

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
"Ростовский институт защиты предпринимателя"**

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор  
Паршина А.А.

**Стратегическое планирование  
рабочая программа дисциплины (модуля)**

Учебный план	43.03.02_ЗФО_2023.plx 43.03.02 Туризм		
Квалификация	<b>бакалавр</b>		
Форма обучения	<b>заочная</b>		
Общая трудоемкость	<b>3 ЗЕТ</b>		
Часов по учебному плану		108	Виды контроля на курсах:
в том числе:			экзамены 4
аудиторные занятия		24	
самостоятельная работа		75	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)		2,2	
часов на контроль		6,8	

**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	4		Итого	
	уп	рп		
Лекции	12	12	12	12
Практические	12	12	12	12
Иная контактная работа	2,2	2,2	2,2	2,2
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	26,2	26,2	26,2	26,2
Сам. работа	75	75	75	75
Часы на контроль	6,8	6,8	6,8	6,8
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):  
к.э.н., Доцент, Левчук Валерия

Рецензент(ы):  
к.э.н., Доцент, Шевченко Елена Михайловна

Рабочая программа дисциплины  
**Стратегическое планирование**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:  
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки  
43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516)

составлена на основании учебного плана:  
43.03.02 Туризм  
утвержденного учёным советом вуза от 29.06.2023 протокол № 35.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры  
**Маркетинг, реклама и туризм**

Протокол от 31.05.2023 г. № 10

Зав. Кафедрой Черемисова Н.Ф.

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.О
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Технологии продаж в туризме
2.1.2	Человек и его потребности
2.1.3	Маркетинг в туристической деятельности
2.1.4	Организационно-управленческая практика
2.1.5	Реклама в туризме
2.1.6	Информационные технологии в туристской индустрии
2.1.7	Ознакомительная практика
2.1.8	Философия
2.1.9	История (история России, всеобщая история)
2.1.10	Маркетинг в туристской индустрии
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.2	Преддипломная практика

### 3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

<b>В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:</b>	
<b>3.1 Знать</b>	способы и методы анализа и обработки научно-технической информации в стратегическом планировании туризма, содержание стратегического планирования в сфере туризма; методологию прогнозирования и планирования туристской деятельности; основные принципы и инструменты оперативного и стратегического планирования; систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристской индустрии
<b>3.2 Уметь</b>	находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию при стратегическом планировании туризма, рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристической индустрии, туристического продукта в соответствии с требованиями потребителя и туриста
<b>3.3 Владеть</b>	методами анализа, прогнозирования и обработки научно-технической информации в индустрии туризма; навыками
<b>УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</b>	
<b>УК-1.2: Применяет методы системного подхода для решения поставленных задач</b>	
Частично знает как применять методы системного подхода для решения поставленных задач	
В большинстве случаев знает как применять методы системного подхода для решения поставленных задач	
Уверенно и свободно знает как применять методы системного подхода для решения поставленных задач	
Частично умеет применять методы системного подхода для решения поставленных задач	
В большинстве случаев умеет применять методы системного подхода для решения поставленных задач	
Уверенно и свободно умеет применять методы системного подхода для решения поставленных задач	
Частично владеет навыками применения методов системного подхода для решения поставленных задач	
В большинстве случаев владеет навыками применения методов системного подхода для решения поставленных задач	
Уверенно и свободно владеет навыками применения методов системного подхода для решения поставленных задач	
<b>ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта</b>	
<b>ОПК-4.2: Организовывает продажи туристского продукта</b>	
Частично знает организацию продажи туристского продукта	
В большинстве случаев знает организацию продажи туристского продукта	

Уверенно и свободно знает организацию продажи туристского продукта
Частично умеет организовывать продажи туристского продукта
В большинстве случаев умеет организовывать продажи туристского продукта
Уверенно и свободно умеет организовывать продажи туристского продукта
Частично владеет навыками организации продажи туристского продукта
В большинстве случаев владеет навыками организации продажи туристского продукта
Уверенно и свободно владеет навыками организации продажи туристского продукта

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1.</b>						
1.1	Тема 1. Содержание и принципы стратегического планирования /Тема/	4	0				
1.2	/Лек/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2	Л1.2		
1.3	/Пр/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.4	/Ср/	4	10	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.5	Тема 2. Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ /Тема/	4	0				
1.6	/Лек/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2	Л1.2		
1.7	/Пр/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.8	/Ср/	4	10	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.9	Тема 3. Основные этапы стратегического планирование на уровне туристического предприятия /Тема/	4	0				
1.10	/Лек/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2	Л1.1 Л1.2		
1.11	/Пр/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.12	/Ср/	4	10	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.13	Тема 4. Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы /Тема/	4	0				
1.14	/Лек/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2	Л1.2		
1.15	/Пр/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.16	/Ср/	4	12	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.17	Тема 5. Конкурентный анализ в стратегическом планировании /Тема/	4	0				
1.18	/Лек/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2	Л1.2		
1.19	/Пр/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.20	/Ср/	4	14	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.21	Тема 6. Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях /Тема/	4	0				

