

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Горно-Алтайский государственный университет»
(ФГБОУ ВО ГАГУ, ГАГУ, Горно-Алтайский государственный университет)

Стратегическое планирование на разных уровнях управления сферой туризма рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Учебный план 43.04.02_2024_804M.plx
43.04.02 Туризм
Организация и управление туристским бизнесом

Квалификация **Магистр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе: Виды контроля в семестрах:
экзамены 3
аудиторные занятия 24
самостоятельная работа 47,7
часов на контроль 34,75

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 3 (2.1) | | Итого | |
|---|---------|-------|-------|-------|
| | Неделя | | | |
| Вид занятий | уп | рп | уп | рп |
| | Лекции | 6 | 6 | 6 |
| Практические | 18 | 18 | 18 | 18 |
| Консультации (для студента) | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 |
| Контроль самостоятельной работы при проведении аттестации | 0,25 | 0,25 | 0,25 | 0,25 |
| Консультации перед экзаменом | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Итого ауд. | 24 | 24 | 24 | 24 |
| Контактная работа | 25,55 | 25,55 | 25,55 | 25,55 |
| Сам. работа | 47,7 | 47,7 | 47,7 | 47,7 |
| Часы на контроль | 34,75 | 34,75 | 34,75 | 34,75 |
| Итого | 108 | 108 | 108 | 108 |

Программу составил(и):

к.э.н., декан ЭЮФ, Газукина Ю.Г.

Рабочая программа дисциплины

Стратегическое планирование на разных уровнях управления сферой туризма

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 15.06.2017 г. № 556)

составлена на основании учебного плана:

43.04.02 Туризм

утвержденного учёным советом вуза от 01.02.2024 протокол № 2.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

кафедра экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от 11.04.2024 протокол № 9

Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2027 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2028-2029 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2028 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|-----|---|
| 1.1 | <i>Цели:</i> Формирование систематизированных знаний и практических навыков по стратегическому планированию на разных уровнях управления сферой туризма. |
| 1.2 | <i>Задачи:</i> -представить современную теорию стратегического управления, базирующуюся на достижениях и традициях мировой науки, культуры и практики -развить способности идентификации стратегических проблем формирования возможных стратегий роста предприятий сферы туризма и сферы туризма на региональном уровне; -сформировать навыки идентификации проблем и определения путей повышения доходности туризма, что является чрезвычайно актуальным для современного состояния отечественного туризма; -охарактеризовать направления повышения уровня делового администрирования в туризме путем формирования менеджеров новой формации,целенаправленного управления деловой карьерой; -представить современную концепцию управления жизненным циклом туристского продукта на основе маркетингового планирования. |

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

| | |
|--------------------|--|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.О |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: |
| 2.1.1 | Экономика туристского рынка (продвинутый уровень) |
| 2.1.2 | Формирование туристских кластеров в России |
| 2.1.3 | Технология создания и продвижения экскурсионных услуг |
| 2.1.4 | Менеджмент в профессиональной деятельности |
| 2.1.5 | Управление проектами |
| 2.1.6 | Туристский маркетинг |
| 2.1.7 | Технология туроператорской и турагентской деятельности |
| 2.1.8 | Культурное и природное наследие Горного Алтая |
| 2.2 | Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |
| 2.2.1 | Проектная практика |
| 2.2.2 | Технологии создания и продвижения регионального туристского продукта |
| 2.2.3 | Выполнение и защита выпускной квалификационной работы |
| 2.2.4 | Организационно-управленческая практика |
| 2.2.5 | Преддипломная практика |
| 2.2.6 | Оптимизация бизнес-процессов предприятий туристской индустрии |

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-2: Способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления

ИД-1.ОПК-2: Осуществляет стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления.

Знать:

- закономерности функционирования предприятий сферы туризма;
- теорию стратегического управления туристской деятельностью на микроуровне;

уметь:

- формулировать миссию и стратегические цели туристского предприятия;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду туристского предприятия для разработки стратегического плана;
- принимать управленческие решения по управлению туристской деятельностью на основе стратегического анализа внешней и внутренней среды.

владеть:

- методами стратегического управления туристской деятельностью на микроуровне путем организационных изменений.

ИД-2.ОПК-2: Использует основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления.

знать:

- сущность, принципы и этапы стратегического планирования;
- методы стратегического анализа, моделирования и планирования;
- виды и характеристики стратегии и стратегических альтернатив и порядок их разработки;
- основные показатели стратегического плана;
- особенности и содержание процесса реализации стратегии;

уметь:

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды; - определять и разрабатывать стратегические альтернативы; - рассчитывать и анализировать показатели стратегического плана туристского предприятия. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными методиками расчета и анализа показателей стратегического плана туристского предприятия. |
| ИД-3.ОПК-2: Осуществляет управление процессом организационной диагностики и организационного проектирования деятельности предприятий сферы туризма. |
| <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методологию организационной диагностики деятельностью предприятия сферы туризма; - методологию организационного проектирования стратегических изменений в деятельность предприятий сферы туризма. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять организационную диагностику деятельностью предприятия сферы туризма; - осуществлять организационное проектирование стратегических изменений в деятельность предприятий сферы туризма. <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами внедрения стратегических организационных изменений в деятельность предприятия сферы туризма. |
| ОПК-5: Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений |
| ИД-1.ОПК-5: Применяет технологии и методы стратегического анализа деятельности предприятий индустрии туризма |
| <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы стратегического анализа, моделирования и принятия управленческих решений по определению стратегических направлений развития регионального туризма; и туристских предприятий - понятие, особенности и методы планирования в туристской индустрии на региональном уровне и туристского предприятия; - основные этапы стратегического планирования развития туристской индустрии и туристского предприятия; - сущность, основные подходы и методы прогнозирования как этапа стратегического планирования развития туристской индустрии; - особенности программирования развития в туристской индустрии на региональном уровне; - сущность, методы, процесс стратегического планирования развития в туристской индустрии региона и на туристском предприятии; - особенности процесса реализации стратегического плана развития туристской индустрии и туристского предприятия. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных стратегических задач; - осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы. |
| ИД-2.ОПК-5: Обеспечивает обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма. |
| <p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закономерности функционирования современной индустрии туризма -экономические стратегии предприятий сферы туризма; <p>Умеет проводить обоснование, разработку экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризм;</p> <p>Владет: методами и способами внедрение экономических стратегий на предприятиях сферы туризма</p> |
| ИД-3.ОПК-5: Оценивает эффективность управленческих решений на различных уровнях управления туристской деятельностью. |
| <p>Знает методику оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям развития различных уровней управления туристской деятельностью.</p> <p>Умеет проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям развития различных уровней управления туристской деятельностью.</p> |

