

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ТГПУ)

Утверждаю

И.А.Рوماхина
декан факультета
«02» 09 2014 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б.3.В.14 СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ТУРИЗМА

ТРУДОЕМКОСТЬ (В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ) - 5

Направление подготовки	100400.62 «Туризм»
Профиль подготовки	«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

1. Цели изучения дисциплины

Целями изучения дисциплины «Стратегическое планирование туризма» является формирование у обучающихся системы знаний основ методологии планирования туристской деятельности; развитие навыков формирования, на основе принципов стратегического планирования, программ развития туризма на различных уровнях.

Достижение поставленных целей требует решения следующих задач:

- изучение методов и принципов стратегического планирования в сфере туризма;
- изучение подходов и существующих моделей планирования и прогнозирования туристской деятельности;
- определение тенденций и особенностей в планировании туризма;
- рассмотрение направлений оптимизации системы текущего и перспективного планирования в индустрии туризма;
- определение основ и перспектив стратегического планирования туризма на государственном и региональном уровнях.

2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Стратегическое планирование туризма» является дисциплиной вариативной части в рамках учебного плана, разработанного в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению 100400.62 Туризм, профиль: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг (квалификация **(степень)** – «бакалавр»).

Изучение основ данной учебной дисциплины, получаемые при этом знания и формируемые навыки, дополняются и углубляются при изучении других учебных курсов в рамках основной образовательной программы, таких как: «Технология и организация турагентских услуг», «Туроперейтинг», «Маркетинг в туристской индустрии», «Туристские ресурсы» и др.

3. Требования к уровню освоения программы

Процесс изучения дисциплины «Стратегическое планирование туризма» направлен на формирование у обучающегося ряда компетенций. Выпускник должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

- способностью к достижению целей и критическому переосмыслению накопленного опыта (ОК-2);
- владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения, умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-4);
- способностью понимать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к профессиональной деятельности в туристской индустрии (ОК-9);
- владением теоретическими основами проектирования, готовностью к применению основных методов проектирования в туризме (ПК-1);
- готовностью к реализации проектов в туристской индустрии (ПК-4);
- способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг (ПК-14).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- содержание стратегического планирования в сфере туризма;
- методологию прогнозирования и планирования туристской деятельности;
- основные принципы и инструменты оперативного и стратегического планирования;
- систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристской индустрии;

уметь:

- применять существующие методы стратегического планирования и оценки деятельности предприятия в сфере туризма;
- прогнозировать развитие туристской индустрии;
- анализировать существующие модели планирования в сфере туризма;
- определять перспективные направления развития туристской деятельности на основе анализа факторов внешней и внутренней среды;

владеть:

- методами прогнозирования и планирования в индустрии туризма ;
- навыками разработки стратегии развития туристического предприятия на основе принципов стратегического планирования

4. Общая трудоемкость дисциплины 5 зачетных единиц и виды учебной работы

Форма обучения – очная, срок обучения – 4 года

Вид учебной работы	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом) (час)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час)		
	Всего - 180	6	7	8
Аудиторные занятия	66			66
Лекции	22			22
Практические занятия	44			44
Семинары				
Лабораторные работы				
Другие виды аудиторных работ				
Другие виды работ				
Самостоятельная работа	87			87
Курсовой проект (работа)				
Реферат				
Расчетно-графические работы				
Формы текущего контроля	тестирование			
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом	экзамен (27)			экзамен (27)

Форма обучения – очная, срок обучения – 3 года (8 зачетных единиц)

Вид учебной работы	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом) (час)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час)		
	Всего - 288	4	5	6
Аудиторные занятия	64	64		
Лекции				
Практические занятия	64	64		
Семинары				
Лабораторные работы				
Другие виды аудиторных работ				
Другие виды работ				
Самостоятельная работа	197	197		
Курсовой проект (работа)				
Реферат				
Расчетно-графические работы				
Формы текущего контроля	тестирование			
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом	экзамен (27)	экзамен (27)		

