

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

Кафедра «Философия и культурология»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор



И.В. Макурин

2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины «Ценообразование в туризме»

основной профессиональной образовательной
программы бакалавров
по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм»
профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Форма обучения
Технология обучения

очная
традиционная

Комсомольск-на-Амуре 2018

Автор рабочей программы
Заведующий кафедрой, Доктор педаго-
гических наук, Доцент

 О.А. Булашенко
«09» 01 2018 г.

СОГЛАСОВАНО

Директор библиотеки

 И.А. Романовская
«09» 01 2018 г.

Заведующий кафедрой «Сервис и тор-
говое дело», доктор педагогических
наук, доцент

 О.А. Булашенко
«09» 01 2018 г.

Заведующий выпускающей кафедрой
«Сервис и торговое дело», доктор пе-
дагогических наук, доцент

 О.А. Булашенко
«09» 01 2018 г.

Декан факультета экономики и ме-
неджмента, кандидат экономических
наук, доцент

 Е.А. Вахрушева
«09» 01 2018 г.

Начальник учебно-методического
управления

 Е.Е. Поздеева
«10» 01 2018 г.

1 Общие положения

Рабочая программа дисциплины «Ценообразование в туризме» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 516 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» по направлению 43.03.02 "Туризм".

Задачи дисциплины	- знание функций и системы цен на туристические услуги; - знание структуры цены и методов ценообразования в индустрии туризма и гостеприимства; - умение рассчитывать цену туристических услуг; - умение проводить факторный анализ динамики цены; - навыки подготовки аналитического заключения по результатам анализа.
Основные разделы / темы дисциплины	Раздел 1. Цена как экономическая категория. Раздел 2. Основы формирования цены. Раздел 3. Методы ценообразования. Раздел 4. Факторы, влияющие на динамику цен.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины «Ценообразование в туризме» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике, методы личного экономического и финансового планирования, основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами УК-9.2 Умеет анализировать информацию для принятия обоснованных экономических решений, применять экономические знания при выполнении практических задач УК-9.3 Владеет способностью использовать основные положения	-знать основные экономические категории и механизмы функционирования современной экономики, - уметь применять экономические категории и закономерности для оценки социально-экономических явлений, формулировать задачи и ожидаемые результаты, - владеть навыками применения методов и приемов анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных экономических моделей.

	и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач	
Общепрофессиональные		
ОПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ОПК-5.1 Знает экономические основы функционирования и основные показатели эффективности деятельности предприятий туристической индустрии ОПК-5.2 Умеет анализировать, делать выводы и принимать решения, направленные на повышение экономической эффективности деятельности предприятий туристической индустрии ОПК-5.3 Владеет навыками расчетов показателей эффективности деятельности предприятий с помощью стандартных методик	- знать сущность, факторы, этапы, стратегии и методы ценообразования в сфере туристических услуг; - уметь применять принципы и инструменты современного ценообразования для организации эффективной работы турфирмы; - владеть приемами и технологией ценовой стратегии компании; - владеть современными методиками и подходами к формированию цены организации в соответствии с ее целями и задачами.
Профессиональные		
-	-	-

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Ценообразование в туризме» изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к обязательной части Дисциплины по выбору Б1.О.ДВ.02.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, навыки и опыт практической деятельности, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Экономика», «Экономика туристической отрасли».

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Ценообразование в туризме», будут востребованы при изучении последующих дисциплин: «Статистика», «Управление рисками в туризме», «Основы предпринимательства в туризме», «Бизнес-планирование в туризме», Производственная практика (преддипломная практика)

Входной контроль проводится в виде тестирования. Задания тестов представлены в приложении 1 РПД.

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 з.е., 144 акад. час.

Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	32
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	16
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	16
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	112
Промежуточная аттестация обучающихся – Зачет с оценкой	

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам(разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Раздел 1. Цена как экономическая категория Тема 1. Теоретические основы ценообразования в индустрии туризма и гостеприимства. Роль цены.	2	2	-	10
Тема 2. Система цен, их классификация и характеристика, функции цены.	2	2*	-	14
Раздел 2. Основы формирования цены. Тема 3. Этапы формирования цены в индустрии туризма и гостеприимства.	2	2	-	14
Тема 4. Затраты и их роль в формировании цены. Оценка и анализ эластичности спроса.	2	2*	-	10
Раздел 3. Методы ценообразования. Тема 5. Ценовая политика в туризме, стратегии ценообразования.	2	2	-	16
Тема 6. Методы ценообразования в индустрии туризма и гостеприимства.	2	2*	-	10
Раздел 4. Факторы, влияющие на динамику цен. Тема 7. Значение и цели ценового регулирования в индустрии туризма и гостеприимства. Государственное регулирование цен в индустрии туризма и гостеприимства.	2	2	-	10
Тема 8. Международные аспекты ценообразования.	2	2	-	12
Расчетно-графическая работа				16
ИТОГО по дисциплине	16	16		112

* реализуется в форме практической подготовки

6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
Изучение теоретических разделов дисциплины	80
Подготовка к занятиям семинарского типа	16
Подготовка и оформление РГР	16
	112

**7 Оценочные средства для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Таблица 5 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
Раздел 1. Цена как экономическая категория.	УК-9 ОПК-5	Задание 1	Правильно применяет основные принципы, методы, формы, инструменты ценообразования. Определяет роль и место ценообразования в индустрии туризма;
	УК-9 ОПК-5	Задание 2	Правильно определяет функции и виды цен на турпродукты и услуги.
Раздел 2. Основы формирования цены.	УК-9 ОПК-5	Задание 3	Использует методы и инструментарий формирования цен. Умеет интегрировать ценовую политику в маркетинговую деятельность туристского предприятия.
	УК-9 ОПК-5	Задание 4	Владеет навыками анализа эластичности спроса; калькулирования себестоимости.
Раздел 3. Методы ценообразования, используемые в индустрии туризма и гостеприимства.	УК-9 ОПК-5	Задание 5	Владеет навыками выбора оптимальной стратегии ценообразования в индустрии туризма и гостеприимства.
	УК-9 ОПК-5	Задание 6	Использует методы формирования и управления ценой в маркетинговой деятельности предприятия индустрии туризма
Раздел 4. Факторы, влияющие на динамику цен в индустрии туризма и гостеприимства.	УК-9 ОПК-5	Задание 7	Владеет навыками учета факторов, влияющих на принятие ценовых решений. Умеет прогнозировать эффект от внедрения новых методов ценообразования.
	УК-9 ОПК-5	Задание 8	Владеет навыками работы с законодательными и нормативными документами, регулирующими ценообразование в РФ.
	УК-9 ОПК-5	тест	Отвечает на вопросы теста
	УК-9 ОПК-5	РГР	Выполняет необходимые расчеты и формулирует выводы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 6).

