

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Мета курсу: формуванні в студентів теоретичних знань та практичних навичок щодо сутності конкурентоспроможності як категорії і як властивості туристичного підприємства ринкової економіки; конкурентного середовища туристичного підприємства, його конкурентних переваг та конкурентних стратегій; конкурентоспроможності товару та методів його оцінки.

Міжпредметні зв'язки. Курс «Управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства» пов'язана з такими дисциплінами, як: «Управління якістю туристичних послуг», «КРІ в галузі туризму», «Державне та регіональне управління в галузі туризму», «Стратегічний менеджмент і маркетинг» тощо.

Процес вивчення дисципліни спрямований на формування таких компетентностей: опанування та творчого використання майбутніми фахівцями з туризму сучасної світової теорії управління конкурентоспроможністю підприємства, його організаційно-методичного забезпечення та практичного інструментарію в сфері туристичного обслуговування.

Програмні результати навчання:

знати: основні конкурентні переваги та способи їхнього досягнення туристичним підприємством в залежності від ситуації, що складається; базові різновиди конкурентних стратегій, основні типи ринків та відповідні їм ефективні стратегії конкуренції; загальні та специфічні чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності туристичного підприємства; зміст основних положень сучасної концепції менеджменту якості; послідовність етапів створення на підприємстві системи менеджменту якості і забезпечення її ефективного функціонування; сутність загальної концепції управління конкурентоспроможністю підприємства та специфічні особливості управління конкурентоспроможністю туристичних організацій.

вміти: здійснювати аналіз положення підприємства у конкурентному середовищі; проводити діагностику та ревізію поточної конкурентної стратегії; здійснювати аналіз конкурентних переваг, якими володіє туристичне підприємство, та визначати ті, що мають бути досягнутими в майбутньому для поліпшення його конкурентоспроможності; виконувати розрахунки, що пов'язані з оцінкою ступеню інтенсивності конкуренції; здійснювати розрахунки щодо обґрунтування організаційно-технічних рішень, що спрямовані на підвищення якості обслуговування і продуктивності виробництва; виконувати розрахунки та здійснювати аналіз одиничних, групових та інтегральних показників конкурентоспроможності

продукції та конкурентоспроможності туристичного підприємства; визначати та конкретизувати функції управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства.

володіти: термінологічним апаратом у сфері конкуренції; необхідною інформацією з вивчення ключових проблем конкуренції та конкурентоспроможності товарів, послуг, підприємств, галузей економіки, стратегій конкурентної поведінки; вміннями визначати й оцінювати показники і фактори конкурентоспроможності туристичних підприємств; навичками стратегічного планування та вироблення стратегій конкуренції на ринку.

Зміст навчальної дисципліни:

програма систематизує знання про принципи, методи та технологію формування конкурентних переваг і забезпечення на їх основі життєздатності туристичного підприємства як суб'єкта економічної діяльності.

Обсяг вивчення навчальної дисципліни: 3,5 кредити ЄКТС, загальний обсяг 105 годин, у т.ч. – 36 годин аудиторних занять і 140 годин – самостійна та індивідуальна робота.

Форма семестрового контролю: залік.