Форма обучения – заочная, (срок обучения – 4 года) - 6 зачетных единиц

Вид учебной работы	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом) (час)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час)		
	Всего - 216	1	2	3
Аудиторные занятия	28		14	14
Лекции	8		4	4
Практические занятия	20		10	10
Семинары				
Лабораторные работы				
Другие виды аудиторных работ				
Другие виды работ				
Самостоятельная работа	188		94	94
Курсовой проект (работа)				
Реферат				
Расчетно-графические работы				
Формы текущего контроля	тестирование			
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом	Зачет, экзамен		Зачет	экзамен

5. Содержание программы учебной дисциплины

5.1. Содержание учебной дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Аудиторные часы					Самостоятельная работа (час)
		ВСЕГО	лекции	практические (семинары)	лабораторные работы	В т.ч. интерактивные формы обучения (не менее 20%)	
1.	Содержание и принципы стратегического планирования	4	2	2			4
2.	Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ	10	4	6		2	12
3.	Основные этапы стратегического планирование на уровне туристического предприятия	14	4	10		4	20
4.	Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы	16	4	12		4	20
5.	Конкурентный анализ в стратегическом планировании	12	4	8		2	20
6	Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях	10	4	6		2	15
	ИТОГО	66 ч./1,8 зач.ед.	22	44		14 час/ 21,2%	87

5.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Содержание и принципы стратегического планирования

Системный подход к определению понятия «туризм». Определение понятий «стратегия», «стратегическое планирование». Содержание, основные цели и задачи стратегического планирования в сфере туризма. Информационное обеспечение планирования туристской деятельности. Классификация видов планирования. Текущее, перспективное, стратегическое планирование.

Раздел 2. Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ

Методы планирования. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании. Прогнозирование как процесс разработки прогнозов. Предсказательная и предписательная функции прогноза в сфере туризма. Классификация прогнозов: национальные, региональные, корпоративные; макроэкономические и отраслевые. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской деятельности. Стратегическое программирование. Виды программ.

Раздел 3. Основные этапы стратегического планирование на уровне туристического предприятия

Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия. Миссия и цели предприятия. Формирование комплекса функциональных стратегий туристического предприятия. Разработка генеральной стратегии туристического предприятия и контроль за ее реализацией.

Раздел 4. Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы.

Анализ внешней и внутренней среды фирмы как процесс определения факторов, оказывающих влияние на деятельность фирмы. Факторы макросреды, микросреды и внутренней среды фирмы. Оценка динамики потребительского спроса на туристический продукт. Уровни анализа потребителей как главного компонента внешней среды туристической компании. Критические точки.

Основные принципы сегментирования туристического рынка: географический, экономический, принцип количественного предпочтения туристов, принцип туристических предпочтений, возрастное сегментирование. Потребности сегмента. Требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.

Раздел 5. Конкурентный анализ в стратегическом планировании

Сущность и основные этапы конкурентного анализа. Общая оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке. Ценовая конкуренция. Идентификация существующих конкурентов и оценка возможностей появления новых конкурентов. Оценка воздействия на рыночную среду конкурентного давления поставщиков турообразующих услуг. Стратегии конкурентной борьбы.

Раздел 6. Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях. Туристический рынок как объект государственного регулирования, прогнозирования и стратегического планирования. Оценка туристического потенциала территории. Анализ рисков развития туризма. Социально-экономические последствия развития туризма на управляемой территории. Организация прогнозно-плановой работы на федеральном и региональном уровнях.

5.3. Лабораторный практикум - не предусмотрен.

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература по дисциплине:

1. Карлова, Людмила Вениаминовна. Инновации в туризме. Innovations in tourism : учебное пособие /Л. В. Карлова, И. В. Кондратьева ; Институт культуры и глобализации Ольборгского университета.- Ольборг [и др.] : Издательство Института культуры и глобализации Ольборгского университета [и др.], 2011. - 169 с.

2. Малахова Н.Н., Д.С.Ушаков. Инновации в туризме и сервисе. / Н.Н.Малахова, Д.С.Ушаков. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010.- 244с.

6.2. Дополнительная литература:

1. Акмаева Р.И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент/ Р.И.Акмаева.- М.: Финансы и статистика, 2007.- 207с.

2. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Учебное пособие для вузов / Л.Е.Басовский. - М.: Инфра-М, 2010. -260 с.

3. Баумгартен Л.В. Стратегический менеджмент в туризме. Практикум/ Л.В.Баумгартен. – М.: Аспект-пресс, 2006.- 175с.

4. Богданов Е.С, Кострюкова О.Н. Планирование на предприятии туризма/ Е.С.Богданов, О.Н.Кострюкова.- СПб.: Бизнес-пресса, 2003.- 288с.

5. Бутакова М.М. Экономическое прогнозирование: методы и приемы расчетов. Учебное пособие/ М.М.Бутакова. – М.: Кнорус, 2010. – 168с.

6. Ефимова С.А. Бизнес-планирование:учебное пособие / С.А.Ефимова.- М.: Бизнес-Волга, 2009.- 112с.

7. Кузык Б.Н., Яковец Ю.В.,Кушлин В.И. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование/ Б.Н.Кузык, Ю.В.Яковец, В.И.Кушлин.- М.: Экономика, 2009.- 591с.

8. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. Учебник / Н.К.Моисеева.- М.: Финансы и статистика, 2000. - 294с.

9. Муравьева Н.Н. Маркетинг услуг: учебное пособие / Н.Н.Муравьева .-Ростов н/Д.: Феникс, 2009.-251с.

10.Просветов Г.И. Прогнозирование и планирование: задачи и решения / Г.И.Просветов.- М.: Альфа-Пресс, 2008.-296с.

11. Ушаков Д.С. Стратегическое планирование в туризме/ Д.С.Ушаков. – Ростов н/Д.: Феникс, 2009. – 285с.

12.Черняк В.З. Бизнес планирование / В.З.Черняк .- М.: Бизнес-пресса, 2005.- 183с.

13.Экономика и организация туризма: международный туризм: учебное пособие / Е.Л.Драчева , Ю.В.Забаев, Д.К. Исмаев и др.; под ред. И.А.Рябовой. – 3-изд., - М.: Кнорус, 2009.- 568с.

6.3 Средства обеспечения освоения дисциплины

Рекомендации по использованию Интернет-ресурсов: <http://www.national-geographic.ru/>
<http://www.geo2000.nm.ru/> ; www.tourlib.net ; <http://www.geo.ru/> ; www.turbooks.ru ;
<http://www.geofocus.ru/>; <http://www.vokrugsveta.ru/> ; <http://www.wgeo.ru/>

6.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) учебной дисциплины	Наименование материалов обучения, пакетов программного обеспечения	Наименование технических и аудиовизуальных средств, используемых с целью демонстрации материалов
1	Содержание и принципы стратегического планирования	- информационные и учебные материалы, размещенные на http://www.tourlib.net - тестовая система ТГПУ	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Аудиоколонки, Видеопроектор
2	Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ	- - тестовая система ТГПУ - информационные и учебные материалы http://www.vokrugsveta.ru/ http://www.national-geographic.ru/ http://www.wgeo.ru/ geofocus.ru,	
3	Основные этапы стратегического планирование на уровне туристического предприятия	- справочно-информационная материалы, видео фрагменты , размещение на портале www.turbooks.ru www.tourlib.net - тестовая система ТГПУ	
4	Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы	- библиотека материалов – http://www.vokrugsveta.ru/ ; www.tourlib.net www.turbooks.ru - тестовая система ТГПУ	
5	Конкурентный анализ в стратегическом планировании	- библиотека материалов по туристской тематике – http://www.tourlib.net - нформационные материалы, размещенные на www.turbooks.ru	
6	Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях	- информационные и учебные материалы, размещенные на http://www.vokrugsveta.ru/ http://www.national-geographic.ru/ http://www.wgeo.ru/ http://www.tourlib.net - тестовая система ТГПУ	

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

7.1. Методические рекомендации преподавателю

В результате изучения дисциплины «Стратегическое планирование туризма» обучающийся должен знать основные понятия и процедуры планирования на предприятии в сфере туризма, уметь определить систему социальных и экономических показателей для последующего прогнозирования туристской деятельности с использованием существующих методов, моделей, экспертных оценок.