Таблица 6 – Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме Зачет с оценкой</i>				
	Задание 1	2 неделя	2 балла	Задание выполнено без ошибок – 2 балла; допущена ошибка – 1 балл; задание выполнено неверно – 0 баллов
	Задание 2	4 неделя	2 балла	Задание выполнено без ошибок – 2 балла; допущена ошибка – 1 балл; задание выполнено неверно – 0 баллов
	Задание 3	6 неделя	2 балла	Задание выполнено без ошибок – 2 балла; допущена ошибка – 1 балл; задание выполнено неверно – 0 баллов
	Задание 4	8 неделя	2 балла	Задание выполнено без ошибок – 2 балла; допущена ошибка – 1 балл; задание выполнено неверно – 0 баллов
	Задание 5	10 неделя	2 балла	Задание выполнено без ошибок – 2 балла; допущена ошибка – 1 балл; задание выполнено неверно – 0 баллов
	Задание 6	12 неделя	2 балла	Задание выполнено без ошибок – 2 балла; допущена ошибка – 1 балл; задание выполнено неверно – 0 баллов
	Задание 7	14 неделя	2 балла	Задание выполнено без ошибок – 2 балла; допущена ошибка – 1 балл; задание выполнено неверно – 0 баллов
	Задание 8	15 неделя	2 балла	Задание выполнено без ошибок – 2 балла; допущена ошибка – 1 балл; задание выполнено неверно – 0 баллов
	Тест	16 неделя	20 баллов	1 балл за каждый правильный ответ
	РГР	12-16 неделя	24 балла	РГР выполнена полностью и без ошибок – 24 баллов; РГР выполнена полностью, но допущена ошибка в решении задания – 12 баллов; РГР полностью не выполнена – 0 баллов
ИТОГО:		-	60 баллов	-
Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: Итоговая оценка «зачет с оценкой» по дисциплине выставляется при выполнении всех заданий текущего контроля, контрольной работы и получении средней оценки не ниже «удовлетворительно», что соответствует общей сумме баллов: 27-42 балла. 0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов 0-38 баллов – «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для текущей аттестации по дисциплине); 65 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – 39-44 балл - «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень); 75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – 45-50 баллов - «хорошо» (средний уровень); 85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – 51-60 балла - «отлично» (высокий (максимальный) уровень)				

Задания для текущего контроля

Практические задания

Задание 1

1. Туризм оказывает на экономику прямое и косвенное воздействие. Косвенное влияние известно под названием "эффект мультипликации". Это эффект повторения затрат туристов на покупку туристических товаров в определенное время, в определенном месте. Другими словами, деньги, которые тратит турист в месте назначения, создают доход, который приводит к цепной реакции: расходы — доход — расходы и т.д. На условных цифрах раскройте функции эффекта мультипликации и рассчитайте доходы от туризма по этому методу.

2. Результаты деятельности в сфере туризма оцениваются системой показателей. Перечислите, дайте характеристику, раскройте методику расчета показателей развития туризма: на микроуровне; на макроуровне; на международном уровне.

3. В последнее время появляется все больше публикаций о туристической ренте. Сделайте обзор мнений ученых и практиков о туристической ренте. Раскройте сущность туристической ренты. Опишите механизм распределения и использования туристической ренты.

4. Типовое задание на понимание терминов. Ниже приводятся определения важнейших терминов по данной теме. Выберите правильное определение для каждого термина из списка:

1. Установление цен, процесс выбора окончательной цены в зависимости от себестоимости продукции, цен конкурентов, соотношения спроса и предложения и других факторов	5. Затратное ценообразование
2. Метод расчета цены товара с учетом издержек производства, средней прибыли, а также с учетом спроса и предложения	4. Величина спроса
3. Косвенный налог, включенный в цену товара и взимаемый с потребителя и устанавливаемый в процентах или абсолютной сумме на единицу измерения	1. Ценообразование
4. Количество конкретной продукции, объем которой может быть приобретен покупателем по установленной или договорной цене	3. Акциз
5. Ценообразование, принимающий в качестве отправной точки фактические затраты предприятия на производство и сбыт товаров.	2. Метод ценообразования

Контрольные вопросы к заданию 1

1. Сформулируйте определение экономической сущности цены. Дайте характеристику понятию ценообразования.

2. Как реализуется цена и полезность товара в рыночной экономике?

3. Что представляют собой рентные платежи? Каковы источники их образования?

4. Не является ли туристическая рента, на ваш взгляд,отягчающим бременем для туристических предприятий, потребителей?

5. Насколько благоприятна ситуация в РФ в экономическом смысле и в сфере развития туристического бизнеса, чтобы ставить вопрос о внедрении туристической ренты?

Задание 2

Задача 1. Для оказания 300 единиц услуг предприятием индустрии туризма и гостеприимства закуплено сырье на сумму 1000 рублей с учетом НДС. Издержки оказания услуги предприятием (без НДС) помимо затрат на сырье – 300 рублей. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20% от совокупных издержек. Ставка НДС на данную услугу – 10%. Определите свободную отпускную цену.

Задача 2. Определить розничную свободную цену на товар, производимый предприятием индустрии туризма и гостеприимства, исходя из следующих данных: себестоимость = 2500 руб.; рентабельность от себестоимости = 15 %; снабженческо-сбытовая надбавка = 30 %; торговая надбавка = 25 %; НДС = 20 %.

Задача 3. Туроператор приобретает на условиях жесткого блока мест — 50 мест в пос. Домбай на Новый год на семь дней по цене — 18\$ с человека в сутки. Предполагается отправка туристов в Домбай арендованными автобусами, при этом стоимость аренды автобуса — 650\$ в оба конца. Также туроператор принимает на себя обязательства по расселению на весь срок пребывания в Домбае одного водителя и одного сопровождающего. Определите минимально допустимую загрузку автобуса с учетом 50%ной наценки туроператора.

Задача 4. Потребность в оборотных средствах для туристического предприятия на предстоящий год составляет 100 млн. р. Наличие собственных оборотных средств на начало планируемого года — 58 млн. р. Проценты за кредит — 25 %. Уровень рентабельности оборотного капитала прогнозируется в размере 55 %. Рассчитайте целесообразность привлечения кредита.