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетен-ции | Литература | Инте ракт. | Примечание |
|-------------|---|----------------|-------|--------------|------------|------------|------------|
|-------------|---|----------------|-------|--------------|------------|------------|------------|

| | | | | | | | |
|-----|---|---|-----|---|----------|---|--|
| | Раздел 1. Сущность стратегического планирования | | | | | | |
| 1.1 | Преимущества стратегического подхода к управлению сферой туризма на разных уровнях. Понятие стратегии. Разработка стратегии как задача определения направления развития предприятия и региональной индустрии. Отличительные черты стратегического управления, выделенные И. Ансоффом. Технология стратегического планирования. Эффективность стратегического планирования. Виды стратегического планирования. Туристский рынок как объект государственного регулирования и стратегического планирования /Лек/ | 3 | 0,5 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 ИД-3.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 1.2 | Образовательная технология: Практическая работа «Оценка туристского потенциала Республики Алтай». Информационная база для практической работы: 1. Стратегия социально-экономического развития Республики Алтай до 2035 г. 2. Государственные программы Республики Алтай по развитию внутреннего и въездного туризма. /Пр/ | 3 | 2 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 ИД-3.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 1.3 | 1. Сбор информации для практической работы. 2. Изучение теоретического материала. 3. Подготовка реферата 4. Доработка практических заданий /Ср/ | 3 | 6 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 ИД-3.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| | Раздел 2. Целеполагание как этап стратегического планирования | | | | | | |
| 2.1 | Формулирование миссии и стратегических целей. Значение миссии. Этапы целеполагания на региональном уровне и уровне предприятия. Требования к системе целей SMART. Система сбалансированных показателей BSC. Построение карты сбалансированных целей. /Лек/ | 3 | 1 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 2.2 | Подготовка проекта: стратегический план развития туристской фирмы: 1. Разработка миссии туристской фирмы 2. Построение карты сбалансированных целей по технологии BSC /Пр/ | 3 | 2 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|------|--|----------|---|--|
| 2.3 | 1. Изучение теоретического материала 2. Сбор информации о туристской фирме для разработки проекта: стратегический план развития туристской фирмы 3. Доработка проектного задания /Ср/ | 3 | 6 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| Раздел 3. Стратегический анализ | | | | | | | |
| 3.1 | Понятие внешней окружающей среды предприятия и территории. Анализ среды фирмы как важнейший этап стратегического управления. Способы наблюдения. Анализ макроокружения. PEST – анализ: политический, экономический, социокультурный, технологический. Анализ специфической (ближней) окружающей среды на уровне предприятия и территориального образования. Концепция стратегических групп. Понятие конкурентного преимущества. Детерминанты «национального ромба», формирующие конкурентную среду. Внутренняя среда и потенциал фирмы и территориального образования. Показатели эффективности использования ресурсов. Комплексный анализ внешней и внутренней среды организации. Методика SWOT-анализа. /Лек/ | 3 | 1 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 3.2 | Подготовка проекта: стратегический план развития туристской фирмы: 1. Проанализируйте туристскую индустрию республики Алтай 2. Проведите PEST-анализ 3. Постройте карту стратегических групп конкурентов 4. Проведите анализ конкуренции по модели "5 сил конкуренции" М. Портера 5. Проведите стратегическую сегментацию для рассматриваемой фирмы 6. Выделите факторы конкурентного успеха. 7. Проведите анализ внутренней среды рассматриваемой фирмы 8. Проведите SWOT-анализ /Пр/ | 3 | 4 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 3.3 | 1. Изучение теоретического материала 2. Сбор материала для анализа внешней среды фирмы 3. Доработка проектного задания /Ср/ | 3 | 11,7 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| Раздел 4. Методология стратегического планирования | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|---|--|----------|---|--|
| 4.1 | <p>Методы и методика стратегического планирования. Экспертные (оценочные) методы. Методы социально-экономического анализа. Методы прямых инженерно-экономических расчетов. Балансовые методы. Экономико-математические методы. Методы системного анализа и синтеза. Логика стратегического планирования. Определение и формулирование цели субъекта стратегического планирования. Анализ исходного уровня развития объекта стратегического планирования. Определение объема и структуры потребностей в обществе в планируемом периоде. Выявление объема и структуры ресурсов, имеющихся на начало планируемого периода. Согласование потребностей и ресурсов социально-экономических подсистем. Принципы стратегического планирования. Принцип обеспечения пропорциональности на основе выделения ведущих звеньев. Принцип единства и комплексности прогнозов. Принцип единства процессов разработки и обеспечения возможности реализации стратегических программ и планов. Система показателей стратегического планирования региона. /Лек/</p> | 3 | 1 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 4.2 | <p>Образовательная технология: ситуационное задание. Практические задания: 1. Изучите декомпозицию целей стратегического развития Республики Алтай. Опишите особенности декомпозиции цели региональных образований. 2. Прокомментируйте стратегическую задачу «Результативное управление территориями с учетом принципов «зеленой» экономики», укажите соответствующие целевые показатели на основе данных Минэкономразвития и имущественных отношений РА, Министерства природных ресурсов, экологии и туризма РА. Ответ оформить в виде эссе. При ответе нужно высказать свое мнение о выборе целевых показателей анализируемой стратегической задачи. Какие показатели, по вашему мнению, можно было бы исключить, а каких показателей недостает? /Пр/</p> | 3 | 2 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 4.3 | <p>1. Сбор информации для практической работы. 2. Доработка практического задания и оформление его в качестве контрольной работы. 3. Изучение теоретического материала. /Ср/</p> | 3 | 6 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| | Раздел 5. Стратегическое планирование развития в туристской индустрии региона | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|---|--|----------|---|--|
| 5.1 | Структура стратегического плана. Прогнозирование как этап стратегического планирования. Базовые сценарии развития. Основные требования к формированию сценариев. Механизм реализации выбранного сценария развития. Сценарный метод стратегического планирования. Плановые документы социально-экономического развития в туристской индустрии региона. Формирование функциональных стратегий. Маркетинговая стратегия. Административная стратегия. Бюджетная стратегия. Экологическая стратегия. Формирование стратегического плана. Формирование среднесрочного плана. Целевые показатели среднесрочного плана развития туристской индустрии в регионе. /Лек/ | 3 | 1 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 5.2 | 1. Практическая работа «Выявление основных тенденций в развитии туристской индустрии Республики Алтай». 2. Формулирование базовой стратегии и определение приоритетных направлений развития Информационная база: 1. Статистические данные по развитию туризма в Республике Алтай за последние 10 лет. 2. Аналитические материалы по развитию туризма в Республике Алтай Министерства природных ресурсов, экологии и туризма РА. /Пр/ | 3 | 4 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 5.3 | 1. Сбор информации для практической работы. 2. Изучение теоретического материала. 3. Доработка практического задания /Ср/ | 3 | 6 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| | Раздел 6. Стратегия фирмы, их сущность и классификация | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----|---|---|---|--|----------|---|--|
| 6.1 | <p>Ключевые характеристики эффективной стратегии.</p> <p>Классификационные признаки стратегии. Базовые стратегии: стратегия роста, стратегия сокращения, комбинированная стратегия.</p> <p>Направления стратегии роста: концентрированный, интегрированный, диверсифицированный. Стратегии достижения конкурентных преимуществ: стратегия минимизации издержек, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования стратегия инноваций, стратегия синергизма.</p> <p>Стратегия поведения в конкурентной среде: лидер рынка, позиция бросающего вызов рыночному окружению, позиция последователя, позиция знающего свое место на рынке. Отраслевые стратегии: стадии зарождения отрасли, стадии зрелости, стадии спада. Портфельные стратегии: модифицированная матрица бостонской консультационной группы, матрица Игоря Ансоффа.</p> <p>Функциональные стратегии: товарно-маркетинговая стратегия, стратегия управления персоналом, стратегия внешней экономической деятельности, стратегия научно-технического развития. /Лек/</p> | 3 | 1 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 6.2 | <p>Подготовка проекта: стратегический план развития туристской фирмы: 1. Разработайте базовую, отраслевую, конкурентную и портфельные стратегии для рассматриваемой фирмы /Пр/</p> | 3 | 2 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 6.3 | <p>1. Изучение теоретического материала</p> <p>2. Сбор материала для разработки базовой, отраслевой, конкурентной и портфельных стратегий</p> <p>3. Доработка проектного задания и оформление его как контрольной работы /Ср/</p> | 3 | 6 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 | Л2.1 | 0 | |
| | Раздел 7. Реализация стратегического плана развития | | | | | | |

