

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Географический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан географического факультета,
академик РАН Добролюбов С.А.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ**

Уровень высшего образования:
бакалавриат

Направление подготовки:
43.03.02 «Туризм»

Направленность (профиль) ОПОП:
«Туризм»

Форма обучения:
очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
Учебно-методической комиссией географического факультета
(протокол №18, дата 22.11.2022)

Москва 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки «Туризм» (*программы бакалавриата, магистратуры, реализуемым последовательно по схеме интегрированной подготовки*).

ОС МГУ утвержден решением Ученого совета МГУ №1044 от 30 августа 2019 года

Год (годы) приема на обучение: 2019

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП – относится к вариативной части ОПОП, является обязательной для освоения.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия: базируется на знаниях и умениях, полученных студентами в процессе изучения общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин («История», «Экономика»), общих математических и естественнонаучных дисциплин («Математика», «Информатика»), а также цикла общепрофессиональных дисциплин («Экономика туризма», «Статистика туризма», «Основы туристской деятельности», «Менеджмент на предприятиях туристской индустрии», «Правовое сопровождение деятельности предприятий туристской индустрии», «Организация деятельности туроператорских и турагентских предприятий»).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников:

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями
ОПК-2.Б (<i>формируются частично</i>): Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	ОПК-2.Б.1. Осуществляет основные функции управления туристской деятельностью	<p>Знать: нормативно-правовую базу туристско-рекреационного проектирования; методы маркетинговых исследований; основы маркетинговых коммуникаций; принципы организации операционной деятельности.</p> <p>Уметь: проводить маркетинговые исследования в туризме; диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию; разрабатывать программы осуществления организационных изменений и оценивать их эффективность</p> <p>Владеть: представлениями о структуре туристского рынка; методами формулирования и реализации стратегий на уровне бизнес-единицы; методами формирования и поддержания этичного климата в организации.</p>
ПК-3.Б (<i>формируются частично</i>):	ПК-3.Б.1.	Знать: основные методы и инструменты управления

Способен осуществлять туристско-рекреационное проектирование, в части оценки туристско-рекреационного потенциала территорий разного ранга, разработки и реализации бизнес-планов туристских продуктов, маршрутов и объектов туристско-рекреационной инфраструктуры, оценки эффективности реализации проектов	Осуществляет туристско-рекреационное проектирование, оценку туристско-рекреационного потенциала, разработку и реализацию бизнес-планов туристских продуктов, маршрутов, оценку эффективности реализации проектов	операционной деятельностью организации; основы делового общения, принципы и методы организации деловых коммуникаций. Уметь: ставить и решать задачи операционного маркетинга; организовать эффективное управление предприятием индустрии туризма. Владеть: методами управления операциями; навыками создания новых туристских продуктов и услуг.
--	--	--

4. Объем дисциплины (модуля) 2з.е., 72 часа, в том числе 54 академических часа на контактную работу обучающихся с преподавателем, 18 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

5. Формат обучения не предполагает электронного обучения и использования дистанционных образовательных технологий (за исключением форс-мажорных обстоятельств – пандемии и т.п.).

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и виды учебных занятий

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе				
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) <i>Виды контактной работы, часы*</i>			Самостоятельная работа обучающегося <i>Виды самостоятельной работы, часы</i>	
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего	Работа с литературой (включая письменные опросы)	Всего
Тема 1. Сущность и содержание бизнес-планирования	6	4	2	6		

Тема 2. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия	4	2	1	3	1	1
Тема 3. Анализ внутренней среды предприятия	4	2	1	3	1	1
Тема 4. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг	4	2	1	3	1	1
Тема 5. Исследование конкурентной среды	3	2	1	3		
Тема 6. Разработка туристских товаров и услуг	3	2	1	3		
Тема 7. Ценовая политика в системе бизнес-планирования	4	2	1	3	1	1
Тема 8. Система распределения и сбыта	4	2	1	3	1	1
Тема 9. Оценка эффективности и управление рисками	6	4	2	6		
Тема 10. Система планов на предприятии туризма и характеристика плановых расчетов	4	2	1	3	1	1
Тема 11. Операционное планирование и бизнес-планирование	3	2	1	3		
Тема 12. Сущность и методы прогнозирования в туризме	3	2	1	3		
Тема 13. Анализ и прогнозирование состояния внутренней и внешней среды предприятия	3	2	1	3		
Тема 14. Направления прогнозирования в туризме	4	2	1	3	1	1
Тема 15. Региональные тренды и прогнозы развития туристического бизнеса	4	2	1	3	1	1
Тема 16. Основные средства автоматизации прогнозирования в туризме	3	2	1	3		
Промежуточная аттестация: экзамен	10	<i>Экзамен</i>				10
Итого:	72	54				18

Содержание лекций, семинаров

Содержание лекций

Темы 1-2. Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия.