Контрольные вопросы к заданию 2

1. Дайте определение системы цен. Назовите основные подсистемы действующей системы цен.
2. Дайте классификацию затрат по видам в зависимости от их назначения и места возникновения. Какие существуют виды цен, определяемых способом регулирования рыночной экономики.
3. Назовите виды цен в зависимости от порядка возмещения транспортных расходов. Дайте их характеристику.
4. Как различаются виды цен в зависимости от типа рынка?
5. Охарактеризуйте, как формируется динамика цен в условиях рынка.

Задание 3

Задача 1. В отчетном году туристический комплекс испытывал финансовые затруднения из-за замедления оборачиваемости оборотных средств. Руководство предприятия обязало финансовую службу выявить причины и разработать комплекс мероприятий по улучшению финансового состояния комплекса. Для разрешения предложенной ситуации необходимо: по данным бухгалтерского баланса туристического предприятия проанализировать состав, структуру, динамику оборотных средств; рассчитать показатели эффективности использования оборотных средств; определить причины, вызвавшие изменения в объеме оборотных средств; рассчитать влияние факторов на показатели эффективности использования оборотных средств; определить степень обеспеченности материальных оборотных средств собственными оборотными средствами; разработать рекомендации по повышению эффективности использования оборотных средств.

На основании данных, приведенных в таблице, рассчитайте влияние изменения оборачиваемости оборотного капитала на рентабельность капитала по предприятию.

Показатель	Прошлый год	Текущий год
Объем реализации за год, млн. р	231 821	247 631
Средний размер оборотного капитала, млн. р.	21 496	21 723
Чистая прибыль, млн. р.	5299,6	6112,9

Задача 2. На основе приведенных в таблице исходных данных по хозяйственному подразделению туристического предприятия, основным видом деятельности которого является торговля товарами для отдыха, путешествий: провести анализ структуры капитала подразделения; рассчитать: - экономическую рентабельность и рентабельность продаж за отчетный период и на предстоящий год; - эффект финансового рычага за эти периоды и определить факторы, влияющие на его размер; - потребность в оборотных средствах, в том числе заемных, на планируемый год; - максимально допустимую процентную ставку за пользование кредитом с условием прироста эффекта финансового рычага на 6 процентных пунктов.

Показатель	Отчетный год	Планируемый год
Вложенный капитал, млн. р.	32 741	24 951
В том числе:		
собственный	21 361	
заемный	22 491	
Основные фонды и нематериальные активы, млн р.	3111	5211
Прибыль, млн р.	7601	22 791
Розничный товарооборот, млн р.	574 481	667 396
В том числе по себестоимости		585 177
Оборачиваемость оборотных средств, дней		23
Ставка за кредит, %	22	

Задача 3. Исходные данные для выполнения практической работы. Определить расчетный коэффициент (в процентах к прямой зарплате) и определить стоимость туристической услуги, если известны:

- 1) затраты по статье “прямая зарплата” – 100 %;
- 2) доплаты за особые условия – 28 %;
- 3) дополнительная зарплата – 8 %;
- 4) отчисления на социальное страхование – 7,5 %;
- 5) накладные расходы – 135,5 %; 6) рентабельность – 15 %.

- рассчитать производственную себестоимость в процентной и прямой зарплате;
- произвести расчет цены в процентах к прямой зарплате;
- определить расчетный коэффициент для определения стоимости услуг для населения.

Обоснуйте выводы. Разработайте мероприятия по усилению эффекта финансового рычага предприятия в планируемом периоде.

Контрольные вопросы к заданию 3

1. В чем особенности ценообразования в сфере туризма?
2. Что такое себестоимость услуг?
3. В чем заключаются основные принципы формирования себестоимости?
4. В чем сущность ценовой политики на предприятиях туристической индустрии?
5. Перечислите этапы формирования цены в туризме.

Задание 4

Задача 1. Используя данные, приведенные в таблице, построить графики спроса и предложения, определить равновесную цену товара А.

Определить изменение равновесной цены при увеличении доходов покупателей на 10% (при прочих равных условиях).

$\Delta Q = Q_2 - Q_1$ – изменение объема продаж при увеличении доходов покупателей на 10%;
 $\Delta P = P_2 - P_1$ – изменение равновесной цены при увеличении доходов покупателей на 10%.

Цена единицы товара А, руб.			Спрос на товар А, шт.			Предложение товара А, шт.		
1	2	3	1	2	3	1	2	3
60	60	50	5	5	10	95	90	90
50	40	40	10	15	30	80	60	70
30	30	35	20	30	60	60	30	40
25	20	30	40	60	90	30	20	10
10	5	25	80	90	95	10	0	0

Задача 2. Определить эластичность спроса и предложения по цене, а также рассчитать общую выручку и расходы покупателя, используя следующие данные:

Предложение, тыс. шт.	Спрос, тыс. шт.	Цена ед. продукции, руб.	Эластичность	
			спроса	предложения
25	10	1 000		
20	15	900		
15	20	800		
10	25	700		
5	30	600		

Используя данные, приведенные в таблице, построить графики спроса и предложения, определить равновесную цену.

Задача 3. Известно, что на рынке по цене 40 долл. было предложено 8 единиц определенного товара, 30 долл. – 6 единиц; 22,5 долл. – 4 единицы; 17,5 долл. – 2 единицы. С другой стороны, по цене 50 долл. пользовались спросом 2 единицы товара; 30 долл. – 4 единицы; 20 долл. – 7 единиц; 15 долл. – 11 единиц.

Построить графики спроса и предложения, определить, эластичен ли спрос. Найти равновесную цену.

Контрольные вопросы к заданию 4

1. В чем заключается сущность, структура и состав издержек производства?
2. Назовите состав и классификацию затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта?
3. Какие факторы воздействуют на размер и динамику ценообразования и прибыли?
4. Раскройте особенности методики формирования и расчета себестоимости на предприятиях туристической индустрии.
5. Что такое Корпоративная ценовая политика.

Задание 5

Задача 1. На основе приведенных в таблице данных определите фактическую сумму расходов туристической фирмы по элементу "Расходы на оплату труда", включаемых в себестоимость туристического продукта.

Показатель	Сумма, тыс. р.
Оплата труда основного персонала по штатному расписанию	550
Премии по итогам работы за год	1100
Премии за высокие достижения в труде	450
Премии, выплаченные за счет средств специального назначения	220
Плата за сверхурочную работу	180
Плата за совмещение профессий	240
Выплаты в связи с сокращением численности работающих	300
Единовременные вознаграждения за выслугу лет	85
Беспроцентная ссуда на социальное обеспечение	1000
Материальная помощь	750
Оплата дополнительно оплачиваемых отпусков работникам	455
Оплата путевок на лечение, отдых, экскурсии и путешествия	340
Оплата отпуска перед началом работы молодым специалистам	55

Задача 2. Определите расходы туристического предприятия по элементу "Прочие затраты", включаемые в себестоимость туристического продукта, используя данные за отчетный период, приведенные в таблице.

Показатель	Сумма, тыс. р.
Резервный фонд	1800
Отчисления в страховые фонды	150
Отчисления во внебюджетные фонды	210

Экологический сбор	90
Оплата процентов по полученным кредитам	200
Командировочные расходы	85
Плата сторонним организациям за пожарную и сторожевую охрану	110
Затраты на подготовку и переподготовку кадров	200
Оплата услуг связи, банков и т.д.	135
Затраты на юридические и консультационные услуги	175
Плата за аренду	200
Затраты, связанные с освоением новых туров	450
Затраты на приобретение специальных бланков и документов	65
Представительские расходы	95

Задача 3. Определить фактическую производственную себестоимость рекламной продукции, произведенную собственными силами предприятием индустрии туризма и гостеприимства по следующим данным:

- 1) были израсходованы основные и прикладные материалы – 3100 руб.;
- 2) израсходованы дополнительные материалы – 1900 руб.;
- 3) транспортно-заготовительные расходы по израсходованным материалам – 130 руб.;
- 4) основная зарплата производственного персонала, занятого изготовлением – 17200 руб.;
- 5) дополнительная зарплата – 4800 руб.;
- 6) отчисления на социальное страхование – 8140 руб.;
- 7) общепроизводственные расходы – 3400 руб.;
- 8) общехозяйственные расходы – 5200 руб.

Задача 4. По данным, приведенным в таблице, рассчитайте фондоотдачу, коэффициент эффективности использования основных фондов и интегральный показатель по отелю. Определите расчетным путем влияние основных факторов на фондоотдачу и коэффициент использования основных фондов отеля.

Показатель	Прошлый год	Отчетный год
Объем продаж, млн. р.	52,8	5,7
Прибыль, млн. р.	2,3	2,1
Среднегодовая стоимость основных фондов, млн. р.	2,8	2,9

Имеются следующие данные об основных фондах гостиничного объединения:

Износ основных производственных фондов на начало года, млн. р.	150
Степень их износа, %	10
В течение года введены в действие новые основные фонды, млн. р.	70
Коэффициент выбытия, %	3
Износ выбывших основных фондов, %	11
Годовая норма амортизации, %.	15
Выбыло из-за ветхости и износа по полной первоначальной стоимости, млн. р.	3
Остаточная стоимость этих фондов, млн. р.	1

Определите коэффициенты: обновления; износа и годности основных фондов на конец года.

Контрольные вопросы к заданию 5

1. Охарактеризуйте стратегию и тактику ценообразования на туристические услуги.
2. Раскройте методы ценообразования в туристской индустрии.
3. В чем заключается использование ценовой дискриминации в процессе продажи туристического продукта.

Задание 6

Задача 1. Расчет цены индивидуального туристского обслуживания

Вариант 1. Рассчитать цену тура для мамы с 2 детьми (5 лет и 10 лет) в Сочи с 25 июля на 8 дней/7 ночей в санаторий «Октябрьский» 4*. Определите дату и время окончания обслуживания по туру, если расчетный час в санатории 12-00. Рассчитайте вознаграждение турагента, если оно составляет 10% от пакета услуг в санатории. Параметры обслуживания:

Санаторий	«Октябрьский» 4*
Категория номера	Стандарт с видом на море
Размещение	Двухместное с дополнительным местом
Набор услуг по программе	• Трехразовое питание • Трансфер на встречу и проводы в аэропорту • Лечение

Вариант 2. Рассчитать цену турпродукта для семьи 2 взрослых с 2 детьми (2 года и 8 лет) в Сочи с 28 сентября на 11 дней/10 ночей. Определите дату и время окончания обслуживания по туру, если расчетный час в отеле 12-00. Сколько составит вознаграждение турагента, если оно составляет 10% от цены услуг в отеле? Параметры обслуживания:

Отель	Отель «Сочи-Бриз»
Категория номера	Стандарт ПК
Размещение	Двухместное с дополнительным местом
Набор услуг по программе	• Завтрак и ужин • Трансфер на встречу и проводы в аэропорту • 2 групповые экскурсии «Чайные терема» и «Сочи с высоты птичьего полета»

Задача 2. Расчет цены туристского продукта

Вариант 1. Санаторий «Октябрьский» 4*. Цены стойки санатория в рублях с человека в сутки:

Категории номеров	Размещение	01 июля – 25 августа
2-х местный стандарт, вид на море	2 чел.	5250
2-х местный стандарт, вид на море	1 чел.	9900
2-х местный стандарт, вид на море	ребенок 3-11 лет на основном месте	4500
2-х местный стандарт, вид на море	реб. 3-11 на доп. месте	3750
2-х местный стандарт, вид на море	реб. 12-13 на д/м	4500

Цена включает проживание, 3-х разовое питание «шведский стол», пользование пляжем, крытым и открытым бассейнами, тренажерным залом, спортплощадками, спортзалом, кортами и спортивными сооружениями, библиотекой, анимация и досуг, лечение по показаниям, трансфер к пляжу и обратно по расписанию. Дети до 3 лет на доп. месте – 1200 руб. с чел. в сутки без лечения.

Цены на услуги для расчета обслуживания:

Услуги	Единица измерения	Цена услуги за единицу, руб.
Трансфер на встречу/проводы в аэропорту (в одну сторону)	1 трансфер	1500

Вариант 2. СПА-Отель «Сочи-Бриз» 3*. Цены стойки отеля в рублях с человека в сутки

Категория номера	Размещение	01 сентября – 30 сентября	01 октября – 28 декабря
Стандарт ПК	2 чел.	2600	2200
Стандарт ПК	1 чел.	4400	3700
Доп. место	3-11 лет / с 12 лет	800 / 1400	800 / 1400

Цена включает проживание, полупансион завтрак+обед или завтрак+ужин, пользование комплексом парных, контрастными купелями и гидромассажным бассейном в СПА-центре ежедневно, пользование открытым бассейном, пользование оборудованным пляжем, страхование.

Цены на услуги для расчета обслуживания

Услуги	Единица измерения	Цена услуги за единицу, р.
Трансфер на встречу/проводы в аэропорту (в одну сторону)	1 трансфер	1300
Экскурсия «Чайные терема»	1 человек	600
Экскурсия «Сочи с высоты птичьего полета»	1 человек	300

Детям до 12 лет предоставляется скидка от цены экскурсии в размере 30%

Контрольные вопросы к заданию 6

1. Какие методы ценообразования чаще всего используются в туристической индустрии?
2. В чем состоит сущность затратных методов ценообразования?
3. Каковы основные показатели эффективности ценовой политики в сфере туризма.
4. Какова схема формирования прибыли на предприятиях туристической индустрии?
5. Раскройте основы формирования и распределения прибыли в турфирме.

