 11

<i>Уровень освоения</i>	<i>Критерии</i>	<i>Баллы</i>
<i>Максимальный уровень</i>	<i>- производит отличное впечатление, доклад сопровождается иллюстративным материалом; - автор представляет демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентируется, владеет научным и специальным аппаратом, компетентно отвечает на вопросы, делает четкие выводы, полностью характеризующие работу;</i>	<i>3</i>
<i>Средний уровень</i>	<i>- грамотно выстроен; демонстрационный материал,</i>	<i>2</i>

	использующийся в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности, не может ответить на некоторые вопросы, в докладе использованы общенаучные и специальные термины, нечеткие выводы, характеризующие работу:	
Минимальный уровень	- рассказывает, но не объясняет суть работы, показывает владение базовым аппаратом, но не может ответить на большинство вопросов, не может доказать правильность сделанных выводов	1
Минимальный уровень не достигнут	– выступление не содержит достаточной информации по теме; – продемонстрировано неумение выделять ключевые идеи; – неумение самостоятельно делать выводы, использовать актуальную научную литературу.	0

4.2.4. Наименование оценочного средства: *контрольная работа*

Примерное задание для контрольной работы:

Понятие маркетинга, основные задачи и функции маркетинга. Основные категории, ориентиры и заповеди маркетинга в туризме и гостиничном бизнесе.

Понятие туристского (гостиничного) продукта, пути формирования, структура, характеристика основных составляющих.

Оборотные средства туристического предприятия. Состав и основные источники образования.

Предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. предпринимательской деятельности. Место и роль предпринимательства на современном этапе развития социально-культурного сервиса и туризма в России.

Предприятие в условиях рыночной экономики. Основные признаки определяющие предприятие, характеристика отдельных типов предприятий туристской (гостиничной) индустрии.

Прибыль предприятия, понятие и основные источники формирования прибыли турпредприятий.

Принципы построения организационной структуры управления и этапы её совершенствования. Организационная структура управления туроператора.

Реклама в туризме и гостиничном бизнесе. Рекламные кампании предприятий туризма и гостиничного бизнеса. «PR» как основной коммуникативный ресурс, его значение и содержание.

Риск-менеджмент как система управления. Классификация рисков в риск- менеджменте. Средства снижения степени рисков.

Сегментация рынка, понятие сегмента и сегментации, основные критерии сегментации.

Сегментирование туррынка.

Система каналов сбыта туристских и гостиничных услуг, характеристика и структура каналов сбыта.

Критерии оценивания результатов контрольной работы

Таблица 12

Балл (интервал баллов)	Уровень освоения	Критерии оценивания уровня освоения компетенций*
10	Максимальный уровень (интервал)	Контрольная работа оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями, содержит 1-2 мелких ошибки; ответы студента правильные, четкие, содержат 1-2 неточности
[6-8]	Средний уровень (интервал)	Контрольная работа содержит одну принципиальную или 3 или более недочетов; ответы студента правильные, но их формулирование затруднено и требует наводящих вопросов от преподавателя

[3-5]	Минимальный уровень (интервал)	Контрольная работа оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями, неполное раскрытие темы в теоретической части и/или в практической части контрольной работы; ответы студенты формально правильны, но поверхностны, плохо сформулированы, содержат более одной принципиальной ошибки
Менее 3	Минимальный уровень (интервал) не достигнут.	Контрольная работа содержит более одной принципиальной ошибки моделей решения задачи; контрольная работа оформлена не в соответствии с предъявляемыми требованиями; ответы студента путанные, нечеткие, содержат множество ошибок, или ответов нет совсем; несоответствие варианту.

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Внешние микро- и макросреды маркетинга. Внутренняя среда маркетинга. Оценка сильных и слабых сторон деятельности предприятия.
2. Инновации в туризме. Инновационный проект в социально-культурном сервисе и туризме. Основные критерии оценки инновационных проектов в социально-культурном сервисе и туризме.
3. Планирование маркетинговой деятельности. Виды и структура.
4. Методы управления в индустрии туризма. Система самоменеджмента и её основные элементы. Требования, предъявляемые к менеджеру в индустрии туризма
5. Модели покупательского поведения. Понятие побудительных мотивов покупательского поведения, характеристика теории мотивации А. Маслоу.
6. Мотивация и стимулирование. Понятие и виды контроля. Классификация видов контроля. Организация контроля качества услуг и обслуживания в индустрии туризма.
7. Организационные структуры управления в турфирмах: линейная, функциональная и линейно – функциональная.
8. Основные фонды предприятий как экономическая категория. Оборотные средства предприятия, состав и основные источники образования.
9. Особенности конкуренции в туризме и гостиничном бизнесе, оценка конкурентоспособности. Организация сбыта в туризме и гостиничном бизнесе.
10. Особенности ценообразования в туризме и гостиничном бизнесе, методы и стратегии ценообразования.
11. Понятие «анимация», «рекреация», «досуг». Социально-экономический эффект от рекреационной и тураниматорской деятельности.
12. Понятие маркетинга, основные задачи и функции маркетинга. Основные категории, ориентиры и заповеди маркетинга в туризме и гостиничном бизнесе.
13. Понятие туристского (гостиничного) продукта, пути формирования, структура, характеристика основных составляющих.
14. Оборотные средства туристического предприятия. Состав и основные источники образования.
15. Предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. предпринимательской деятельности. Место и роль предпринимательства на современном этапе развития социально-культурного сервиса и туризма в России.
16. Предприятие в условиях рыночной экономики. Основные признаки определяющие предприятие, характеристика отдельных типов предприятий туристской (гостиничной) индустрии.
17. Прибыль предприятия, понятие и основные источники формирования прибыли турпредприятий.
18. Принципы построения организационной структуры управления и этапы её совершенствования. Организационная структура управления туроператора.
19. Реклама в туризме и гостиничном бизнесе. Рекламные кампании предприятий туризма и гостиничного бизнеса. «PR» как основной коммуникативный ресурс, его значение и содержание.
20. Риск-менеджмент как система управления. Классификация рисков в риск- менеджменте. Средства снижения степени рисков.
21. Сегментация рынка, понятие сегмента и сегментации, основные критерии сегментации.

Сегментирование туррынка.

22. Система каналов сбыта туристских и гостиничных услуг, характеристика и структура каналов сбыта.
23. Система сервисного права. Соотношение сервисного, коммерческого, предпринимательского права. Сервисное право в системе правовых отраслей.
24. Спрос и предложение на рынке туризма и гостиничных услуг. Стратегия туристской фирмы (гостиницы) в области товарной политики.
25. Технологии социально-культурного сервиса и туризма, применяемые на предприятиях (организациях) с учетом видов сервисной или туристской деятельности.
26. Социально-культурная среда. Структура и особенности функционирования.
27. Технология обслуживания туриста турагентом. Аудит качества в гостиничных цепях.
28. Ценовая политика предприятия. Финансы предприятия, сущность и функции. Формирование финансовых ресурсов туристского предприятия.
29. Направления и перспективы развития круизного туризма в мире.
30. Организационные структуры управления в турфирмах: дивизиональная структура управления, адаптивные типы организационных структур.
31. Принципы и подходы к выделению видов туризма.
32. Основные этапы истории становления туризма в мире.
33. Характеристика современного состояния мирового туристского рынка и его особенности.
34. Факторы, влияющие на развитие туризма в мире и перспективы этого развития.
35. Особенности развития туризма в России.
36. Современное состояние, проблемы и тенденции развития туристского рынка России.
37. Сервис и сервисная деятельность в туризме.
38. Правила и порядок сертификации туристских услуг.
39. Государственное регулирование туристской индустрии в России.
40. Туристские формальности, в современном мире.
41. Исходные предпосылки формирования тура.
42. Характеристика этапов формирования тура.
43. Менеджмент качества туристского обслуживания.
44. Партнеры туристской фирмы при формировании тура и организации с ними сотрудничества.
45. Механизм воздействия туризма на окружающую среду. Расчет допустимой рекреационной нагрузки на ландшафт.
46. Экологические тропы, их назначение, разновидности и способы прокладки.
47. Критерии экологической благоприятности или не благоприятности той или иной местности для туристской деятельности.
48. Современное положение России на мировом эколого-туристском рынке, проблемы и возможные перспективы.
49. Наиболее перспективные для развития формы экотуризма в России.
50. Разновидности туристских организаций. Их классификация в зависимости от вида и места деятельности.

Вопрос-1. Ответ.

Внешние микро- и макросреды маркетинга. Внутренняя среда маркетинга. Оценка сильных и слабых сторон деятельности предприятия.

Маркетинговая среда включает в себя все силы, оказывающие влияние на способности предприятия устанавливать и поддерживать эффективные связи с целевым рынком. Она состоит из внешней микро и макросреды и внутренней среды. В микросреде действуют внешние силы, представленные поставщиками, посредниками, потребителями, конкурентами и общественностью (контактными аудиториями). Макросреда включает в себя основные факторы, влияющие на деятельность предприятия на определенном сегменте рынка: экономические, демографические, научно-технические, природные, политико-правовые, культурные. Внутренняя среда – часть маркетинговой среды, которая находится

внутри предприятия и контролируется руководством. Она включает структурные подразделения предприятия и складывающиеся между ними отношения, персонал, ресурсы, корпоративную культуру. От состояния внутренней среды в значительной степени зависит стабильность функционирования, а значит, и выживания в конкурентной борьбе. Одним из широко распространенных методов совместного анализа микросреды и внутренней среды предприятия является SWOT-анализ. Цель SWOT-анализа состоит в определении и изучении сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз рынка. Знание сильных сторон позволит эффективнее использовать возможности рынка и избегать его угроз; понимание слабых сторон позволит вовремя выстроить их защиту, а также спланировать деятельность по минимизации потерь от угроз. SWOT-анализ может быть проведен как с помощью качественных, так и с помощью количественных методик. Качественные методики предусматривают выбор экспертами показателей возможных сильных и слабых сторон предприятия, возможностей и угроз, исходящих от рынка. Факт выбора, обоснования и включения экспертом показателя в перечень дает его качественную оценку как важного показателя для предприятия. Количественные же методики SWOT-анализа позволяют оценивать важность и силу влияния фактора на предприятие. На практике часто решения о возможных действиях и программах предприятия принимаются в условиях ограниченных ресурсов: временных, административных, материальных и финансовых. В таком случае очень важно правильно распределить ресурсы для достижения поставленных целей бизнеса с учетом приоритетности и эффективности. Кроме того, при использовании количественных методик повышаются информативность и удобство работы с результатами анализа.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Представлено в приложении №1.

Автор(ы) рабочей программы дисциплины (модуля):

Доцент, к.э.н.  _____ Гайсумова Л.Д.
(подпись)

СОГЛАСОВАНО:

Директор библиотеки  _____ Арсангириева Т.А.
(подпись)

**Оценочные средства
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
Предпринимательство в рекреации и туризма**

Направление подготовки 49.03.03 - Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм

Профили подготовки «Рекреативно-оздоровительная деятельность»

Форма обучения: очная

Год приема: 2023

1. Характеристика оценочной процедуры:

Семестр - 2

Форма аттестации – зачет

2. Оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

2.1. Вопросы для промежуточной аттестации по дисциплине:

1. Внешние микро- и макросреды маркетинга. Внутренняя среда маркетинга. Оценка сильных и слабых сторон деятельности предприятия.
2. Инновации в туризме. Инновационный проект в социально-культурном сервисе и туризме. Основные критерии оценки инновационных проектов в социально-культурном сервисе и туризме.
3. Планирование маркетинговой деятельности. Виды и структура.
4. Методы управления в индустрии туризма. Система самоменеджмента и её основные элементы. Требования, предъявляемые к менеджеру в индустрии туризма
5. Модели покупательского поведения. Понятие побудительных мотивов покупательского поведения, характеристика теории мотивации А. Маслоу.
6. Мотивация и стимулирование. Понятие и виды контроля. Классификация видов контроля. Организация контроля качества услуг и обслуживания в индустрии туризма.
7. Организационные структуры управления в турфирмах: линейная, функциональная и линейно – функциональная.
8. Основные фонды предприятий как экономическая категория. Оборотные средства предприятия, состав и основные источники образования.
9. Особенности конкуренции в туризме и гостиничном бизнесе, оценка конкурентоспособности. Организация сбыта в туризме и гостиничном бизнесе.
10. Особенности ценообразования в туризме и гостиничном бизнесе, методы и стратегии ценообразования.
11. Понятие «анимация», «рекреация», «досуг». Социально-экономический эффект от рекреационной и тураниматорской деятельности.
12. Понятие маркетинга, основные задачи и функции маркетинга. Основные категории, ориентиры и заповеди маркетинга в туризме и гостиничном бизнесе.
13. Понятие туристского (гостиничного) продукта, пути формирования, структура, характеристика основных составляющих.
14. Оборотные средства туристического предприятия. Состав и основные источники образования.
15. Предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. предпринимательской деятельности. Место и роль предпринимательства на современном этапе развития социально-культурного сервиса и туризма в России.
16. Предприятие в условиях рыночной экономики. Основные признаки определяющие предприятие, характеристика отдельных типов предприятий туристской (гостиничной) индустрии.

2.2. Структура экзаменационного билета (примерная):

3. Критерии и шкала оценивания устного ответа обучающегося на экзамене (зачете)

Максимальное количество баллов на экзамене (зачете) – 30, из них:

1. Ответ на первый вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов.
2. Ответ на второй вопрос, содержащийся в билете – 15 баллов.

Таблица 13

№ п/п	Характеристика ответа	Баллы
1.	Студент твёрдо знает программный материал, системно и грамотно излагает его, демонстрирует необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеет понятийным аппаратом.	13-15
2.	Студент проявил полное знание программного материала, демонстрирует сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускает непринципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.	10-12
3	Студент обнаруживает знания только основного материала, но не усвоил детали, допускает ошибки принципиального характера, демонстрирует не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.	7-9
4.	Ответы студента путанные, нечеткие, содержат множество ошибок, или ответов нет совсем; несоответствие варианту.	6 и менее

итоговой рейтинговой оценки

Таблица 14

До 50 баллов включительно	«неудовлетворительно»
От 51 до 70 баллов	«удовлетворительно»
От 71 до 85 баллов	«хорошо»
От 86 до 100 баллов	«отлично»

4. Уровни сформированности компетенций по итогам освоения дисциплины (модуля)

Таблица 15

Индикаторы достижения компетенции (ИДК)	Уровни сформированности компетенций			
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»	«неудовлетворительно»
	86-100	71-85	51-70	Менее 51
	«зачтено»			«не зачтено»
<i>Код и наименование формируемой компетенции</i>				
УК – 1, ОПК-3.	Знает	Знает	Знает	Не знает
	Умеет	Умеет	Умеет	Не умеет
	Владеет	Владеет	Владеет	Не владеет
УК – 1, ОПК-3.	Знает	Знает	Знает	Не знает
	Умеет	Умеет	Умеет	Не умеет

	Владеет	Владеет	Владеет	Не владеет
<i>Код и наименование формируемой компетенции</i>				
УК – 1, ОПК-3.	Знает	Знает	Знает	Не знает
	Умеет	Умеет	Умеет	Не умеет
	Владеет	Владеет	Владеет	Не владеет
УК – 1, ОПК-3.	Знает	Знает	Знает	Не знает
	Умеет	Умеет	Умеет	Не умеет
	Владеет	Владеет	Владеет	Не владеет
....				

5. Рейтинг-план изучения дисциплины

Таблица 16

I	БАЗОВАЯ ЧАСТЬ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ			
	Виды контроля	Контрольные мероприятия	Мин. кол-во баллов на занятиях	Макс. кол-во баллов на занятиях
Текущий контроль № 1	Тема № 1.2. Предпринимательство и его роль в рекреации и туризме		0	10
Текущий контроль № 2	Тема № 3. Формы и виды предпринимательской деятельности (WSR)		0	10
	Тема № 4. Конкурентная предпринимательская среда (WSR)			
Рубежный контроль: контрольная работа №1 (Темы 1-4)			0	10
Текущий контроль №3	Тема 5. Предпринимательская идея и ее выбор (WSR)		0	10
	Тема 6. Финансовое обеспечение деятельности предпринимательской единицы (WSR)			
	Тема 7. Маркетинг – основной инструмент предпринимательства (WSR)			
Текущий контроль №4	Тема 8. Маркетинг – основной инструмент предпринимательства (WSR)		0	10
	Тема 9. Бизнес-план предпринимательской единицы (WSR)			
Рубежный контроль: контрольная работа №2 (Темы 5-9)			0	10
Допуск к промежуточной аттестации			Мин 36	
II	ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ		Мин.	Макс.
1	Поощрительные баллы		0-10	10
	Подготовка доклада с презентацией по дисциплине		0-1	1
	Посещаемость лекций (100%)		0-2	2
	Участие в работе круглого стола, студенческой конференции		0-2	2

	Соц.-личностный рейтинг	0-3	3	
	Участие в общественной, культурно-массовой и спортивной работе	0-2	2	
2	Штрафные баллы		0-3	3
	Пропуск учебных лекций	за пропуск лекции снимается балльная стоимость лекции (2:8=0,25)	0,25 x N (N – количество пропущенных лекций)	
	Несвоевременное выполнение контрольной (аттестационной) работы №1	минус 5% от максимального балла	- 0,5	
	Несвоевременное выполнение контрольной (аттестационной) работы №2	минус 5% от максимального балла	- 0,5	
III	ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ		0-30	30
Форма итогового контроля:	Зачет (экзамен)		0-30	30
ИТОГО БАЛЛОВ ЗА СЕМЕСТР:			0-100	

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ / МОДУЛЯ
Предпринимательство в рекреации и туризма**

**Направление подготовки 49.03.03 - Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм
Профили подготовки «Рекреативно-оздоровительная деятельность»**

(год набора 2023, форма обучения - очная)
на 2023 / 2024 учебный год

В рабочую программу дисциплины / модуля вносятся следующие изменения:

№ п/п	Раздел рабочей программы (пункт)	Краткая характеристика вносимых изменений	Основание для внесения изменений