Предмет и содержание бизнес-планирования, социально-экономическая сущность бизнес-плана. Основные принципы, функции, цели и задачи бизнес-планирования. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам. Планирование как фаза процесса управления гостиничным и туристским предприятием. Понятие системы планирования и системы планов. Подготовка к разработке и составлению бизнес-плана. Бизнес-идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, анализ клиентов, анализ рынка). Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план). Основные разделы бизнес-плана, инвестиционного проекта туристского предприятия. Принципиальные подходы к построению системы планирования. Цели, потенциалы, процессы и объекты как предметы качественного и количественного планирования. Система планирования на базе периодических и непериодических планов для организационных единиц и проектов. Характеристика отдельных подсистем планирования. Генеральное целевое планирование, стратегическое планирование, оперативное планирование, сводное общефирменное планирование, планирование результата и финансовое планирование.

Тема 3. Анализ внутренней среды предприятия.

Общая характеристика предприятия: история развития предприятия, организационно-правовая форма, организационная структура, сфера деятельности, основные продукты и услуги. Кредитная история. Экономический анализ деятельности предприятия. Анализ технико-экономических показателей: выручка, прибыль, рентабельность, показатели использования основных фондов и оборотных средств, численность персонала, фонд оплаты труда, производительность труда. Анализ финансовой деятельности: анализ структуры баланса, анализ ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности, деловой активности. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы.

Тема 4. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. Выбор потребителей туристских услуг.

Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Общая структура спроса. Прогноз основных показателей рынка. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка. Общие и специфические факторы рынка. Процесс принятия решения о покупке. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления. Классификация потребителей в туризме. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг.

Тема 5. Исследование конкурентной среды.

Понятие конкурентной среды туристского предприятия. Виды конкуренции и характеристика типов туристских рынков. Виды предпринимательского поведения в туризме. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании. Анализ факторов конкурентной среды туристского предприятия. Определение доли рынка предприятия. Характеристика основных конкурентов. Анализ

продукции и услуг конкурентов. Анализ ценовой политики, программ продвижения. Оценка конкурентоспособности предприятия при его проектировании или развитии.

Тема 6. Разработка туристских товаров и услуг.

Классификация туристских товаров и услуг. Общая характеристика турпродукта. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы. Формирование товарной политики на туристском предприятии. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия. Порядок разработки и выбора турпродукта. Инновационная деятельность. Представление характеристики продукции и услуг в бизнес-плане. Сравнительный анализ по основным показателям с товарами-аналогами. Характеристика функциональных и потребительских свойств основных и дополнительных товаров и услуг.

Тема 7. Ценовая политика в системе бизнес-планирования.

Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги: затратные методы, метод потребительской оценки, метод анализа цен конкурентов, метод директ-костинг. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме и индустрии гостеприимства.

Тема 8. Система распределения и сбыта.

Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама. Сущность сбытовой деятельности предприятий туризма. Каналы распространения туристских товаров и услуг, уровни каналов. Формы и методы реализации турпродукта. Способы и методы реализации (сбыта) турпродукта: директ-маркетинг, телемаркетинг, косвенный сбыт, селективный сбыт, исключительный сбыт. Формирование программы сбыта. Годовая программа сбыта, учет сезонности при формировании сбыта. Разработка программы сбыта в натуральном и стоимостном виде. Виды продвижения в туризме: реклама, личная продажа, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта. Особенности разработки плана продвижения для предприятий туризма и индустрии гостеприимства. Определение цели продвижения, характеристика целевой аудитории, анализ и выбор каналов продвижения, разработка медиаплана, разработка итогового плана продвижения с учетом шага проекта.

Тема 9. Оценка эффективности и управление рисками.

План прибылей и убытков. Выручка от реализации туруслуг. Производственные затраты. Валовая маржа. Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая прибыль. Налоговое окружение. План движения денежных средств. Критерии оценки инвестиционного проекта. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR). Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д.