Задание 7

Задача 1. Реализация турпродукта: отказ от турпродукта

Вариант 1. Туристами был приобретен туристский продукт следующего состава: внутренний и международный авиаперелеты, морской круиз, наземная экскурсионная программа, оформление виз. За 4 дня до начала тура у туристов заболел ребенок, причем лечащий врач дал заключение о невозможности авиаперелета и госпитализировал ребенка.

Вариант 2. Туристами был приобретен туристский продукт с авиаперелетом на пляжный курорт на основании договора о реализации турпродукта с турагентством «Люкс Тур». За неделю до начала поездки туристы прочитали в Интернете о банкротстве туроператора, турпродукт которого они приобрели.

Задача 2. Туристическая фирма, как и любой субъект хозяйствования, на начальной стадии функционирования, оформляет свои взаимоотношения с банком. Предположим, вы организовали свое дело. По каким основным критериям вы будете выбирать банк?

Для аргументированного ответа: изучите нормативные документы Национального банка, Министерства финансов, других финансово-кредитных учреждений РФ; на примере 2-3 коммерческих банков определите (расчетным путем) и покажите выгоду выбора банка для дальнейшей эффективной работы вашего туристического предприятия.

С целью финансового оздоровления туристического предприятия разработан комплекс мероприятий. Для его реализации требуется 100 тыс. дол. США на один год. Собственные средства составляют 50 тыс. дол. США. Изучив возможности привлечения недостающих средств, было принято решение о привлечении кредитов банка. Финансовый менеджер, проработав свою ситуацию с рядом банков, представил на решение руководителя

следующие варианты: банк 1: кредит в 70 тыс. дол. США на 6 месяцев под 20 % годовых. банк 2: кредит в 60 тыс. дол. США на 1 год под 15 % годовых с погашением ежемесячно равными долями; банк 3: кредит в 100 тыс. дол. США на 3 года под 7,5 % годовых. Уровень инфляции — 14 % в год. Помогите руководителю туристической фирмы найти оптимальный вариант финансирования проекта.

Кейс «Обслуживание туристов: отмена авиарейса»

Туристы приобрели турпродукт следующего состава: международный авиаперелет, размещение, экскурсионная программа. В конце путешествия на стойке регистрации обратного вылета туристы были проинформированы сотрудником аэропорта о том, что рейс, указанный в их билете, не значится в расписании и, соответственно, не будет выполняться. Туристы были вынуждены за свой счет приобрести обратные билеты на другой рейс. По возвращении туристы обратились в турагентство с требованием компенсации понесенных расходов на авиаперелет.

Кейс «Подготовка к поездке: отказ в выдаче визы»

Туристы приобрели экскурсионный тур в Европу в страну Шенгенского соглашения. За 2 дня до начала поездки туроператор проинформировал турагентство о том, что туристам отказано в визе.

Контрольные вопросы к заданию 7

1. Как должны действовать туристы в такой ситуации? Смогут ли туристы отправиться в путешествие?
2. Имеют ли право туристы в данной ситуации на возврат своих расходов по оплате туристского продукта, на возврат своих дополнительных расходов?
3. За чей счет, и в каком размере будет произведен возврат или компенсация? От каких условий это будет зависеть?
4. Какими нормативными документами регулируется ответственность сторон в такой ситуации?
5. В чем заключаются особенности налогообложения в туристическом бизнесе?
6. Как государство воздействует на цены? Какие экономические рычаги при этом используются?

Задание 8

Задача 1. Туроператор организует 10-дневный тур в Париж. Стоимость чартерной программы — 55000\$ с максимальной загрузкой ИЛ-86 — в 340 человек. Наземное обслуживание планируется в отелях *** по средней цене 31\$ с человека в сутки (проживание и питание), стоимость группового трансфера — 30\$ с человека в оба конца, групповых экскурсий — 65\$ с человека за пакет. Определите рыночную цену путевки по правилу 60/40, а также прибыль туроператора при отправке в данную поездку 330 человек.

Задача 2. Туроператор планирует 7-дневный чартер в Таиланд со стоимостью услуг авиакомпания 35000 \$. Планируется расселение в отелях категории 4* стоимостью 13\$ в сутки с человека. Стоимость заказанных оператором групповых экскурсий 2900 \$, а группового трансфера аэропорт — отель — аэропорт — 1200\$. Определите порог нулевой рентабельности тура, если стоимость аналогичной поездки у конкурентов и рекомендуемая цена розничной продажи — 670 \$.

Задание 3. Оператор планирует организовать чартерный рейс в Тунис, стоимость чартерной перевозки, заявленной авиакомпанией — 29 000\$. Условия работы оператора с отелем — элитный по мягкому блоку мест (неограниченное количество мест) со средней стоимостью наземного обслуживания 130 \$ с человека. Минимальные рыночные возможности туроператора объективно оценены в 106 человек (при максимальной загрузке лайнера в 155 человек). Определить отпускную цену тура и размер прибыли туроператора в случае превышения им минимально допустимой загрузки судна на 12%.

Задание 4. Туристический оператор планирует организовать летнюю чартерную цепочку (с регулярностью — 10 дней) в Мармарис (Турция). Для этого на весенней туристической выставке в Москве им был заключен договор на комитмент-условия работы с 3 отелями Мармариса на общее количество 160 коек, по которому стоимость суток проживания составила 11\$ с человека. Авиакомпания предоставляет для осуществления перелетов Ту-154, максимальная коммерческая загрузка которого 160 человек, стоимость каждого шаттл-чартерного полета — 27 000\$. Оператор рассчитал норму прибыли не менее 35%. Определить отпускную цену с учетом комиссионного вознаграждения агентам в размере 10%.

Задание 5. Пул из двух туроператоров выступает заказчиком чартерного рейса в Анталию на 7 дней общей стоимостью 35000\$. Один из заказчиков — туроператор А заявил 90 кресел из максимально возможных 150. Наземное обслуживание в Анталии запланировано на базе отелей категории *** по средней цене недельного пакета 180\$ (проживание, питание, трансфер). Определите отпускную цену туров туроператора А, предположив его 40% - ную наценку, а также порог нулевой рентабельности рейса с учетом этой отпускной цены.