1.22	/Лек/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2	Л1.1 Л1.2		
1.23	/Пр/	4	2	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.24	/Ср/	4	19	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.25	/Экзамен/	4	6,8	ОПК-4.2 УК-1.2			
1.26	/ИКР/	4	2,2	ОПК-4.2 УК-1.2			

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний:

1. Системный подход к определению туризма как объекта комплексного стратегического планирования.
2. Сущность, характеристики услуг в сфере туризма.
3. Понятия «стратегия» и «стратегическое планирование» в туризме: сущность, особенности.
4. Принципы стратегического планирования в туризме.
5. Организация внутрифирменного планирования.
6. Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия.
7. Миссия и видение как ориентиры, направления функционирования компании. Особенности формулирования и значение.
8. Стратегические цели как основа для планирования и организации деятельности туристического предприятия. Процесс определения целей.
9. Потребители как главный компонент внешней среды туристической фирмы. Уровни анализа потребителей.
10. Туристический рынок. Основные принципы сегментирования туристического рынка.
11. Основные типы непосредственных конкурентов туроператора.
12. Ценовая конкуренция: выгоды для потребителя и негативные последствия для туристического рынка.
13. Сущность, задачи, значение бизнес-плана, его отличия от стратегического плана.
14. Туризм как объект государственного регулирования. Основные направления регулирования.
15. Показатели, характеризующие туристский потенциал территории.

Тестовые задания

1. К какому периоду относят возникновение концепции стратегического планирования:
  - а) период с 30-х – по 50-е г.г. XX века;
  - б) период к. 60-х – начало 70-х г.г. XX века;
  - в) период с 80-х – по 90-е г.г. XX века;
  - г) период к. 90-х XX в. – начало XXI века;
  
2. Миссия фирмы фиксируется качественно в виде:
  - а) целей и задач;
  - б) мировоззрения фирмы;
  - в) организационной культуры;
  - г) социальной ответственности;
  
3. Все многообразие общих стратегий развития фирмы является различными модификациями нескольких базовых типов стратегий – это:
  - а) стратегии развитие рынка, диверсификации или ликвидации;
  - б) стратегии стабильности, роста или сокращения;
  - в) стратегии интеграции, диверсификации или дифференциации;
  
4. В структуре затрат, определяющих высоту входных барьеров на туристическом рынке, можно выделить:
  - а) затраты на рекламу;
  - б) стоимость деловой недвижимости;
  - в) глубину продаж туров;
  - г) стоимость рабочей силы;

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки умений:

1. Оценка возможностей появления новых конкурентов как этап проведения
2. Оценка туроператором поставщиков туристических услуг как представителей микросреды туризма.
3. Анализ туристической компанией партнеров как представителей микросреды туризма.
4. Оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке как этап проведения конкурентного

анализа. Уровни и типы конкуренции.

5. Оценка возможностей появления новых конкурентов как этап проведения конкурентного анализа в процессе стратегического планирования.
6. Методы государственного регулирования сферы туризма.
7. Идентификация конкурентов в процессе конкурентного анализа на основе внешних доступных источников информации.
8. Сегментирование по географическому принципу. Потребности сегмента и требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.
9. Сегментирование по экономическому принципу. Потребности сегмента и требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.
10. Процесс (этапы) определения сегментов туроператором, на удовлетворение потребностей которых будет направлена его деятельность.

Тестовые задания

1. Генетический подход к прогнозированию в процессе стратегирования основан на:

- а) описании возможных перспектив развития;
- б) учете современной ситуации;
- в) экстраполяции тенденций прошлого периода на будущее;

2. Среди стратегических программ в процессе их классификации выделяют:

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

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

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

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

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

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

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

6. Стратегическое планирование должно давать ответ на вопрос:

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

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки навыков:

1. Оценка сильных и слабых сторон предложений конкурентов в процессе конкурентного анализа.
2. Выбор туристическим предприятием стратегии конкурентной борьбы. основных типа конкурентных стратегий.
3. Организация и этапы разработки бизнес-плана на туристическом предприятии.
4. Структура бизнес-плана туристического предприятия.
5. SWOT- анализ как метод стратегического анализа среды. Алгоритм его применения.
6. Оценка влияния возможностей на организацию с помощью метода позиционирования. Матрица возможностей.
7. Туристский потенциал территории. Оценка его основных компонентов.
8. Анализ внешней среды. Основные факторы макро-и микросреды
9. Анализ внутренней среды. Основные направления анализа внутренней среды.
10. Стратегический прогноз. Генетический и нормативный подходы к прогнозированию.
11. Стратегическое программирование. Виды стратегических программ.

Тестовые задания

1. Определите факторы внешней среды, неотносящиеся к факторам микросреды фирмы:

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

2. Критическими точками в процессе стратегического анализа среды фирмы называют:
- факторы внешней среды ближнего отраслевого окружения;
  - факторы макросреды, характеризующиеся неопределенностью и динамизмом развития;
  - факторы, которые являются для фирмы наиболее важными;
3. Исследование каких факторов внешней среды включает анализ микросреды фирмы:
- конкурентов;
  - контактной аудитории;
  - поставщиков;
  - партнеров;
  - потребителей;
4. Основу конкурентной стратегии фирм – коммутантов составляют:
- узкая специализация и низкие издержки;
  - гибкость и приспособляемость;
  - удовлетворение массового спроса потребителей;
5. Основу конкурентной стратегии фирм – пациентов составляют:
- экономия на масштабе и удовлетворение массового спроса потребителей;
  - низкие издержки, основанные на узкой специализации и качестве услуги;
  - низкая устойчивость, но гибкость и приспособляемость.

### 5.2. Темы письменных работ

- Системный подход к определению туризма как объекта комплексного стратегического планирования.
- Сущность, характеристики услуг в сфере туризма.
- Понятия «стратегия» и «стратегическое планирование» в туризме: сущность, особенности.
- Принципы стратегического планирования в туризме.
- Организация внутрифирменного планирования.
- Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия.
- Миссия и видение как ориентиры, направления функционирования компании. Особенности формулирования и значение.
- Стратегические цели как основа для планирования и организации деятельности туристического предприятия. Процесс определения целей.
- Потребители как главный компонент внешней микросреды туристической фирмы. Уровни анализа потребителей.
- Туристический рынок. Основные принципы сегментирования туристического рынка.
- Основные типы непосредственных конкурентов туроператора.
- Ценовая конкуренция: выгоды для потребителя и негативные последствия для туристического рынка.
- Сущность, задачи, значение бизнес-плана, его отличия от стратегического плана.
- Туризм как объект государственного регулирования. Основные направления регулирования.
- Показатели, характеризующие туристский потенциал территории.
- Оценка возможностей появления новых конкурентов как этап проведения
- Оценка туроператором поставщиков туристических услуг как представителей микросреды туризма.
- Анализ туристической компанией партнеров как представителей микросреды туризма.
- Оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке как этап проведения конкурентного анализа. Уровни и типы конкуренции.
- Оценка возможностей появления новых конкурентов как этап проведения конкурентного анализа в процессе стратегического планирования.
- Методы государственного регулирования сферы туризма.
- Идентификация конкурентов в процессе конкурентного анализа на основе внешних доступных источников информации.
- Сегментирование по географическому принципу. Потребности сегмента и требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.
- Сегментирование по экономическому принципу. Потребности сегмента и требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.
- Процесс (этапы) определения сегментов туроператором, на удовлетворение потребностей которых будет направлена его деятельность.

### 5.3. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине «Стратегическое планирование» включает:

- оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:
  - устный и письменный опрос,
  - собеседование,
  - реферативное задание,
  - тестовое задание
- оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме: контрольных вопросов и заданий для экзамена.

**5.4. Перечень видов оценочных средств**

- экзамены;
- решение практических ситуаций;
- тестирование;
- доклады;
- рефераты.

**6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Тимофеев М. С.	Современное направление развития турагентской деятельности в РФ: проблемы и перспективы: монография	Москва: Лаборатория книги, 2010
Л1.2	Артеменко Я. С.	Туристический комплекс в России: тенденции и риски: монография	Москва: Лаборатория книги, 2012

**6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

6.3.2.1	2. Информационная справочная система «Гарант»
6.3.2.2	1. Справочная Правовая Система КонсультантПлюс

**7. МТО (оборудование и технические средства обучения)**

№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
46/2	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 15 шт., стул – 30 шт., доска – 1 шт.,		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	

**8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Освоение дисциплины (модуля) Стратегическое планирование основано на комплексном формировании заданных показателей компетенций, представляющих собой, соответствующие знания, умения и навыки. Показатели компетенций «Знать» формируются преимущественно на основе лекционного материала и частично в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.

Показатели компетенций «Уметь» и «Владеть» формируются в результате выполнения практических заданий и в результате выполнения заданий на самостоятельную работу.

Целью семинарского занятия является проверка усвоения программного материала по дисциплине (модулю)

Стратегическое планирование, осуществление контроля и помощи в организации самостоятельной работы студента.

На семинарском занятии закрепляется обучение студентов самостоятельной работе с литературой и вспомогательным материалом. Студенты вырабатывают навык исследования по проблемным вопросам.

Занятие проводится после прочитанной лекции по теме учебной программы. При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется использовать как учебную литературу, нормативные акты, относящиеся к изучаемой теме.

Семинарское занятие включает доклады студентов по вопросам для самостоятельного изучения.

К самостоятельной работе студентов относится: конспектирование первоисточников и другой учебной литературы; проработка учебного материала по конспектам, учебной и научной литературе; самостоятельное изучение вопросов по теме; выполнение курсовых проектов (работ); подготовка к промежуточной аттестации.