Содержание дисциплины распределяется между лекционной и практической частями на основе принципа дополняемости. Содержание предлагаемой программы, ее объем и характер обуславливают необходимость оптимизации учебного процесса не только в плане проектирования содержания, но и методики организации обучения, а также контроля текущей учебной деятельности.

Перспективным направлением в профессиональной подготовке будущих специалистов в индустрии туризма является использование в процессе обучения современных образовательных технологий, инновационных методов обучения, мультимедийных технологий и интернет-технологий, позволяющих повысить качество обучения.

В процессе проведения занятий следует обращать внимание студентов, что в педагогической деятельности происходит смещение акцента на *организацию деятельности обучающихся*. В современных условиях от преподавателя требуется научить находить и оценивать информацию, анализировать факты, принимать решения, развивать навыки логического, системного мышления обучающихся. Это вызывает необходимость применения в учебном процессе интерактивных методов обучения: метода конкретных ситуаций, проектного метода, применения ролевых и деловых игр, дискуссии как метода группового взаимодействия.

Одновременно возрастает значение и изменяется статус самостоятельной работы студентов, которая наряду с лекционными и практическими занятиями, становится обязательным видом учебно-познавательной деятельности обучающихся, способствуя реализации требований к компетенциям выпускника, к решению им профессиональных задач.

В качестве форм самостоятельной или коллективной работы, исходя из цели и задач изучаемой дисциплины, можно использовать такие задания для студентов, как: определение миссии и стратегических целей туристского предприятия; использование SWOT-анализа для выявления проблем, стоящих перед конкретной турфирмой; разработать стратегию развития или бизнес-план туристского предприятия; сделать расчет прогнозной модели показателей рекреационно-туристской деятельности региона (Томской области), подготовить реферат; написать эссе на заданную тему и др.

Преподаватель оказывает, в случае необходимости, помощь студентам при выполнении ими заданий, при выборе тем докладов на научно-практические конференции, их подготовке и написанию статей и тезисов в сборники, публикуемые по результатам данных конференций.

7.2. Методические рекомендации для обучающихся

Целью дисциплины «Стратегическое планирование туризма» является изучение методов планирования и прогнозирования туристской деятельности, исследование социально-экономических процессов для определения вероятностных направлений их развития на основе выявленных причинно-следственных зависимостей, определение прогнозных значений и тенденций изменения показателей деятельности в сфере туризма.

Изучение курса предполагает, что преподаватель читает лекции, проводит семинарские занятия, организует самостоятельную работу студентов, проводит консультации, осуществляет текущий и итоговый формы контроля, руководит подготовкой докладов студентов на научно-практических конференциях.

Материалы лекции являются основой для подготовки к обсуждению вопросов соответствующей темы на семинарском занятии. В процессе проведения семинарских занятий преподаватель организует деятельность обучающихся по изучению учебной и дополнительной литературы, рассмотрению и обсуждению вопросов темы. На практических занятиях решаются ситуационные задачи, разбираются тестовые задания и задания, выданные для самостоятельной работы, заслушиваются реферативные выступления. Анализ конкретных ситуаций, рассматриваемых на практических занятиях, позволяет студентам выработать умения, необходимые в практической деятельности, развивает аналитические способности, навыки поиска необходимой информации, оценки фактов и разработки альтернативных решений.

Необходимо посещать лекции, семинарские, практические занятия, готовиться к ним и принимать активное участие в обсуждении вопросов. Для успешного изучения и усвоения учебного материала студентам следует заниматься самостоятельной работой, которая включает в себя задания, предлагаемые преподавателем, а также ответы на вопросы и тесты, написание рефератов.

8. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

8.1. Тематика рефератов

1. Современная система подготовки кадров для индустрии туризма;
2. Смысл и содержание стратегического планирования в отрасли туризма;
3. Стратегическое и тактическое планирование в туризме;
4. Основные методы и показатели планирования в туризме;
5. Методы прогнозирования динамики сезонных процессов в туризме;
6. Сущность и организация экономического прогнозирования;
7. Информационное обеспечение экономического прогнозирования;
8. Модели оценки влияния деятельности туристских предприятий на экономику региона;
9. Социально-экономическая роль туризма;
10. Роль стратегического планирования в развитии туристского бизнеса;

11. Оценка уровня конкурентоспособности услуг турфирмы;
12. Анализ методов прогнозирования деятельности рекреационно-туристских предприятий;
13. Особенности стратегического планирования в туристической фирме;
14. Анализ рисков развития туризма на региональном уровне;
15. Методы финансового планирования и их сущность
16. Стратегии развития российского въездного туризма;
17. Оценка туристического потенциала территории;

8.2. Вопросы и задания для самостоятельной работы, в том числе групповой самостоятельной работы обучающихся

1. Подобрать необходимую информацию и принять участие в подготовке и обсуждении проекта:
Разработка стратегии «Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Томской области»
При подготовке следует рассмотреть следующие вопросы:
 - создание организационно-экономических и правовых условий формирования регионального туристско-рекреационного комплекса;
 - развитие регионального туристско-рекреационного комплекса;
 - повышение качества туристских услуг.
2. Подготовиться и принять участие в дискуссии :
«Особенности определения миссии и стратегических целей туристического предприятия»
3. Подготовиться к участию в обсуждении вопроса:
Использование SWOT- анализа для выявления проблем, стоящих перед конкретной тур.фирмой.
4. Разработать бизнес-план туристического предприятия

8.3 Вопросы для самопроверки, диалогов, дискуссий

1. Назовите факторы, определяющие актуальность и повышающие значение стратегического планирования на уровне туристического предприятия?
2. Определите содержание стратегического планирования (стратегирования).
3. В чем заключаются особенности основных этапов разработки стратегии на уровне отдельной компании?
4. Назовите 8 ключевых пространств, в рамках которых компания определяет свои цели развития
5. Анализ каких показателей включает оценка динамики потребительского спроса на туристский продукт в целом?
6. На основании каких принципов проводится сегментирование туристского рынка?
7. Каковы основные этапы проведения конкурентного анализа в процессе стратегического планирования?
8. Определите алгоритм применения SWOT – метода .
9. Назовите направления (факторы) по которым анализируется внутренняя среда турфирмы.
10. Основные типы непосредственных конкурентов туроператора.

8.4 Примеры тестов

1. К какому периоду относят возникновение концепции стратегического планирования:
 - а) период с 30-х – по 50-е г.г. XX века;
 - б) период к. 60-х – начало 70-х г.г. XX века;
 - в) период с 80-х – по 90-е г.г. XX века;
 - г) период к. 90-х XX в. – начало XXI века;
2. Генетический подход к прогнозированию в процессе стратегирования основан на:
 - а) описании возможных перспектив развития;
 - б) учете современной ситуации;
 - в) экстраполировании тенденций прошлого периода на будущее;

3. Среди стратегических программ в процессе их классификации выделяют:

- а) объективные и субъективные;
- в) целевые и ресурсные;
- г) активные и пассивные;

4. На какие вопросы необходимо ответить при формировании миссии фирмы:

- а) кто наши покупатели и какова их покупательская способность?
- в) кто мы, что делаем и куда движется фирма?
- г) что определяет спрос на услуги фирмы и как его повысить?

5. Цели, определяемые фирмой в процессе стратегического планирования – это:

- а) конкретные конечные состояния, к которым стремится фирма;
- б) руководящая философия бизнеса;
- в) возможности и способы осуществления деятельности фирмы;

6. Нормативный подход к прогнозированию в процессе стратегирования основывается на:

- а) учете динамики факторов внешней среды, оказывающих влияние на развитие объекта прогнозирования;
- б) учете путем расчетов взаимосвязей между явлениями и построении картины будущего на их основе;
- в) учете тенденций развития объекта в прошлом и переносе этих тенденций на будущее;

7. Стратегическое планирование должно давать ответ на вопрос:

- а) что хочет представлять собой фирма на определенный момент в будущем?
- б) каково современное состояние фирмы?
- в) какие ресурсы необходимы для развития фирмы в желаемых направлениях?
- г) все ответы верны;
- д) все неверно;

8. Миссия фирмы фиксируется качественно в виде:

- а) целей и задач;
- б) мировоззрения фирмы;
- в) организационной культуры;
- г) социальной ответственности;

9. Критическими точками в процессе стратегического анализа среды фирмы называют:

- а) факторы внешней среды ближнего отраслевого окружения;
- б) факторы макросреды, характеризующиеся неопределенностью и динамизмом развития;
- в) факторы, которые являются для фирмы наиболее важными;

10. Определите факторы внешней среды, **не** относящиеся к факторам микросреды фирмы:

- а) потребители;
- б) состояние экономики;
- в) конкуренты;
- г) политические процессы;
- д) законодательство;
- ж) партнеры;

11. Исследование каких факторов внешней среды включает анализ микросреды фирмы:

- а) конкурентов;
- б) поставщиков;
- в) потребителей;
- г) контактной аудитории;
- д) партнеров;

12. Основу конкурентной стратегии фирм – коммутантов составляют:

- а) узкая специализация и низкие издержки;
- б) гибкость и приспособляемость;
- в) удовлетворение массового спроса потребителей;

13. Основу конкурентной стратегии в фирм – патентов составляют:

- а) экономия на масштабе и удовлетворение массового спроса потребителей;

- б) низкие издержки, основанные на узкой специализации и качество услуги;
- в) низкая устойчивость, но гибкость и приспособляемость;

14. Все многообразие общих стратегий развития фирмы является различными модификациями нескольких базовых типов стратегий – это:

- а) стратегии развития рынка, диверсификации или ликвидации;
- б) стратегии стабильности, роста или сокращения;
- в) стратегии интеграции, диверсификации или дифференциации;

15. В структуре затрат, определяющих высоту входных барьеров на туристическом рынке, можно выделить:

- а) затраты на рекламу;
- б) стоимость деловой недвижимости;
- в) глубину продаж туров;
- г) стоимость рабочей силы;

8.5 Перечень примерных вопросов для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Системный подход к определению туризма как объекта комплексного стратегического планирования.
2. Сущность, характеристики услуг в сфере туризма.
3. Понятия «стратегия» и «стратегическое планирование» в туризме: сущность, особенности.
4. Стратегический прогноз. Генетический и нормативный подходы к прогнозированию.
5. Стратегическое программирование. Виды стратегических программ.
6. Принципы стратегического планирования в туризме.
7. Методы, включаемые в методологию стратегического планирования в туризме. Типология проблем, определяющая выбор метода.
8. Основные требования к системе показателей в стратегическом планировании. Типы показателей.
9. Распределение ответственности по разработке стратегии компании. Стратегическая пирамида.
10. Классификация стратегий развития бизнеса. Стратегии концентрированного роста и сокращения.
11. Классификация эталонных стратегий развития бизнеса. Стратегии интегрированного и диверсифицированного роста.
12. Актуальность и значение реализации менеджментом туристической компании стратегического подхода в управлении.
13. Факторы, повышающие значение стратегирования деятельности туристической компании в России.
14. Организация внутрифирменного планирования.
15. Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия.
16. Миссия и видение как ориентиры, направления функционирования компании. Особенности формулирования и значение.
17. Стратегические цели как основа для планирования и организации деятельности туристического предприятия. Процесс определения целей.
18. Анализ внешней среды. Основные факторы макро-и микросреды.
19. Анализ внутренней среды. Основные направления анализа внутренней среды.
20. Потребители как главный компонент внешней микросреды туристической фирмы. Уровни анализа потребителей.
21. Туристический рынок. Основные принципы сегментирования туристического рынка.
22. Сегментирование по географическому принципу. Потребности сегмента и требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.
23. Сегментирование по экономическому принципу. Потребности сегмента и требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.
24. Сегментирование потребительского рынка на принципах количественного предпочтения туристов.
25. Потребительские сегменты туристического рынка в соответствии с возрастным сегментированием.
26. Сегментирование потребительского рынка по принципам туристических предпочтений.
27. Процесс (этапы) определения сегментов туроператором, на удовлетворение потребностей которых будет направлена его деятельность.
28. SWOT- анализ как метод стратегического анализа среды. Алгоритм его применения.
29. Оценка влияния возможностей на организацию с помощью метода позиционирования. Матрица возможностей.