Задание 6. Туроператор организует недельный тур в Мармарис. Стоимость чартерной программы — 25000\$ с максимальной загрузкой ТУ-154 в 160 человек. Наземное обслуживание планируется в отелях *** по средней цене 11\$ с человека в сутки (проживание и питание), стоимость группового трансфера в Турции — 10\$ с человека в оба конца. Определите минимальную допустимую загрузку лайнера при рыночной цене аналогичного тура — 450\$.

Задание 7. Туроператор планирует недельный рейс в Хургаду (Египет) с расселением в отеле *** по средней цене 16\$ в сутки. Рыночные возможности оператора были оценены в 100 человек, а стоимость аналогичных путевок на региональном рынке составляет 470\$. Определите оптимальную и допустимую для туроператора стоимость чартерной программы в Хургаду.

Контрольные вопросы к заданию 8

1. Какие бывают виды международных цен?
2. Какие факторы влияют на установление цены контракта?
3. Как определить оптимальную и допустимую для туроператора стоимость чартерной программы?
4. Как определите отпускную цену туров туроператора?
5. От чего зависит отпускная цена тура и размер прибыли туроператора?

РГР

«Расчет цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли»

Расчетно-графическая работа по дисциплине «Ценообразование в туризме» является самостоятельной работой студента, выполняемой им в соответствии с требованиями по выполнению и оформлению, приведенными в методических указаниях. Вариант выбирается студентом по последней цифре зачетной книжки. Навыки, приобретенные в результате выполнения данной работы, закрепляют теоретические знания, полученные по теме «Ценовая политика в туризме».

Цель: Овладеть одним из наиболее распространенных методов исследования рационального поведения предпринимателя на рынке в зависимости от изменения цен, возможностей предложения услуг и необходимой величины прибыли

Методические указания

Одним из методов ценообразования на основе издержек является расчет с обеспечением целевой прибыли (нахождение «порога» прибыли). Предприятие стремится установить цену, которая обеспечит ей желаемый объем прибыли. Этот метод основывается на графике безубыточности. С помощью этого графика решают две задачи. Прямая задача заключается в определении критического объема выпуска турпродукта, который необходим

для достижения «порога» прибыли при заданной цене, а также объема выпуска, которому соответствует заданная (целевая сумма прибыли). «Порог» прибыли достигается тогда, когда полные затраты (общие издержки) равны валовой выручке (доходу).

Таблица 1 - Формулы для расчета

$Tc = Fc + Vc_1 \cdot Xa$	$Pt = R - Tc \text{ (если } R > Tc \text{)}$
$Vc_{xa} = Vc_1 \cdot Xa$	$L = Tc - R \text{ (если } R < Tc \text{)}$
$Bp = \frac{Fc}{Pr - Vc_1}$	$R = Pr \cdot Xa$

- - Bp – точка безубыточности, т.е. разработка турпродуктов, при которой предприятие покрывает издержки;
- Fc – постоянные расходы в анализируемом диапазоне турпродуктов;
- Vc_1 – переменные расходы на один турпродукт;
- Vc_{xa} – переменные расходы на анализируемый диапазон турпродуктов;
- Tc – общие издержки турпредприятия;
- Pr – цена за единицу турпродукта;
- R – доход предприятия от продажи анализируемого выпуска турпродуктов;
- Xa – анализируемый выпуск турпродуктов;
- $x_i - x_j$ – анализируемый диапазон выпуска;
- Pt – прибыль;
- L – убыток.

Исходные данные:

Туристское предприятие, предлагающее на рынке турпродукты, имеет следующие показатели хозяйственной деятельности:

- Постоянные издержки: 1000000 р. в год (административные расходы, страхование, рентные платежи, оплата коммунальных услуг).
- издержки зафиксированы в диапазоне выпуска 2000 – 4000 турпродуктов в год.
- Переменные издержки на 1 услугу: 10000 р.,
- Цена за один турпродукт: 30000 р.

$$Bp = \frac{1000000}{30000 - 10000} = 500$$

По исходным данным определить:

- 1) Объем выпускаемых услуг, при котором турпредприятие полностью покрывает свои издержки (точку безубыточности Bp).
- 2) Общие издержки на анализируемый диапазон выпуска туруслуг.
- 3) Какие финансовые результаты ожидают предприятие при заданном диапазоне выпуска ... (строка 2 таблицы) туруслуг?
- 4) Какие финансовые результаты ожидают предприятие при выпуске количество ... (строки 3, 4 таблицы) туруслуг?
- 5) Сколько туруслуг нужно выпустить предприятию, чтобы получить целевую прибыль в размере ... (строка 7) рублей?
- 6) Что произойдет, если предприятие сможет повысить цену за туруслугу на (строка 8) рублей?

- 7) Что произойдет, если предприятие будет вынуждено снизить цену на туруслуг на ... (строка 9) рублей?
- 8) Решение оформить таблицей и подтвердить графически.

Результаты расчетов представить в таблице:

Количество ту- руслуг (шт.)	Fc	$Vc_{ха}$	Tc	R	Pt	L
$X_1 = Bp = 500$						
$X_2 = 2000$						
$X_3 = 4000$						
$X_4 = 1000$						
$X_5 = 3000$						
$X_6 (Pt) =$						

Результаты расчетов представить на графике точки безубыточности:

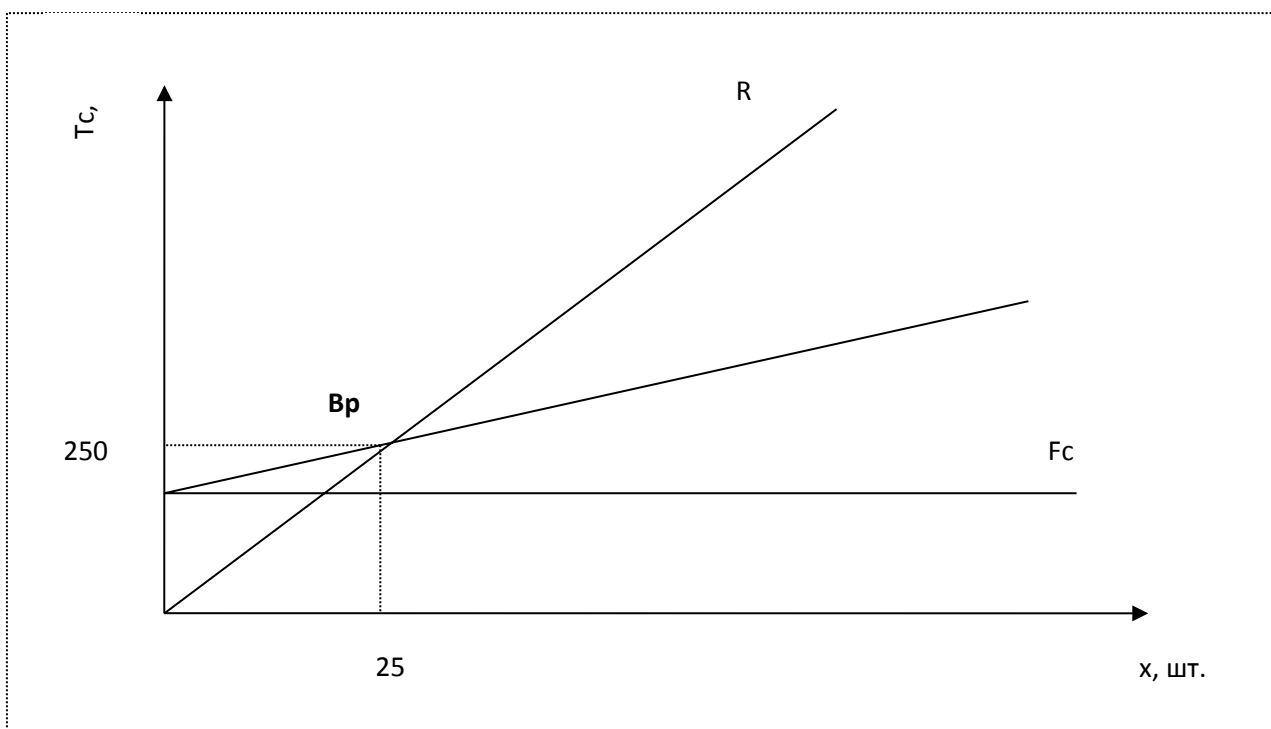


Рисунок 1 - График точки безубыточности

Задания для промежуточной аттестации

Тест

1. Выполняет ли цена следующие основные функции в экономике?

- функцию учета затрат при производстве товаров и услуг;
- стимулирующую функцию. Более высокая цена увеличивает заинтересованность в производственном процессе;
- распределительную функцию цены способствует организации сбыта товаров и

услуг предприятия.

г) функцию сбалансирования спроса и предложения. Чем выше спрос, тем выше цена, и наоборот.

2. Является ли цена:

а) индикатором рынка, отражающим весь комплекс ценообразующих факторов, их зарождение, развитие, взаимодействие;

б) маркетинговым регулятором рынка, с помощью которого осуществляется воздействие на поведение субъектов и факторы рынка.

в) механизмом стимулятора рынка;

г) инструментом учета затрат на производство товара.

3. Являются ли основными целями ценовой политики предприятия:

а) обеспечение выживаемости;

б) максимизация прибыли;

в) удержание рынка;

г) формирование спроса.

4. Под влиянием каких факторов формируется рыночная цена?

а) спроса и предложения;

б) издержек производства;

в) цен конкурентов и др.

г) качества товара.

5. Установление высоких цен на гостиничные услуги, когда потребителя не волнует уровень цен и их изменение называется:

а) стратегия «снятия сливок»;

б) стратегия прорыва на рынок;

в) стратегия престижных цен;

г) стратегия лидера.

6. Совокупность текущих трудовых, материальных и финансовых затрат на оказание гостиничной услуги, выраженная в денежной форме – это:

а) цена;

б) прибыль;

в) себестоимость;

г) налоги.

7. Форма сотрудничества отеля и туроператора, при которой туроператор заявляет о размерах нужного блока мест, предварительно не оплачивая его оплата производится непосредственно перед каждым заездом, называется:

а) аренда отеля;

б) комитмент;

в) безотзывное бронирование;

г) простое бронирование.

8. Эластичность спроса по цене характеризуется отношением:

а) изменения цены к изменению спроса;

б) изменения спроса к изменению предложения;

в) процентного изменения величины спроса к процентному изменению цены;

г) процентного изменения предложения продукта к процентному изменению величины спроса;

д) процентного изменения цены к процентному изменению издержек.

9. Процентное изменение спроса на продукт А при однопроцентном изменении цены на товар В выражает эластичность:

а) дуговую;

б) единичную;

в) перекрестную;

г) совершенную по доходу.

10. Цена, по которой продукция может быть в настоящее время реализована на отечественном рынке, должна включать в себя:

- а) издержки производства;
- б) издержки производства и прибыль;
- в) издержки производства, прибыль и косвенные налоги;
- г) нет правильного ответа.

11. Воздействовать на динамику цен в рыночной экономике государство:

- а) не способно;
- б) имеет возможность;
- в) не имеет возможность;
- г) правильного ответа нет.

12. Функции, которые призваны выполнять таможенные пошлины:

- а) фискальную;
- б) обеспечение хозрасчета импортера;
- в) защитную;
- г) обеспечение хозрасчета таможенной организации.

13. Рыночная цена отражает:

- а) затраты на производство продукта;
- б) затраты на продвижение и сбыт продукта;
- в) ценность товара для потребителя;
- г) прибыль для продавца.

14. Цена - это категория:

- а) производственная;
- б) деловых переговоров;
- в) рыночная;
- г) нормативная.

15. Какую функцию выполняет цена при осуществлении связи между спросом и предложением:

- а) стимулирующую;
- б) распределительную;
- в) информационную;
- г) сбалансирования.

16. В условиях инфляции покупателю более выгодна цена:

- а) твердая;
- б) подвижная;
- в) скользящая;
- г) розничная.

17. Расчет цены на базе затрат осуществляется в:

- а) бухгалтерии;
- б) финансовом отделе;
- в) плановом отделе;
- г) отделе продаж и маркетинга.

18. Цена при рыночном подходе определяется:

- а) после определения уровня продаж, расчета затрат и уровня рентабельности;
- б) до начала изготовления товара;
- в) во время заключения контракта;
- г) на совещании у генерального директора

19. На рынке свободной конкуренции политика ценообразования характеризуется как:

- а) сговор;
- б) адаптивная;
- в) маркетинговое ценообразование;
- г) приспособления к ведущим конкурентам.

20. Задачами маркетологов являются:

- а) держать объемы продаж на уровне безубыточности;
- б) прогнозировать объемы производства;
- в) обеспечить необходимый объем продаж;
- г) составлять бюджет коммерческих расходов.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для вузов / Д. О. Ямпольская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 193 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/473365> (дата обращения: 19.10.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 191 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/469332> (дата обращения: 19.10.2021). – Режим доступа: по подписке.

3. Овчаров, А. О. Экономика туризма : учеб. пособие / А.О. Овчаров. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 253 с. // Znaniyum.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znaniyum.com/catalog/product/1815956> (дата обращения: 19.10.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.2 Дополнительная литература

1. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 355 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/469636> (дата обращения: 19.10.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 120 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/470240> (дата обращения: 19.10.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.3 Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Методические указания по выполнению РГР по дисциплине «Ценообразование в туризме» [Электронный ресурс] / Сост. Т.И. Токтарова. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре гос. ун-т», 2019.- 5 с. – Материалы размещены в электронной среде ФГБОУ ВО «Комсомольский-на-Амуре гос. ун-т».

8.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

1. Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4378 эбс ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0006 001 6311 000 от 17 апреля 2020 г.

2. Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/13 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0005 001 6311 000 от 27 марта 2020 г.

3. Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) Договор № ЕП 44/12 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0008 001 6311 000 от 02 марта 2020 г.

85 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины(модуля)

1. Федеральное агентство по туризму <https://www.russiatourism.ru/>
2. Национальный туристический портал РФ <https://russia.travel/>
3. Российский союз туриндустрии <http://www.rostourunion.ru/>
4. Ассоциация туроператоров России <https://www.atorus.ru/>
5. Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «Турпомощь»

<https://tourpom.ru/>

6. Альянс туристических агентств <http://www.atarussia.ru/>
7. Профессиональный туристический портал <https://www.tourdom.ru/>
8. Справочно-информационный портал «Тонкости туризма» <https://tonkosti.ru/>

86 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Таблица 7 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты
OnlyOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.onlyoffice.com/ru/download-desktop.aspx
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html
Zoom	Договор № 2K223/006/38 от 20.11.2020

9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

91 Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

92 Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

93 Занятия семинарского типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

94 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на

отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

95 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

101 Учебно-лабораторное оборудование

Отсутствует

102 Технические и электронные средства обучения

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором (стационарным или переносным) для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций.

Для реализации дисциплины подготовлены следующие презентации:

- 1 Цена как экономическая категория.
- 2 Основные факторы ценообразования в туризме.
- 3 Стратегии и методы ценообразования в туристской индустрии.

11 Иные сведения

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Тест входного контроля знаний

- 1 Появление маркетинга связано:**
 - а. с техническим прогрессом;
 - б. с обострением конкуренции товаропроизводителей;
 - в. с расширением торговых связей;
 - г. с обострением конкуренции покупателей
- 2 Ценовая политика предприятия в туризме не включает в себя:**
 - а. определение базисных цен;
 - б. расчет показателей конкурентоспособности;
 - в. определение цен с учетом условий поставки товара;
 - г. все ответы верны;
- 3 Каким образом изменится объем спроса, если коэффициент эластичности равен 1, а цена увеличится на 10%?**
 - а. снизится на 10%;
 - б. увеличится на 10%;
 - в. снизится на 1%;
 - г. увеличится на 1%;
- 4 Чем отличается стратегия ценообразования, направленная на продажу товаров по низким ценам, от распродажи?**
 - а. длительностью действия;
 - б. величиной цены, по которой продается товар;
 - в. ничем не отличается;
 - г. все ответы верны;
- 5 Точка безубыточности – это:**
 - а. цена, при которой предприятие начинает получать прибыль;
 - б. объем производства, при котором производитель работает без убытков;
 - в. уровень затрат, необходимый для производства продукции;
 - г. все ответы верны.
- 6 Какой этап жизненного цикла обычно характеризуется максимально низкой ценой:**
 - а. выведение на рынок;
 - б. рост;
 - в. зрелость;
 - г. спад.
- 7 Ценовая конкуренция отличается от неценовой:**
 - а. ролью цены в борьбе за объёмы сбыта;
 - б. уровнем коэффициента эластичности предложений по цене;
 - в. местом на рынке с высоким уровнем дохода;
 - г. невозможностью использовать бесплатную рекламу;
 - д. размером диапазона колебаний объёма спроса.
- 8 Основным содержанием ценовой политики является:**
 - а. превращение потребности покупателя в доходы организации на базе их наилучшего удовлетворения и установления адекватной состоянию рынка цены;
 - б. совокупные меры по «раскручиванию» торговой марки в целях пробуждения у покупателей чувства потребности и желания заплатить высокую цену за предоставленные товары и услуги;
 - в. совокупность экономических и организационных мер, направленных на достижение с помощью цен высоких результатов предпринимательской деятельности, исходя из целей ценообразования;

9. Издержки производства:

- а. определяют цену;
- б. влияют на установление цены;
- в. определяют объем продаж;
- г. определяют прибыль.

10. На доходность влияют только затраты:

- а. дополнительные;
- б. постоянные издержки;
- в. переменные;
- г. совокупные.

11. Что относится к дополнительным затратам?

- а. переменные затраты;
- б. переменные затраты и часть постоянных издержек;
- в. коммерческие расходы;
- г. инвестиционные затраты.

15 Прибыль производителя при прочих равных условиях зависит от:

- а. объемов продаж;
- б. структуры переменных и постоянных затрат;
- в. соотношения переменных и постоянных затрат;
- г. выхода на новые рынки сбыта.

17. Степень влияния изменения цены на прибыль при прочих равных условиях зависит от:

- а. объемов продаж;
- б. структуры переменных и постоянных затрат;
- в. соотношения переменных и постоянных затрат;
- г. выхода на новые рынки сбыта.

18. Чем выше доля переменных затрат (удельных затрат) в цене, тем цена оказывает:

- а. большее влияние на прибыль;
- б. меньшее влияние на прибыль;
- в. не оказывает никакого влияния.

19. Для увеличения прибыли компании финансисты предлагают:

- а. снизить цены;
- б. увеличить цены;
- в. держать объемы продаж на уровне безубыточности;
- г. увеличить расходы на рекламу.

20. Если фирма продает меньше, чем безубыточный объем продаж, то она будет:

- а. получать прибыль;
- б. получать убытки;
- в. нет финансового результата;
- г. верно б и в.

Лист регистрации изменений к РПД

№п/п	Номер протокола заседания кафедры, дата утверждения изменения	Количество страниц изменения	Подпись автора РПД
1	Практическая подготовка обучающихся Основание: Приказ Минобрнауки России от 05 августа 2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся»	1	
2	Актуализация литературы	1	
3	Актуализация профессиональных баз данных и информационных справочных систем	1	
4	Актуализация лицензионного и программного обеспечения	1	
5	Изменение количества аудиторных часов и СРС Основание: Рабочий учебный план на 2021/2022 учебный год	Страницы с количеством аудиторной нагрузки и СРС	