| | | | | | | | |
|-----|--|---|-------|---|----------|---|--|
| 7.1 | Процесс реализации стратегии как единство двух составляющих: стратегических изменений и управления ими. Основные стадии процесса реализации стратегии. Составные элементы стратегического управления. Основные управленческие задачи на этапе реализации стратегии. Особенности управления стратегическими изменениями. Изменения в системе управления. Проектный метод управления реализацией стратегии. Стратегические изменения в туристской индустрии. Стратегический контроллинг как подсистема стратегического менеджмента. Характеристики стратегического и тактического контроллинга. Основные функции стратегического контроллинга. /Лек/ | 3 | 0,5 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 ИД-3.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 7.2 | Подготовка проекта: стратегический план развития туристской фирмы: 1. Разработайте стратегические альтернативы для рассматриваемой фирмы /Пр/ | 3 | 2 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 ИД-3.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 7.3 | 1. Сбор информации для практической работы. 2. Изучение теоретического материала. 3. Исследование процесса мониторинга и контроля реализации стратегического направления «Развитие туризма» Стратегии РА до 2035 г». 4. Доработка практического задания /Ср/ | 3 | 6 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 ИД-3.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| | Раздел 8. Консультации | | | | | | |
| 8.1 | Консультация по дисциплине /Конс/ | 3 | 0,3 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 ИД-3.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| | Раздел 9. Промежуточная аттестация (экзамен) | | | | | | |
| 9.1 | Подготовка к экзамену /Экзамен/ | 3 | 34,75 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 ИД-3.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |

| | | | | | | | |
|-----|----------------------------|---|------|---|----------|---|--|
| 9.2 | Контроль СР /КСРАтт/ | 3 | 0,25 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 ИД-3.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |
| 9.3 | Контактная работа /КонсЭк/ | 3 | 1 | ИД-1.ОПК-2 ИД-2.ОПК-2 ИД-3.ОПК-2 ИД-1.ОПК-5 ИД-2.ОПК-5 ИД-3.ОПК-5 | Л1.1Л2.1 | 0 | |

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Пояснительная записка

1. Назначение фонда оценочных средств. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу дисциплины «Стратегическое планирование на разных уровнях управления сферой туризма».

2. Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего и промежуточного контроля в форме примерных тестовых заданий, проекта (контрольной работы), вопросов к экзамену, примерных экзаменационных билетов.

3. Проверка и оценка результатов выполнения заданий

Оценка по курсу выставляется в 4-х балльной шкале:

- «отлично», 5 выставляется в случае, если студент набрал в среднем более 90 % по выполненным заданиям, повышенный уровень сформированности компетенции;
- «хорошо», 4 – если студент набрал в среднем 76-90 % по выполненным заданиям, пороговый уровень сформированности компетенции;
- «удовлетворительно», 3 – если студент набрал в среднем более 60 до 75 % по выполненным заданиям, пороговый уровень сформированности компетенции;
- «неудовлетворительно», 2 – если студент набрал в среднем 60 и менее % по выполненным заданиям, компетенция не сформирована.