Темы10-11. Система планов на предприятии туризма и характеристика плановых расчетов. Операционное планирование и бизнес-планирование.

Планирование по функциональным сферам деятельности. Сущность и задачи функционального планирования. Формирование, объем и структура функциональных планов. Плановые расчеты в подразделениях. Планирование по видам продуктов (услуг) и плановая калькуляция. Понятие, основы, цель и методы планирования по продуктам (услугам) и планового калькулирования. Расчет затрат по процессам. Финансовое планирование. Планирование издержек и выручки. Порядок расчета и информационная значимость. Планирование затрат, доходов и баланса. Планирование выплат и поступлений. Основы планирования платежей в рамках интегрированного внутрифирменного планирования. Планирование частных поступлений и выплат. Планирование денежных потоков. Формирование денежных потоков и их информационная значимость. Планирование инвестиций. Планирование внешнего финансирования. Планирование резервов ликвидности. Прямое и косвенное финансовое планирование. Общефирменные модели финансового планирования: простые, комплексные, аналитические модели и модели встречного целевого планирования. Бизнес планирование: понятие и сущность. Основные разделы бизнес-планы и методика их разработки. Автоматизация обработки информации в системе плановых расчетов. Этапы развития автоматизированных информационных систем. Принципы построения интегрированных управленческо-информационных систем. Разработка общей концепции многофункциональной управленческо-информационной системы. Разработка базовых и управленческих банков данных и банков моделей. примеры интегрированных управленческо-информационных систем. Программное обеспечение оперативно-календарного планирования. Программное обеспечение бизнес-планирования.

Темы12-13. Сущность и методы прогнозирования в туризме. Анализ и прогнозирование состояния внутренней и внешней среды предприятия.

Прогнозирование как необходимый элемент управления предприятием в рыночных условиях. Место и роль прогнозирования в социально-экономических исследованиях, соотношение прогнозирования, планирования и управления. Прогнозирование как элемент процесса принятия решений. Объекты социально-экономического прогнозирования. Качественные и количественные прогнозы. Достоверность и точность прогнозов. Учет прогнозов в управленческой деятельности. Основные принципы экономического и социального прогнозирования. Принципы системности, адекватности, научной обоснованности, альтернативности. Типология прогнозов, Классификация методов прогнозирования по целям, степени формализации, периоду упреждения. Нормативный и поисковый прогнозы. Особенности их разработки и использования в практической деятельности. Основные методы прогнозирования: экспертные оценки, статистические методы, методы моделирования. Прогнозирование как составная часть управления. Прогнозирование как единая система методических приемов разработки управленческих решений. Классификация методов прогнозирования. Качественные и количественные методы прогнозирования. Комплексные системы прогнозирования. Выбор метода прогнозирования при разработке прогнозов. Понятие, цель и возможности классификации прогнозов состояния внутренней и внешней среды. Объекты и методы качественного и количественного прогнозирования состояния внутренней и внешней среды. Комбинированные качественные и количественные методы прогнозирования состояния внутренней и внешней среды. Техника разработки сценариев. Системы раннего предупреждения.

Темы 14-16. Направления прогнозирования в туризме. Региональные тренды и прогнозы развития туристического бизнеса. Основные средства автоматизации прогнозирования в туризме. Мировые тенденции развития индустрии гостеприимства и туризма.

Основные показатели, характеризующие использование средств размещения. Занятость в сфере туризма. Мировые туристские потоки. Доходы от индустрии гостеприимства и туризма. Расчет прогноза мировых туристских прибытий и поступлений от туризма. Региональные тренды и прогнозы развития туристического бизнеса. Прогноз загрузки гостиничных предприятий ведущих стран мира: методика расчета в пакете Statgraphics Centurion. Кластерный анализ городов мира по количеству высококлассных отелей.

План проведения семинаров:

1. Обсуждение внешней среды предприятия.
 2. Обсуждение позиционирования продукции и услуг.
 3. Разработка стратегии ценообразования.
 4. Разработка плана сбыта и продвижения.
 5. Обсуждение эффективности проекта.
7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю):

Примерные вопросы для устного опроса:

1. Сущность и содержание планирования на предприятии туризма.
2. Система планов предприятия туризма и ее характеристика.
3. Основные принципы и методы планирования на туристских предприятиях.
4. Стратегическое планирование на предприятии туризма.
5. Бизнес-планирование на предприятиях туризма.
6. Бизнес-план гостиничного предприятия: основные разделы и метода разработки.
7. Бизнес-план туристического предприятия: основные разделы и метода разработки.
8. Планирование маркетинга на предприятии туризма.
9. Планирование операционной деятельности на предприятии туризма.
10. Финансовое планирование на предприятиях туризма.