30. Оценка влияния угроз на организацию с помощью метода позиционирования. Матрица угроз.
31. Оценка относительной значимости для организации отдельных факторов с помощью метода составления профиля среды.
32. Метод оценки факторов внешней среды «5*5», предложенный М.Х.Месконом.
33. Основные типы непосредственных конкурентов туроператора.
34. Оценка туроператором поставщиков туристических услуг как представителей микросреды туризма.
35. Анализ туристической компанией партнеров как представителей микросреды туризма.
36. Оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке как этап проведения конкурентного анализа. Уровни и типы конкуренции.
37. Ценовая конкуренция: выгоды для потребителя и негативные последствия для туристического рынка.
38. Оценка возможностей появления новых конкурентов как этап проведения конкурентного анализа в процессе стратегического планирования.
39. Идентификация конкурентов в процессе конкурентного анализа на основе внешних доступных источников информации.
40. Оценка сильных и слабых сторон предложений конкурентов в процессе конкурентного анализа.
41. Выбор туристическим предприятием стратегии конкурентной борьбы. 4 основных типа конкурентных стратегий.
42. Сущность, задачи, значение бизнес-плана, его отличия от стратегического плана.
43. Организация и этапы разработки бизнес-плана на туристическом предприятии.
44. Структура бизнес-плана туристического предприятия.
45. Туризм как объект государственного регулирования. Основные направления регулирования.
46. Методы государственного регулирования сферы туризма.
47. Показатели, характеризующие туристский потенциал территории.
48. Туристский потенциал территории. Оценка его основных компонентов.

8.6. Формы контроля самостоятельной работы

Тестирование, подготовка и устные выступления с докладами, рефератами на практических занятиях, участие в обсуждении конкретных ситуаций по соответствующим темам в ходе учебных занятий, выполнение заданий в форме самостоятельной работы.

8.7. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

Таблица 1 Балльные оценки для элементов контроля за семестр

Элементы учебной деятельности	Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра	Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ	Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра	Всего за семестр
Посещение лекционных занятий	4	4	4	12
Выполнение практических заданий	8	8	8	24
Эссе	9	9	10	28
Выполнение контрольных, тестовых заданий на лекциях и практических занятиях	8	8	8	24
Компонент своевременности	4	4	4	12
Итого максимум за период:	33	33	34	100
Нарастающим итогом	33	66	100	100

Таблица 2 Пересчет баллов в оценки за контрольные точки

Баллы на дату контрольной точки	Оценка
≥ 90 % от максимальной суммы баллов на дату КТ	5
От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату КТ	4
От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату КТ	3
< 60 % от максимальной суммы баллов на дату КТ	2

Таблица 3 Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

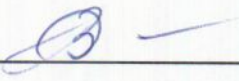
Оценка (ГОС)	Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен	Оценка (ECTS)
5 (отлично) (зачтено)	90 - 100	A (отлично)
4 (хорошо) (зачтено)	85 – 89	B (очень хорошо)
	75 – 84	C (хорошо)
	70 - 74	D (удовлетворительно)
3 (удовлетворительно) (зачтено)	65 – 69	E (посредственно)
	60 - 64	
2 (неудовлетворительно), (не зачтено)	Ниже 60 баллов	F (неудовлетворительно)

Рабочая программа учебной дисциплины составлена в соответствии с учебным планом, федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400.62 «Туризм», профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Рабочая программа учебной дисциплины «Стратегическое планирование туризма» составлена:

к.э.н., доцентом кафедры экономической теории  В.Г.Аникиной

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры экономической теории
протокол № 9 от 29.08.2014 года.

Зав. кафедрой  В.В.Сизов

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией факультета экономики и управления
протокол № 2 от 02.09 2014 г.

Председатель учебно-методической комиссии ФЭУ  В.Г.Аникина