



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

по выполнению контрольной работы
по дисциплине

«Экономика туристкой индустрии»

Автор

Бородай В.А.

Ростов-на-Дону, 2015

Аннотация

Методические указания предназначены для студентов очной и заочной форм обучения направления 43.03.02 «Туризм».

Автор

доктор социологических наук
профессор Бородай В.А.



Оглавление

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ»	4
Тематика заданий к контрольной работе:	6
2. ВОПРОСЫ К ИТОГОВОМУ КОНТРОЛЮ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ»	9
3. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	11
1. Основная литература	11
2. Дополнительная литература	11
3. Периодические издания	11
4. Интернет-ресурсы	12
4. ПРИЛОЖЕНИЕ	13

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ»

Контрольная работа по дисциплине «Экономика туристской индустрии» имеет целью дополнить и закрепить полученные в период сессии знания оказать помощь студенту подготовиться к экзамену по данной дисциплине. Главной целью контрольной работы является закрепление полученных профессиональных знаний в области экономики туристской индустрии путем планомерного, систематизированного изучения рекомендуемой литературы и получение практических навыков в рамках изучаемых по курсу вопросов. При проверке контрольной работы преподавателем оценивается то, как студент понимает содержание дисциплины, его способность применять теории и концепции дисциплины для анализа и совершенствования организации туристской деятельности, а также умение систематизировать и ясно излагать свои мысли.

Контрольная работа по дисциплине «Экономика туристской индустрии» состоит из двух теоретических вопросов (контрольных заданий).

Варианты контрольных заданий установлены с учетом последней цифрой номера зачетной книжки (см. графы таблицы) и предпоследней цифры номера зачетной книжки (см. строки таблицы). На пересечении графы и строки установлены две темы контрольных заданий из представленного ниже списка.

Пример: если Вы имеете последние цифры в зачетной книжке 18, значит Ваш вариант тем контрольной работы определяется по строчке 1 и графе 8. Это будут темы № 19 и № 5.

Варианты контрольной работы

предпоследняя, цифра зачетной книжки	последняя цифра зачетной книжки									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Номера тем контрольной работы									
0	1 15	2 16	3 17	4 18	5 19	6 20	7 21	8 22	9 23	10 24
1	11 25	12 26	13 27	14 28	15 1	16 2	17 3	18 4	19 5	20 6
2	21 7	22 8	23 9	24 10	25 11	26 12	27 13	28 14	29 1	30 2
3	31 3	32 4	33 5	34 6	35 7	36 8	37 9	38 10	39 11	40 12
4	41 13	42 14	43 15	44 16	45 17	46 18	47 19	48 20	49 21	50 22
5	51 23	52 24	53 25	54 26	55 27	54 28	53 1	52 2	51 3	50 4
6	49 5	48 6	47 7	46 8	45 9	44 10	43 11	42 12	41 13	40 14
7	39 15	38 16	37 17	36 18	35 19	34 20	33 21	32 22	31 23	30 24
8	19 25	18 26	17 27	16 28	1 29	2 30	3 31	4 32	5 33	6 34
9	7 35	8 36	9 37	10 38	11 39	12 40	13 41	14 42	15 43	16 44

Контрольная работа выполняется студентами в форме реферата. Структура контрольной работы включает два теоретических вопроса (в соответствии с вариантом) и список использованных источников. Работы, не отвечающие обязательным для студента вариантам, не будут рассматриваться.

При подготовке контрольной работы студент подбирает и изучает необходимые литературные источники. Библиографический список должен содержать не менее 5 источников.

Текст контрольной работы должен быть отпечатан на ком-

пьютере через полтора межстрочных интервала с использованием шрифта Times New Roman Cyr № 14. Приблизительный объем контрольной работы должен составлять не менее 15 страниц. Расстояние от границ листа до текста слева – 25 мм, справа – 10 мм, от верхней и нижней строки текста до границы листа – 20 мм. Титульный лист оформляется по образцу (см. Приложение). Одновременно, прилагается электронная версия работы на диске CD-R.

Контрольная работа сдается для проверки за 7 дней до начала сессии, либо в другие сроки, установленные деканатом факультета.

В случае возникновения затруднений студент консультируется у ведущего преподавателя.

Тематика заданий к контрольной работе:

1. Сущность, основные черты и структура туристского рынка.
2. Туристский кругооборот и двухцикличность туристского рынка.
3. Закономерности функционирования туристского рынка
4. Система продвижения туристского продукта.
5. Внедрение нового туристского продукта на рынок.
6. Сущность, содержание и специфика предпринимательской деятельности в туризме.
7. Организационные и государственно-правовые формы предпринимательской деятельности в сфере туризма.
8. Особенности развития малого предпринимательства.
9. Льготные формы поддержки малого бизнеса в России.
10. Ресурсы и экономическая свобода в предпринимательстве.
11. Конкуренция, ее сущность и роль в функционировании рыночного механизма в туризме.
12. Экономические риски и их виды
13. Стратегическое и текущее планирование предпринимательской деятельности.
14. Основные фонды и их структура.
15. Оборотные фонды и фонды обращения.
16. Нематериальные активы и формы управления их движением.
17. Себестоимость, стоимость, цена туристского продукта.
18. Особенность и принципы ценообразования в сфере услуг.
19. Состав и классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг) туристских предприятий.

Экономика туристской индустрии

20. Маркетинговые аспекты ценообразования.
21. Стратегия фирмы при ценообразовании.
22. Ценовая тактика фирмы.
23. Методы ценообразования.
24. Влияние государства на ценообразование.
25. Коммерческий расчет на предприятии туристской индустрии.
26. Внешние и внутренние факторы результативности предприятия.
27. Денежные фонды предприятия.
28. Налогообложение в туристской сфере.
29. Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии.
30. Формирование, обучение, повышение квалификации персонала.
31. Мотивация и производительность труда персонала в туризме.
32. Определение потенциала сегмента туристского рынка.
33. Сущность и доступность сегмента.
34. Анализ освоения выбранного сегмента.
35. Понятие и факторы сезонности.
36. Расчет сезонной выручки от реализации туристского продукта.
37. Мотивации и модель поведения потребителей туристских услуг.
38. Спрос на туристский продукт – основа развития туристского рынка.
39. Потребность в определенных видах туризма.
40. Виды барьеров при выборе туристских услуг.
41. Жизненный цикл туристского продукта.
42. Стоимость и себестоимость туристского продукта.
43. Каналы сбыта туристского продукта.
44. Стратегическое планирование деятельности туристской фирмы на рынке туристских услуг.
45. Бизнес-план как расчетный прогноз развития предпринимательской деятельности.
46. Основное содержание бизнес-плана туристской фирмы.
47. Конкуренция на рынке туризма, ее виды.
48. Виды и степени риска в туризме.
49. Факторы снижения неудач в конкурентной борьбе на туристском рынке.
50. Особенности ценообразования в туризме.

Экономика туристской индустрии

51. Классификация затрат на производство туристских услуг.
52. Система «директ-костинг».
53. Постоянные и переменные затраты туристской фирмы.
54. Средние и предельные издержки производства.
55. Методы повышения прибыльности производства.

2. ВОПРОСЫ К ИТОГОВОМУ КОНТРОЛЮ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ЭКОНОМИКА ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ»

1. Сущность турпродукта и его составляющие.
2. Туристский продукт и его конкурентоспособность.
3. Виды и система цен.
4. Анализ обновления турпродукта и его качества.
5. Формирование себестоимости на предприятиях туристской индустрии. Элементы себестоимости турпродукта.
6. Методика формирования и расчета, статьи затрат.
7. Эффективность реализации турпродукта.
8. Сущность концепции «максимизации прибыли».
9. Формирование и анализ объема продаж турпродукта.
10. Материальные ресурсы и их использование.
11. Обоснование формирования и оценка эффективности ассортиментных программ в туристской индустрии.
12. Методы ценообразования.
13. Основные положения концепции развития туризма РФ на период до 2010 года.
14. Содержание современной туристской политики.
15. Внешняя и внутренняя среда турпредприятия.
16. Общие принципы формирования себестоимости.
17. Организационные и государственно – правовые формы предпринимательства в сфере туризма, малые предприятия.
18. Понятие и виды издержек, их классификация.
19. Объединения и ассоциации предприятий в туристской индустрии, их задачи.
20. Мотивация труда и ее значение на предприятиях туристской индустрии.
21. Сущность концепции «выживания».
22. Формы и методы оплаты труда.
23. Нормирование оборотных средств.
24. Сущность концепции «максимизации стоимости фирмы».
25. Показатели и пути ускорения оборачиваемости оборотных средств.
26. Характеристика основных производственных фондов.
27. Вертикальная и горизонтальная структура персонала на предприятиях
28. туристской индустрии.

Экономика туристской индустрии

29. Классификация и структура основных средств.
30. Оценка основных средств. Показатели использования основных средств.
31. Износ основных средств.
32. Оборотный капитал и его роль в хозяйственном обороте фирмы.
33. Классификация и состав оборотных средств.
34. Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии.
35. Выручка, прибыль, формирование и распределение прибыли турпредприятия.
36. Основные виды налогов туристского предприятия.
37. Банкротство и санация турпредприятия.
38. Понятие и признаки банкротства.
39. Понятие прогнозирования и ответственность при банкротстве.
40. Амортизация основных средств турпредприятия.
41. Корпоративная ценовая политика турпредприятия.
42. Бизнес – план туристского предприятия.
43. Экономические условия осуществления предпринимательства в туризме.
44. Особенности воспроизводства оборотных средств турпредприятия.
45. Оборотные средства и их влияние на эффективность работы туристского предприятия.
46. Персонал туристского предприятия как фактор повышения его конкурентоспособности.
47. Методика формирования и расчета себестоимости туристского предприятия.
48. Виды и система цен туристского предприятия.
49. Дифференциация цен в туристской индустрии.
50. Формирование финансовых результатов турпредприятия.
51. Система показателей, характеризующих те или иные стороны проявления рыночной конъюнктуры туристского предприятия

3. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Основная литература

- 1.1 Овчаров А. О. Экономика туристских предприятий: Учебное пособие, М.: НИЦ Инфра-М., 2013
- 1.2 Брашнов, Д. Г. Экономика гостиничного бизнеса [Электронный ресурс]: учеб. пособие., М.: Флинта., 2013
- 1.3 Дмитриев М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме, М.: ЮНИТИ., 2009
- 1.4 Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. Федерального закона от 27.12.2009г. №365-ФЗ).
- 1.5 Баранова А.Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма.- М.: Инфра-М, 2010.- 180с.
- 1.6 Дурович А.П. Организация туризма.- Сп-б: Питер, 2009
- 1.7 Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление индустрией туризма России в современных условиях.- М.: Кнорус, 2010

2. Дополнительная литература

- 2.1 Скобкин С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма (ИГиТ): учеб. пособие., М.: Магистр 2009
- 2.2 Матюхина, Ю. А. Индустрия туризма [Электронный ресурс]: учеб. пособие М.: Флинта, 2013
- 2.3 Караулова Н.М., Орлова Н.М., Сизенева Л.А. Экономика предприятия туризма и сервиса: учебное пособие., ООО «Волгоградское научное издательство, 2014
- 2.4 Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для студентов вузов.- М.: Юнити, 2007.
- 2.5 Управление развитием туризма в регионе. Опыт реализации стратегии Республики Карелии / Под общей ред. Ю. В. Савельева и О. В. Толстогузова. Петрозаводск, 2008.

3. Периодические издания

- 3.1 Журнал: «Российский экономический журнал» Академия менеджмента и бизнес-администрирования
- 3.2 Журнал: «Сервис в России и за рубежом» Издательство: Российский государственный университет туризма и сервиса
- 3.3 Деловой журнал: «Управление персоналом» Издательский дом "Управление персоналом"
- 3.4 Журнал: Вестник национальной академии туризма Н.П.

Экономика туристской индустрии

Национальная академия туризма (Санкт-Петербург)

3.5 Журнал: «Туристический бизнес»

4. Интернет-ресурсы

4.1 www.unwto.org.ru Всемирная туристская организация

4.2 www.rostourunion.ru Сайт Российского Союза туристической индустрии

4.3 www.russiatourism.ru, Сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации

4.4 <http://tourism.rostov-gorod.ru/info/education/> Туристский портал г. Ростова-на-Дону <http://nat-moo.ru/>

4.5 <http://www.travelinform.ru/main/newtech>, информационный ресурс ТУРТРЭВЕЛ: турбизнес для профессионалов.

4.6 www.reestr-NF.ru - Общероссийский генеральный реестр туристических агентств.

4. ПРИЛОЖЕНИЕ

Образец титульного листа

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет «Права, сервиса и туризма»

Кафедра «Социально-культурный сервис и туризм»

Контрольная работа по дисциплине

«Экономика туристской индустрии»

ТЕМА КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ:

«Классификация и структура основных средств»

Выполнил студент группы №

_____ ф.и.о.

Руководитель курса
д.с.н. профессор

Бородай В.А.

Ростов-на-Дону 2015