Примерные вопросы для контрольного письменного опроса:

1. Какое из высказываний о планировании экономической деятельности туристских предприятий является ошибочным:

- А. При планировании не используются показатели детерминированных временных рядов. В. Планирование зависит от точности фактических показателей предшествующего периода.
С. Планирование всегда базируется на неполных данных.
D. Кризисы в экономике не поддаются планированию.
2. К принципам планирования экономической деятельности предприятий ИГиТ не относятся:
- А. Вариативность.
В. Адаптивность.
С. Сезонность.
D. Непрерывность.
3. Отличительными особенностями среднесрочного планирования экономической деятельности туристских предприятий не является:
- А. Длительность временного периода до трех лет.
В. Конкретизация прогнозируемых на перспективу показателей.
С. Разработка на основе среднесрочных планов календарных программ работы предприятия на месяц и неделю.
D. Детализация на основе среднесрочных планов разделов плана эксплуатационной деятельности гостиницы, товарооборота ресторана и т.д.
4. К методам планирования экономических показателей деятельности туристских предприятий не относятся:
- А. Долгосрочный.
В. Балансовый.
С. Индексный.
D. Нормативный.
5. По целям достижения выделяют следующие виды планирования деятельности предприятий:
- А. Оперативное
В. Краткосрочное
С. Детализированное
D. Научное

Примерный перечень вопросов для экзамена:

1. Дайте определение понятия «бизнес-план».
2. Укажите цели, задачи и функции бизнес-плана.
3. Опишите процесс подготовки к разработке и составлению бизнес-плана.
4. Каков порядок проведения предпроектных исследований?
5. Каково назначение маркетинговых исследований в системе бизнес-планирования?
6. Укажите структуру маркетинговой среды предприятия.

7. Перечислите факторы формирования макросреды при разработке бизнес-плана.
8. Обоснуйте необходимость нормативно-правового регулирования деятельности туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.
9. В чем заключается сущность оценки конкурентной среды?
10. Каковы существенные особенности качественных и параметрических показателей конкурентной среды?
11. В чем заключается сущность оценки конкурентоспособности предприятия при разработке бизнес-плана предприятия туризма?
12. Каковы особенности анализа потребителей продукции и услуг в бизнес-планировании?
13. Чем вызвана необходимость проведения анализа внутренней среды предприятия при разработке бизнес-плана?
14. Приведите пример SWOT-анализа гостиничного предприятия.
15. Укажите принципиальные различия организационно-правовых форм предпринимательства.
16. Каковы достоинства и недостатки использования различных организационно-правовых форм?
17. Каковы существенные особенности технологии регистрации и открытия туристской фирмы?
18. Выделите составные элементы оценки текущей деятельности туристского предприятия.
19. Каково назначение анализа финансового состояния предприятия?
20. Обоснуйте значение комплексного экономического анализа на предприятии.
21. Приведите перечень показателей комплексного экономического анализа на предприятии.
22. Укажите принципиальные различия методики разработки плана маркетинга в бизнес-плане и в маркетинговой стратегии.
23. Приведите пример расчета емкости рынка.
24. Дайте характеристику программе сбыта товаров и услуг предприятий туризма и гостеприимства при разработке бизнес-плана.
25. Опишите методы ценообразования предприятий туризма.
26. Выделите составные элементы классификации, состава и структуры затрат туристского предприятия.
27. Дайте характеристику видов и форм продвижения с точки зрения проектного анализа.
28. Приведите пример методики формирования производственного и организационного плана при планировании деятельности предприятий туризма и гостеприимства.
29. Укажите принципиальные различия видов и форм оплаты труда персонала на предприятиях туризма.
30. В чем заключаются особенности учетной политики туристского предприятия?
31. От чего зависит система налогообложения на предприятиях туризма?
32. Выделите составные элементы структуры и объема затрат при планировании прибылей и убытков.
33. Опишите процесс планирования прибыли и денежных потоков при разработке бизнес-плана предприятий туризма и гостеприимства.
34. Чем вызвана необходимость инвестиционного планирования?
35. Приведите пример потребностей и источников финансирования.
36. Опишите метод планирования движения денежных средств на основе инвестиционного плана и плана прибылей.
37. Дайте определение понятия «эффективность проекта».