5.2. Оценочные средства для текущего контроля

Примерные тестовые задания для текущей аттестации

1. Дайте определение миссии организации:
 - а. Миссия - это ответ на вопрос: “Каким является наш бизнес, и что мы хотим сделать для наших потребителей?”;
 - б. Миссия – результаты, которые будут достигнуты либо в ближайшие три-пять лет, либо постоянно из года в год;
 - в. Миссия – это цель, которую руководство устанавливает для финансовой деятельности организации;
 - г. Миссия – это обособленное подразделение организации, находящееся вне ее местонахождения и защищающее интересы фирмы.
2. Для каких предприятий нецелесообразно разрабатывать стратегические планы:
 - а. Для малых предприятий;
 - б. Для государственных предприятий;
 - в. Для предприятий-монополистов;
 - г. Стратегические планы разрабатываются для любого предприятия.
3. Какой из перечисленных методов применяется при оценке внутренней среды фирмы:
 - а. Модель “Пяти сил конкуренции”;
 - б. Анализ движущих сил отрасли;
 - в. Матрица Бостонской консультационной группы;
 - г. Матрица стратегических ресурсов фирмы.
4. Какими принципами необходимо руководствоваться при разработке стратегического плана:
 - а. Принцип результативности;
 - б. Принцип измеряемости цели;
 - в. Принцип ресурсной обеспеченности;
 - г. Принцип авторитарности.
5. Какой из перечисленных методов применяется для оценки внешней среды фирмы:
 - а. Матрица стратегических ресурсов фирмы;
 - б. Модель “Пяти сил конкуренции”;
 - в. SWOT-анализ;
 - г. Нет правильного ответа

6. При какой структуре рынка конкуренция более сильная:
- При монополии;
 - При монополистической конкуренции;
 - При совершенной конкуренции;
 - При олигополии.
7. Перечислите основные функциональные стратегии фирмы с позиции российских ученых:
- Стратегия ценообразования, стратегия взаимодействия фирмы с рынками производственных ресурсов, стратегия внешнеэкономической деятельности, стратегия снижения производственных издержек, стратегия инвестиционной деятельности, стратегия стимулирования персонала, стратегия предотвращения несостоятельности фирмы;
 - Административная стратегия, стратегия диверсификации, продуктовая стратегия, финансовая стратегия;
 - Стратегия маркетинга, стратегия производства, финансовая стратегия, стратегия организационных изменений, стратегия НИОКР, экологическая стратегия;
 - Стратегия диверсификации, стратегия интеграции, стратегия снижения производственных издержек.
8. Какой из факторов не относится к ближней внешней среде фирмы:
- Конкуренты;
 - Поставщики;
 - Товары-заменители;
 - Контактные аудитории.
9. Назовите основные методы стратегического планирования:
- Сценарное планирование и финансовый анализ;
 - Сценарное планирование и экспертные оценки;
 - Сценарное планирование и экстраполяция;
 - Экспертные оценки и экстраполяция.
10. Сильные и слабые стороны характеризуют:
- Внутреннюю среду предприятия;
 - Внешнюю среду предприятия;
 - Конкурентов;
 - Поставщиков.
11. Что является существом базовой стратегии производства:
- Определение баланса между оборудованием, рабочей силой и выпускаемой продукцией;
 - Определение и координация решений, связанных с созданием нового продукта и технологией производства;
 - Опережающий учет проблем, которые могут возникнуть у предприятия в связи с переходом на новые виды продукции, ростом объема, производства, и т.д.;
 - Нет правильного ответа.
12. Определенный сегмент внешнего окружения, на который фирма имеет или хочет иметь выход, называется:
- Стратегический хозяйственный центр;
 - Стратегическая зона хозяйствования;
 - Зона стратегических ресурсов;
 - Группы стратегического влияния.
13. Какие из факторов относятся к ближней внешней среде фирмы:
- Потребители, поставщики, новые конкуренты, товары-заменители;
 - Поставщики, покупатели, товары-заменители, конкуренты;
 - Поставщики, потребители, конкуренты, контактные аудитории;
 - Конкуренты, потребители, поставщики, товары-заменители.
14. В чем заключается коренное отличие стратегического планирования от традиционной системы долгосрочного планирования:
- Ориентация на отдаленную перспективу (более 5 лет);
 - Учет факторов внешнего окружения;
 - Учет только факторов внутренней среды;
 - Применение методов экстраполяции.
15. К какому типу базовых стратегий относятся такие стратегические альтернативы, как перестройка системы управления, финансовая перестройка, перестройка маркетинга:
- Стратегия выживания;
 - Стратегия стабилизации;
 - Стратегия роста;
 - К любой стратегии.
16. Какие из приведенных определений соответствуют понятию «стратегическое планирование»? Укажите все верные ответы:
- Это комплекс решений и действий по разработке стратегии, необходимых для достижения целей фирмы;
 - Это процесс разработки стратегии фирмы с конкретизацией в форме стратегического плана на длительный период времени;
 - Это комплексный план мероприятий, включающий проектирование, строительство, приобретение технологий, оборудования, подготовку кадров и т.д., направленный на создание нового и модернизацию действующего производства товаров с целью получения экономической выгоды;
 - Это стратегия обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ действующего хозяйственного подразделения.
17. Какие из приведенных ниже высказываний верны? Укажите все верные ответы:
- Стратегическое планирование – инструмент управления планами, а стратегический менеджмент –

организационный инструмент;

- б. Стратегический менеджмент сфокусирован на принятии оптимальных стратегических решений, а стратегическое планирование связано с достижением стратегических результатов;
- в. Стратегическое планирование – организационный инструмент, стратегический менеджмент – аналитический процесс.
- г. Стратегическое планирование более узкое понятие, чем стратегический менеджмент;
- д. В стратегическом планировании используются экономические и технологические переменные, а в стратегическом менеджменте, кроме этого, учитываются психологические, социологические и политические факторы.

18. Какие основные элементы составляют процесс стратегического менеджмента? Укажите все верные ответы:

- а. Формирование целей и задач предприятия;
- б. Стратегический контроль и регулирование;
- в. Реализация стратегии.

19. Выделите характерные черты стратегического планирования. Укажите все верные ответы:

- а. Служит основой для любого другого планирования;
- б. Предусматривает альтернативные действия на долгосрочный период;
- в. Не обуславливает изучение внешней и внутренней среды хозяйствования;
- г. Содержит совокупность глобальных идей развития фирмы;
- д. Устремлен на краткосрочную перспективу.

20. Каковы составные элементы процесса стратегического планирования? Укажите все верные ответы:

- а. Анализ видов стратегии;
- б. Определение миссии предприятия;
- в. Анализ и оценка внешней и внутренней среды организации;
- г. Формирование целей и задач предприятия;
- д. Составление стратегического плана.

21. В каком разделе стратегического плана рассматриваются вопросы планирования себестоимости, доходов, прибыли, рентабельности:

- а. Стратегический организационный план;
- б. Стратегический план производства;
- в. Базовая стратегия;
- г. Стратегический финансовый план.

22. Выберите два основных процесса реализации стратегии:

- а. Управление персоналом;
- б. Стратегическое управление реализацией стратегического плана;
- в. Оперативное управление реализацией стратегии;
- г. Выполнение основных функций управления реализацией стратегии;
- д. Проведение стратегических изменений в организации.

23. По каким уровням проводится оценка реализации стратегии? Укажите все верные ответы:

- а. Степень достижения поставленных целей;
- б. Эффективность реализации отдельных стратегических программ;
- в. Степень соответствия поставленных стратегических целей интересам стейкхолдеров.

24. Каковы основные функции управления реализацией стратегии? Укажите все верные ответы:

- а. Разработка базовой стратегии;
- б. Стратегический контроль;
- в. Мотивация персонала на осуществление стратегии;
- г. Разработка стратегической программы или плана;
- д. Анализ стратегий.

25. Каковы основные области стратегических изменений при реализации стратегии? Укажите все верные ответы:

- а. Структура организации;
- б. Стиль управления;
- в. Персонал;
- г. Системы;
- д. Культура.

26. Что из перечисленного относится к основным функциям стратегического контроллинга? Укажите все верные ответы:

- а. Мониторинг системы стратегических индикаторов;
- б. Планирование стратегии;
- в. Координация всех этапов стратегического управления;
- г. Контроль процесса реализации общей стратегии;
- д. Мотивация персонала на реализацию стратегии.

27. Регион, использующий стратегическое управление при управлении сферой туризма, планирует свою деятельность исходя из того, что:

- а. Окружение не будет изменяться;
- б. В окружении не будет происходить качественных изменений;
- в. В окружении будут постоянно происходить изменения

28. Стратегическое планирование – это:

- а. Среднесрочное планирование;
- б. Долгосрочное планирование;
- в. Прогноз возможного будущего.

29. Выделите структурные элементы логики стратегического планирования:

- а. Формулирование цели;
 - б. Моделирование возможных процедур принятия управленческих решений;
 - в. Анализ исходного уровня развития национальной экономики;
 - г. Определение объема и структуры потребностей общества;
 - д. Согласование лидерами ведущих партий распределения стратегически важных ресурсов.
30. Результат, который достигается за вполне определенное время называется:
- а. Миссией;
 - б. Идеалом;
 - в. Целью;
 - г. Задачей.
31. Стратегическое планирование ориентировано на:
- а. Планирование идеала;
 - б. Планирование целей;
 - в. Планирование задач;
 - г. Нет правильного ответа.
32. Стратегическая позиция региона, заключающаяся в использовании известных возможностей и реагировании на известные риски, называется:
- а. Приспособлением;
 - б. Активным формированием рынка;
 - в. Сохранением права действовать;
 - г. Нет правильного ответа.
33. Стратегическая позиция региона, заключающаяся в изменении окружающей среды в интересах региона, называется:
- а. Приспособлением;
 - б. Активным формированием рынка;
 - в. Сохранением права действовать;
 - г. Нет правильного ответа.
34. Стратегическая позиция региона, заключающаяся в совершении только тех действий, которые позволяют в дальнейшем сохранить возможности развития, называется:
- а. Приспособлением;
 - б. Активным формированием рынка;
 - в. Сохранением права действовать;
 - г. Нет правильного ответа.
35. Основным источником мониторинга текущего состояния туристской отрасли являются:
- а. Результаты опроса;
 - б. Материалы общественных приемных;
 - в. Материалы конференций;
 - г. Решения Ассоциации туристских организаций;
 - д. Материалы органов власти о реализации государственных программ.
36. Структурно-функциональный анализ позволяет изучить:
- а. Уровень развития малого бизнеса в туристской сфере региона;
 - б. Динамику развития туристской сферы региона;
 - в. Инвестиционную активность в сфере туризма;
 - г. Уровень жизни населения.
37. Прогнозный документ «Стратегический план» включает в себя:
- а. Стратегические цели и задачи;
 - б. Соглашение гражданского общества, бизнеса и власти;
 - в. Сценарии развития;
 - г. Нормативные документы;
 - д. Бюджет муниципалитета.
38. Основными источниками мониторинга текущего состояния развития регионального туризма являются:
- а. Данные госстатистики;
 - б. Материалы налоговых органов;
 - в. Данные предприятий;
 - г. Информация органа, регулирующего развитие туризма в регионе.
39. Внешняя макросреда туристской территории включает в себя:
- а. Законодательные факторы; политические факторы; экономические факторы; социально-демографические и культурные факторы; технологические факторы.
 - б. Потребители (туристы); другие туристские территории, которые являются конкурентами в борьбе за привлечение потребителей на свою территорию; головные туристские организации и учреждения, филиалы и структурные подразделения которых осуществляют свою деятельность на территории; вышестоящие органы власти.
 - в. Комплекс ресурсов для развития туризма: природно-климатические, культурно-исторические, технологические (инфраструктурные ресурсы хозяйственного и нехозяйственного назначения), социальные ресурсы; параметры социально-экономического состояния туристской индустрии (уровень развития туристской индустрии, качество туристского продукта); органы законодательной и исполнительной власти, регулирующие туристскую индустрию на территории.
40. Каким требованиям должна отвечать система планирования:
- а. Непрерывности;
 - б. Субсидиарности;
 - в. Демократического централизма;

- г. Комплексности;
 - д. Адаптивности;
 - е. Корруптированности
41. Внешняя микросреда туристской территории включает в себя:
- а. Законодательные факторы; политические факторы; экономические факторы; социально-демографические и культурные факторы; технологические факторы.
 - б. Потребители (туристы); другие туристские территории, которые являются конкурентами в борьбе за привлечение потребителей на свою территорию; головные туристские организации и учреждения, филиалы и структурные подразделения которых осуществляют свою деятельность на территории; вышестоящие органы власти.
 - в. Комплекс ресурсов для развития туризма: природно-климатические, культурно-исторические, технологические (инфраструктурные ресурсы хозяйственного и нехозяйственного назначения), социальные ресурсы; параметры социально-экономического состояния туристской индустрии (уровень развития туристской индустрии, качество туристского продукта); органы законодательной и исполнительной власти, регулирующие туристскую индустрию на территории.
17. Внутренняя среда туристской территории включает в себя:
- а. Законодательные факторы; политические факторы; экономические факторы; социально-демографические и культурные факторы; технологические факторы.
 - б. Потребители (туристы); другие туристские территории, которые являются конкурентами в борьбе за привлечение потребителей на свою территорию; головные туристские организации и учреждения, филиалы и структурные подразделения которых осуществляют свою деятельность на территории; вышестоящие органы власти.
 - в. Комплекс ресурсов для развития туризма: природно-климатические, культурно-исторические, технологические (инфраструктурные ресурсы хозяйственного и нехозяйственного назначения), социальные ресурсы; параметры социально-экономического состояния туристской индустрии (уровень развития туристской индустрии, качество туристского продукта); органы законодательной и исполнительной власти, регулирующие туристскую индустрию на территории.
18. Конкурентоспособность социально-экономической системы – это:
- а. Сравнительное преимущество по отношению к другим социально-экономическим системам внутри страны и за ее пределами
 - б. Позиция социально-экономической системы в конкуренции
 - в. Продуктивность использования ресурсов
 - г. Способность социально-экономической системы вести конкурентную борьбу
19. Сильные и слабые стороны характеризуют:
- а. Внутреннюю среду социально-экономической системы
 - б. Микросреду социально-экономической системы
 - в. Макросреду социально-экономической системы.
20. Что подразумевается под анализом среды социально-экономической системы:
- а. Процесс определения критически важных элементов внешней и внутренней среды, которые могут оказать влияние на способности социально-экономической системы в достижении своих целей
 - б. Анализ сильных и слабых сторон социально-экономической системы, оценка ее возможностей и потенциальных угроз
 - в. Исследование рынка с целью прогнозирования его параметров для разработки стратегии социально-экономической системы
 - г. Средство преобразования базы данных, полученных в результате анализа среды социально-экономической системы, в стратегический план.
21. Какая из характеристик сценарного планирования как элемента системы стратегического планирования является наиболее точной:
- а. Сценарное планирование - это процесс разработки многовариантных прогнозов развития внешней среды социально-экономической системы на заданную стратегическую перспективу
 - б. Сценарное планирование - это процесс разработки не более четырех существенно различных сценариев развития социально-экономической системы, в которых представляется информация, необходимая для принятия правильного решения по всем ключевым вопросам стратегии развития социально-экономической системы на заданную перспективу;
 - в. Сценарное планирование - это процесс разработки одновариантных прогнозов развития внешней среды социально-экономической системы на заданную стратегическую перспективу;
 - г. Сценарное планирование - это деятельность, связанная с получением качественной информации о возможных вариантах развития внешней среды социально-экономической системы и с принятием решений по соответствующим стратегическим вопросам.
22. К внешней микросреде туристской территории не относят:
- а. Потребители (туристы)
 - б. Другие туристские территории, которые являются конкурентами в борьбе за привлечение потребителей на свою территорию
 - в. Головные туристские организации и учреждения, филиалы и структурные подразделения которых осуществляют свою деятельность на территории
 - г. Вышестоящие органы власти
 - д. Социально-демографические и культурные факторы.
23. Выделение сильных сторон; выделение слабых сторон; анализ стратегических возможностей; выделение рыночных угроз; поиск положительной синергии – это:
- а. PEST-анализ
 - б. SWOT-анализ
 - в. STEP-анализ
 - г. ABC-анализ
24. Что относится к сильной стороне туристского потенциала Республики Алтай:

- а. Туристские поток в республику составляет 2 млн. человек
 - б. Республика обладает богатым природно-климатическим и культурно-историческим потенциалом
 - в. В Российской Федерации реализуется программа стимулирования внутреннего туризма, предусматривающая государственную субсидию (кэшбэк) на покупку туров и гостиничных услуг по России
 - г. В республике Алтай слабо развит придорожный сервис.
25. При разработке стратегий:
- а. Нецелесообразно использовать предшествующие результаты деятельности
 - б. Целесообразно использовать предшествующие результаты деятельности
 - в. Использование предшествующих результатов деятельности зависит от структуры отрасли
 - г. Использование предшествующих результатов зависит от руководства социально-экономической системы.
26. Основным документом, регулирующим развитие туризма в Республике Алтай, является:
- а. Государственная программа Республики Алтай «Развитие внутреннего и въездного туризма»
 - б. Стратегия развития туризма Республики Алтай
 - в. Мастер-план развития туризма в Республике Алтай
 - г. Концепция развития туризма в Республике Алтай.

Критерии оценки:

- 91-100 повышенный уровень сформированности компетенции
- 76-90 повышенный уровень сформированности компетенции
- 60-75 пороговый уровень сформированности компетенции
- 0-59 уровень не сформирован

Практические задания:

1. Оценка туристского потенциала Республики Алтай.
2. Декомпозиция целей стратегического развития Республики Алтай и вклад в ее формирования туристкой индустрии РА.
3. Выявление основных тенденций в развитии туристской индустрии Республики Алтай».

Критерии оценки ситуационного задания:

Ситуационное задание выполнено в полном объеме и правильно. При выполнении задания студент использовал конспекты лекции, основную и дополнительную литературу. Студент выполнил задание самостоятельно.

Ситуационное задание выполнено в полном объеме, но есть отдельные замечания по содержанию задания. При выполнении задания студент использовал конспекты лекции, основную и дополнительную литературу. Студент выполнил задание самостоятельно. «хорошо» (76-90%), пороговый уровень

Ситуационное задание выполнено не в полном объеме и есть замечания по содержанию. При выполнении задания студент использовал конспекты лекции, основную литературу. Студент выполнил задание самостоятельно.

«удовлетворительно» (61-75%), пороговый уровень

Ситуационное задание выполнено не в полном объеме и с ошибками. Сложно оценить самостоятельность выполнения задания. «неудовлетворительно» (менее 61%), уровень не сформирован

Проект

На каждом семинаре студенты разрабатывают соответствующий раздел стратегического плана развития туристской фирмы. Для этого студенты делятся на малые группы и разрабатывают стратегию развития предприятия по следующему алгоритму:

Структура стратегического плана:

1. Миссия и карта сбалансированных целей по технологии BSC.
2. PEST-анализ макросреды
3. Карта стратегических групп конкурентов
4. Анализ конкуренции по модели "5 сил конкуренции" М. Портера
5. Факторы конкурентного успеха.
5. Анализ внутренней среды рассматриваемой фирмы
6. SWOT-анализ
7. Прогноз основных показателей туристского рынка Республики Алтай
8. Базовая, отраслевые, конкурентные и портфельные стратегии фирмы
9. Стратегическая сегментация
10. Стратегические альтернативы
11. Функциональные стратегии
12. Дорожная карта для внедрения стратегии
13. Меры для снижения организационного сопротивления.

Критерии Оценка (баллы по МРС), уровень

Выполнены все требования к написанию и защите проекта: обозначена проблема и обоснована её актуальность.

Разработаны все разделы проекта, прогнозы обоснованы, расчет показателей верен. Оформление проекта соответствует требованиям. При защите даны исчерпывающие ответы. «отлично» (91-100 %), повышенный уровень

Основные требования к проекту и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в прогнозировании отдельных показателей; отсутствует логическая последовательность в суждениях о направлениях стратегического развития. Имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны

неполные ответы. «хорошо» (76-90 %), пороговый уровень
 Имеются существенные отступления от требований к проекту. В частности: отдельные разделы проекта освещены лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании проекта или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод. «удовлетворительно» (61-75 %), пороговый уровень
 Тема проекта не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. «неудовлетворительно» (до 61 %), уровень не сформирован

5.3. Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Темы рефератов:

1. Развитие стратегического планирования в России
2. Стратегия развития туризма РФ до 2035 года
3. Взаимосвязь стратегического планирования с другими компонентами стратегического управления социально-экономическими процессами туристской индустрии
4. Реализация национальных проектов в Республике Алтай и их влияние на развитие регионального туризма.
5. Взаимосвязь федеральных, региональных и муниципальных планов и программ развития туризма.
6. Национальный проект "Туризм и индустрия гостеприимства"

Критерии оценки рефератов:

Знания и умения на уровне установленных компетенций дисциплины, знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей До 20%

Характеристика реализации цели и задач исследования: новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов. До 20%

Степень обоснованности аргументов и обобщений: полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению. До 30%

Качество и ценность полученных результатов: степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов. До 20%

Оформление работы: работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат; соблюдение лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка; оформление текста с полным соблюдением правил русской орфографии и пунктуации; соответствие формальным требованиям. До 10%.

5.4. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену:

1. Туристский рынок как объект государственного регулирования и стратегического планирования.
2. Методы стратегического планирования в туристской индустрии
3. Принципы стратегического планирования в туристской индустрии.
4. Оценка туристского потенциала территории.
5. Основные этапы стратегического планирования на микро и макроуровне.
6. Целеполагание как этап стратегического планирования.
7. Организация прогнозно-плановой работы на федеральном и региональном уровнях.
8. Прогнозирование как этап стратегического планирования развития туристской индустрии.
9. Государственная программа «Развитие въездного и внутреннего туризма в Республике Алтай».
10. Национальный проект Туризм и индустрия гостеприимства.
11. Основные требования к формированию сценариев.
12. Базовые сценарии развития.
13. Сценарный метод стратегического планирования
14. Плановые документы социально-экономического развития туристской индустрии в регионе
15. Маркетинговая стратегия на уровне территории
16. Административная стратегия.
17. Бюджетная стратегия.
18. Экологическая стратегия\ на уровне территории
19. Формирование стратегического плана. Целевые показатели.
20. Процесс реализации стратегии как единство двух составляющих: стратегических изменений и управления ими.
21. Стратегические изменения.
22. Основные стадии процесса реализации стратегии. Составные элементы стратегического управления.
23. Основные управленческие задачи на этапе реализации стратегии.
24. Особенности управления стратегическими изменениями.
25. Проектный метод управления реализацией стратегии.
26. Стратегические изменения в туристской индустрии.
27. Стратегический контроллинг как подсистема стратегического планирования.
28. Формулирование миссии компании
29. Формулирование целей компании
30. Понятие стратегии
31. Понятие внешней окружающей среды
32. Анализ макросреды

33. Анализ микросреды на уровне предприятия и уровне территориального образования
34. Внутренняя среда и потенциал фирмы
35. Внутренняя среда и потенциал территориального образования
36. Анализ эффективности использования стратегических ресурсов
37. Классификация стратегий
38. Базовые стратегии и стратегии достижения конкурентных преимуществ
39. Стратегия поведения в конкурентной среде
40. Отраслевые стратегии
41. Портфельные стратегии
42. Функциональные стратегии
43. Стратегические зоны хозяйствования и стратегические хозяйственные центры
44. Матрица БКГ и ее модификации
45. Модель стратегического планирования Стейнера
46. Концепция «стратегических групп конкурентов»
47. Модель стратегического планирования Гарвардской школы бизнеса
48. Содержание стратегического планирования с позиции российских ученых
49. Сценарное планирование
50. Экспертный метод стратегического планирования
51. Стратегия роста
52. Стратегия стабилизации и выживания
53. Стратегия маркетинга на уровне предприятия
54. Стратегия ценообразования
55. Финансовая стратегия
56. Стратегия НИОКР
57. Стратегия организации производства
58. Экологическая стратегия на уровне предприятия
59. Стратегия организационных изменений
60. Основная модель управленческой реакции на неожиданные изменения
61. Модель стратегического планирования И. Ансоффа
62. Факторы, оказывающие влияние на силу конкурентной борьбы
63. Движущие силы рынка и суть их действия
64. Детерминанты «национального ромба»

Критерии оценки

91-100 «отлично», повышенный уровень Студент показал прочные знания основных теоретических положений учебной дисциплины. При ответе на вопросы студент показал умение логически рассуждать, самостоятельно делать выводы. Были приведены примеры из практики. При подготовке к зачету были использованы конспекты лекции, основная и дополнительная литература.

76-90 «хорошо», пороговый уровень Студент показал прочные знания основных положений учебной дисциплины. При ответе на вопросы студент показал умение логически рассуждать, самостоятельно делать выводы. Были приведены частично примеры из практики. При подготовке к зачету были использованы конспекты лекции, основная литература.

61-75 «удовлетворительно», пороговый уровень Студент показал знание основных положений учебной дисциплины. При ответе на вопросы студент частично показал умение логически рассуждать, делать выводы с помощью преподавателя. Не были приведены примеры из практики. При подготовке к зачету были использованы в основном конспекты лекции.

Менее 61 «не удовлетворительно», уровень не сформирован При ответе студента выявились существенные пробелы в знаниях студента основных положений учебной дисциплины. При ответе на вопросы студент не показал умение логически рассуждать, самостоятельно делать выводы. Не были приведены примеры из практики.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Эл. адрес |
|------|------------------------------|--|----------------------------------|---|
| Л1.1 | Шодоев И.Н., Шодоева Л.М. | Стратегическое планирование: учебное пособие для студентов ЭЮФ | Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2015 | http://elib.gasu.ru/index.php?option=com_aobook&view=book&id=59:strategicheskoe-planirovanie&catid=28:economic&Itemid=181 |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Эл. адрес |
|--|---------------------|----------|-------------------|-----------|
|--|---------------------|----------|-------------------|-----------|

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год | Эл. адрес |
|------|--|--|---|---|
| Л2.1 | Ушакова О.А., Иневатова О.А., Дедеева С.А. | Стратегическое планирование: учебное пособие | Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2015 | http://www.iprbookshop.ru/54161.html |

6.3.1 Перечень программного обеспечения

| | |
|---------|---|
| 6.3.1.1 | Kaspersky Endpoint Security для бизнеса СТАНДАРТНЫЙ |
| 6.3.1.2 | MS Office |
| 6.3.1.3 | Яндекс.Браузер |
| 6.3.1.4 | MS WINDOWS |
| 6.3.1.5 | NVDA |
| 6.3.1.6 | РЕД ОС |

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

| | |
|---------|---|
| 6.3.2.1 | Электронно-библиотечная система IPRbooks |
| 6.3.2.2 | База данных «Электронная библиотека Горно-Алтайского государственного университета» |
| 6.3.2.3 | Гарант |
| 6.3.2.4 | КонсультантПлюс |

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

| | | |
|--|----------------------|--|
| | ситуационное задание | |
| | проблемная лекция | |
| | метод проектов | |

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Номер аудитории | Назначение | Основное оснащение |
|-----------------|---|---|
| 317 А2 | Компьютерный класс, класс деловых игр, центр (класс) деловых игр, класс имитации деятельности предприятия, лаборатория имитации деятельности предприятия, учебно-тренинговый центр (лаборатория), лаборатория информационно-коммуникативных технологий. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы | Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Интерактивная доска с проектором, экран, подключение к интернету, ученическая доска, презентационная трибуна |
| 221 А1 | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы | Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Интерактивная доска с проектором, компьютер, телевизор, подключение к интернету, ученическая доска, презентационная трибуна, стенды демонстрационные, стулья, усилительные колонки |

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа призвана способствовать развитию у студентов творческих навыков, инициативы, умению организовать свое время. При выполнении плана самостоятельной работы студенту необходимо изучить теоретический материал, представленный в рекомендуемой литературе, творчески его переработать и представить его для отчета. Работа студента должна быть полной, раскрывающей уровень освоения студентом той или иной темы и грамотно оформленной, показывающей творческий и инициативный подход студента к выполнению задания.

В плане предусмотрены следующие виды самостоятельной работы:

- подготовка к практическим занятиям и изучение теоретического материала. Такая подготовка предусматривает самостоятельное изучение по теме, содержание которой представлено в рабочей программе дисциплины;
- подготовка к зачету предусматривает самостоятельную подготовку студента по вопросам, которые представлены в рабочей программе дисциплины;
- выполнение практических заданий и оформление их в контрольную работу.

1 Рекомендации по выполнению плана самостоятельной работы

Самостоятельная работа – это планируемая учебная и научная работа студентов, выполняемая по заданию преподавателя и под его методическим

руководством, но без его непосредственного участия. Содержание самостоятельной работы студентов определяется концепцией учебной

дисциплины, ее учебно-методическим обеспечением. На первом занятии производится ознакомление студентов с формой занятий по изучаемому курсу, видах самостоятельной работы и о системе их оценки.

Условно самостоятельную работу студентов можно разделить на обязательную и контролируруемую. Обязательная самостоятельная работа обеспечивают подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и качественном уровне выполненных письменных работ и др. форм текущего контроля. Оценки, полученные студентом по результатам аудиторной работы, формируют рейтинговую оценку текущей успеваемости студента по дисциплине.

Контролируемая самостоятельная работа направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по

проблематике учебной дисциплины. Подведение итогов и оценка результатов таких форм самостоятельной работы осуществляется во время контактных часов с преподавателем.

В ходе выполнения заданий студентом должны быть решены следующие задачи:

- углублённое знакомство с предметом исследования;
- овладение навыками работы с учебной литературой, законодательными и нормативными документами;
- выработка умения анализировать и обобщать теоретический и практический материал, использовать результаты анализа для подведения обоснованных выводов и принятия управленческих решений. Прежде чем приступить к выполнению самостоятельной работы, студент должен ознакомиться с содержанием рабочей программы. Это необходимо для того, чтобы осмыслить суть предлагаемых работ и круг вопросов, которые предстоит освоить, а также определить место и значимость самостоятельных заданий в общей структуре программы курса «Стратегическое планирование на разных уровнях управления сферой туризма».

Структура проекта:

1. Миссия и карта сбалансированных целей по технологии BSC.
2. PEST-анализ макросреды
3. Карта стратегических групп конкурентов
4. Анализ конкуренции по модели "5 сил конкуренции" М. Портера
5. Факторы конкурентного успеха.
5. Анализ внутренней среды рассматриваемой фирмы
6. SWOT-анализ
7. Прогноз основных показателей туристского рынка Республики Алтай
8. Базовая, отраслевые, конкурентные и портфельные стратегии фирмы
9. Стратегическая сегментация
10. Стратегические альтернативы
11. Функциональные стратегии
12. Дорожная карта для внедрения стратегии
13. Меры для снижения организационного сопротивления.

Выполненный проект по конкретному предприятию сферы туризма является допуском до сдачи экзамена.

На основе лекций, практических занятий, и самостоятельной работы по курсу студент должен изучить и показать знания в этой области. На экзамене студент должен продемонстрировать закрепленные им знания.