38. Перечислите основные показатели эффективности проекта.
39. В чем заключается сущность анализа чувствительности проекта на изменение базовых показателей?
40. Составьте перечень рисков при разработке и представлении бизнес-планов предприятий туризма.
41. Каковы причины автоматизации прогнозирования на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма?
42. Опишите основные модули пакета SPSS. Какие модели используются в этом пакете для прогнозирования данных?
43. Дайте краткую характеристику модулю анализа и прогнозирования временных рядов пакета STATISTICA.
44. Каковы особенности прогнозирования в пакете NCSS?

Шкала и критерии оценивания

Промежуточная аттестация — устный экзамен.

Оценка РО и соответствующие виды оценочных средств	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Знания (виды оценочных средств: устные опросы, доклад с презентацией)	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
Умения (виды оценочных средств: практические задания, доклад с презентацией)	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности принципиального характера)	Успешное и систематическое умение
Навыки (владения, опыт деятельности) (виды оценочных средств: практические задания, доклад с презентацией)	Отсутствие навыков	Наличие отдельных навыков	В целом, сформированные навыки (владения), но используемые не в активной форме	Сформированные навыки (владения), применяемые при решении задач

8. Ресурсное обеспечение:

- Перечень основной и дополнительной учебной литературы:

Основная литература:

1. Виноградова М. В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина, А. А. Ларионова и др. – М: Дашков и К, 2013.– 280 с.

2. Зуб А. Т. Управление проектами: учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 422 с.
3. Лапыгин Ю. Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Ю.Н. Лапыгин. – 2-е изд. – Москва: ИНФРА-М, 2022. – 208 с.
4. Лысикова О. В. Операционный менеджмент пособие / О. В. Лысикова, А. В. Фоменко. - 3-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2019. – 96 с.
5. Николенко П. Г. Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса: администрирование отеля: учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 451 с.
6. Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие/ С.С. Скобкин. М: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 496 с
7. Шаркова А.В., Харитонов Т.В. Бизнес-планирование в туризме: учебник. М. Дашков и Ко. 2017. – 288с.

Дополнительная литература:

1. Гомилевская Г.А. Бизнес-план в туризме и индустрии гостеприимства: учебное пособие. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. – 76 с
2. Гончарова И.В., Розанова Т.П., Морозов М.А., Морозова Н.С. Маркетинг туризма, М.: Федеральное агентство по туризму. 2014. – 224с.
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. М.: Инфра-М, 2022. – 316с.
4. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Д. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник, 4-е издание. – М.: Юнити-Дана, 2018. – 1071с.
5. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. Учебник. М: Кнорус Медиа. – 2015.
6. Маркетинг в России и за рубежом (журнал)
7. Маркетинговые исследования в России и за рубежом (журнал)
8. Практический маркетинг (журнал)
9. Отель (журнал)
10. Туризм: практика, проблемы, перспективы (журнал).
11. Туристский бизнес (журнал)

- Перечень лицензионного программного обеспечения

Не требуется

- Перечень профессиональных баз данных и ресурсов информационных справочных систем:

1. Информационная база данных Федерального агентства по туризму www.russiatourism.ru
2. Статистическая база Всемирного Совета по туризму и путешествиям – www.wttc.org
3. Базы данных ЮНЕП ООН - www.unep.org.
4. Информационная база данных Федеральной службы государственной статистики РФ <http://www.gks.ru/>

- Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости)

1. Информационные материалы Всемирной туристской организации www.unwto.org

2. Список объектов Всемирного наследия по странам мира– www.unesco.org
3. Российский союз туристической индустрии www.rostourunion.ru
4. Информационно-аналитический журнал «Турбизнес» www.tourbus.ru
5. Электронная газета Российского союза туристической индустрии (РСТ) www.ratanews.ru
6. Официальные сайты национальных и региональных туристических администраций, а также туристических компаний стран мира и РФ.

- Описание материально-технической базы

Учебная аудитория с мультимедийным проектором

9. Язык преподавания: русский

10. Преподаватель: Ответственный за курс – Кружалин К.В., преподаватель – Кружалин К.В., к.г.н., доцент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Кудакаев А.Я., инженер кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

11. Разработчик программы: Кружалин К.В., к.г.н., доцент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Кудакаев А.Я., инженер кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова