

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

_____ А. В. Егоров
“ 30 ” _____ 2025 г.
Регистрационный № УД 6664-23 уч.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности
6-05-0311-02 «Экономика и управление»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0311-02-2023 и учебных планов по специальности 6-05-0311-02 «Экономика и управление», профилизация «Экономика и управление туристическим бизнесом».

СОСТАВИТЕЛИ:

О.В.Ежель, доцент кафедры экономики и управления туристической индустрией Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

А.И.Матвиенко, заведующий кафедрой экономики и управления туристической индустрией Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

С.О.Белова, доцент кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Е.Ф.Волонцевич, заведующая отделом сферы услуг НИЭИ Минэкономики Республики Беларусь, кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 10 от 08.05.2025);

Методической комиссией по специальностям «Экономика и управление туристской индустрией», «Экономика и управление» с профилизациями «Экономика и управление туристическим бизнесом», «Экономика и управление гостиничным бизнесом», «Экономика и управление на рынке недвижимости», «Экономика» с профилизациями «Экономика и управление туристическими комплексами и территориями», «Экономика и управление на рынке недвижимости» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 26.05 2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 25.06.2025).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятий туристической индустрии» направлена на подготовку высококвалифицированных кадров для устойчивого развития туристического и гостиничного бизнеса Республики Беларусь, формирование у студентов знаний в области стратегического и операционного управления, анализа конкурентных преимуществ, повышения эффективности функционирования туристических предприятий в условиях современной рыночной экономики.

Учебная программа предназначена для организации изучения основных подходов к оценке и обеспечению конкурентоспособности, формирования навыков применения аналитических инструментов для разработки и реализации конкурентных стратегий, а также оценки их влияния на положение предприятия на туристическом рынке. Программа способствует развитию у студентов способности к стратегическому мышлению, принятию управленческих решений в условиях неопределенности и конкуренции, развитию инновационного подхода к управлению предприятием в сфере туризма.

В связи с этим знание теоретических и методических основ управления конкурентоспособностью, а также практики разработки и реализации антикризисных, адаптивных и инновационных управленческих решений, является профессиональным требованием к специалистам в области экономики и управления туристическими организациями.

Цель преподавания учебной дисциплины – подготовка обучающихся к работе в условиях конкурентных рыночных отношений, помощь в получении навыков проведения анализа и оценки конкурентной среды, уровня конкурентоспособности предприятия туристической индустрии, разработке и реализации эффективной конкурентной стратегии.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов по вопросам конкуренции, конкурентоспособности предприятий туристической индустрии и развить у них соответствующее мышление, позволяющее принимать решения о повышении их конкурентоспособности;
- сформировать у студентов четкое представление о современных подходах и механизме использования конкурентных преимуществ в конкурентной борьбе предприятиями туристической индустрии;
- развить практические навыки и умения оценки конкурентной среды и конкурентоспособности предприятия, разработки и реализации конкурентной стратегии на конкретных рынках или сегментах.

Учебная программа составлена с учетом современных тенденций развития туристической индустрии, отражающих требования бизнеса Республики Беларусь и мирового сообщества.

Структура учебной программы и методика преподавания учебной дисциплины учитывают передовой отечественный и зарубежный опыт развития

туристической индустрии, ориентируя обучающихся на приобретение соответствующих компетенций.

В результате изучения учебной дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятий туристической индустрии» формируется следующая **компетенция**:

специализированная:

- разрабатывать систему управления конкурентоспособностью, на основе конкурентного анализа обосновывать конкурентную стратегию туристического предприятия на конкретных рынках или сегментах, принимать управленческие решения по повышению его конкурентоспособности.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основы теории конкуренции;
- сущность факторов, сил конкуренции, источников формирования конкурентных преимуществ;
- элементы стратегии повышения конкурентоспособности организации;
- методику оценки конкурентоспособности предприятия в условиях рынка;
- методики проведения анализа конкурентной среды предприятия;
- виды конкурентных рисков, методы их оценки и управления ими;
- механизм разработки и реализации конкурентной стратегии организации.

уметь:

- проводить анализ и оценку конкурентной среды на туристическом рынке;
- оценить конкурентную позицию предприятия и определить тип конкурентной стратегии, используемой организациями на соответствующем рынке;
- оценить конкурентоспособность предприятия на туристическом рынке.

иметь навыки:

- сбора и обработки экономической информации в туристической индустрии;
- оценки конкурентоспособности предприятия;
- оценки величины конкурентного потенциала организации;
- разработки и реализации эффективной конкурентной стратегии с целью повышения конкурентоспособности организации.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина относится к модулю «Управление бизнесом» компонента учреждения образования.

Учебная дисциплина «Управление конкурентоспособностью предприятий туристической индустрии» базируется на тесной связи с другими учебными дисциплинами: «Экономика организации», «Экономика туристической индустрии», «Менеджмент организации», «Экономика и управление инновациями», «Организация туризма и туроперейтинг», «Организация деятельности гостиниц и ресторанов», «Внешнеэкономическая деятельность в туристической индустрии» и др.

Форма получения образования – дневная, заочная (на базе ССО).

В соответствии с учебным планом по специальности 6-05-0311-02 «Экономика и управление» для дневной формы получения образования учебная программа рассчитана на 102 часа, из них аудиторных занятий 60 часов, в том числе лекций – 28 часов; практических занятий – 32 часа.

Распределение аудиторного времени по семестрам:

7 семестр: лекций – 28 часов, практические занятия – 32 часа

Самостоятельная работа – 42 часа.

Для заочной формы получения общего высшего образования (на базе ССО) предусмотрено аудиторных занятий 12 часов, из них лекций – 6 часов, практических занятий – 6 часов

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

5 сессия: лекций – 2 часа

6 сессия: лекций – 4 часа, практических занятий – 6 часов

Самостоятельная работа – 90 часов.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Форма промежуточной аттестации по учебной дисциплине: зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности

Тема 1.1. Конкуренция как образ жизни и движущая сила развития субъектов рынка

Актуальность проблемы повышения конкурентоспособности для современного этапа развития экономики. Цель и задачи дисциплины в условиях формирования конкурентной рыночной среды, структура курса. Предмет и содержание дисциплины. Взаимосвязь с другими дисциплинами.

Создание и развитие теории конкуренции. Эволюция теоретических взглядов на конкуренцию. Новизна теории конкуренции А.Смита. Обзор различных точек зрения по вопросу определения понятий. Отличия трактовки конкуренции в определениях различных авторов. Поведенческая, структурная, функциональная, иные трактовки конкуренции. Основы формирования современной теории конкуренции и конкурентоспособности. Подходы в теории конкуренции: атомистическая, информационная, конфликтная теории.

Сущность и классификация рыночной конкуренции. Рыночная конкуренция. Классификация конкуренции по различным признакам. Виды конкуренции. Функциональная, видовая, предметная конкуренция. Ценовая, неценовая, недобросовестная конкуренция. Чистая, совершенная, реальная конкуренция. Формы конкуренции. Методы конкуренции. Сфера действия конкуренции. Интенсивность проявления конкуренции. Уровни конкуренции. Субъекты конкуренции.

Экономические основы конкуренции в туристической индустрии. Содержание конкуренции. Конкуренция как процесс управления. Субъекты и объекты конкурентных отношений. Цели конкуренции. Роль конкуренции в развитии рыночной экономики, ценности конкуренции. Необходимость повышения качества товаров и услуг, снижения цен, экономии затрат и ресурсов, использования инноваций и др.

Экономические законы рыночных отношений и конкурентоспособности.

Необходимость государственного регулирования конкуренции, создания и поддержания конкурентной среды. Антимонопольное законодательство.

Тема 1.2. Силы конкуренции в туристической индустрии: формирование, взаимодействие, оценка

Силы конкурентного соперничества между субъектами хозяйствования. Понятие «конкурентной арены» по М.Портеру. «Центральный ринг» конкурентной арены. Конкуренция товаров-субститутов. Потенциальная конкуренция. Конкуренция со стороны продавцов и покупателей. Факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы. Объективные и субъективные факторы. Проявления отдельных факторов в различных силах конкуренции.

Оценка степени влияния каждой из сил конкуренции. Средневзвешенный балл экспертной оценки. Применение анализа факторов для прогноза развития конкуренции. Сила конкурентной борьбы при различных формах рыночной конкуренции. Исследование конкуренции на рынке. Диагностика конкуренции на рынке. Методика анализа реакции конкурента (по М. Портеру). Возможности экспресс-оценки конкуренции с использованием маркетингового подхода.

Интенсивность конкуренции и ее диагностика. Понятие интенсивности конкуренции. Оценка интенсивности. Возможные варианты оценки интенсивности конкуренции. Четырехдольный показатель силы конкуренции. Индекс Херфиндаля-Хершмана. Динамический и статический коэффициенты интенсивности конкуренции. Обобщающий показатель интенсивности конкуренции. Показатели, принятые законодательством Республики Беларусь для определения интенсивности конкуренции.

Тема 1.3. Понятие конкурентного преимущества, его виды и способы реализации

Понятие конкурентного преимущества. Взаимосвязь понятий «конкурентное преимущество» и «конкурентоспособность». Эволюция концепций конкурентных преимуществ. Ценностный подход к формированию конкурентных преимуществ. Система ценностей организации. Цепочка ценностей организации. Цепочка получения от ценности эффекта (прибыли).

Классификация ценностей и конкурентных преимуществ организации. Вид, содержание, способ существования, сущность, динамичность и форма проявления, место появления, уровень стабильности, масштаб. Современные подходы к формированию конкурентных преимуществ объектов. Источники формирования конкурентных преимуществ современной организации.

Классификация конкурентных преимуществ. Признаки классификации: отношение к системе, сфера возникновения, содержание фактора, средствам получения, время реализации, место реализации, вид получаемого результата.

«Конкурентный ромб» М. Портера. Детерминанты конкурентного преимущества: параметры факторов, параметры спроса, родственные и поддерживающие отрасли, стратегия организаций, их структура и соперничество. Случай и правительство, и их роль в формировании конкурентных преимуществ.

Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества организации. Ключевые факторы успеха. Роль ключевых факторов успеха в формировании конкурентных преимуществ. Стратегические и тактические ключевые факторы успеха. Устойчивое и сбалансированное развитие как проявление конкурентоспособности организации.

Характеристика системы факторов, формирующих конкурентное преимущество, и их практическое использование: национальные конкурентные преимущества, отраслевые, региональные, внутренние ресурсы и процессы организации, персонала, продукции. Наследственные и приобретенные конкурентные преимущества персонала. Внешние факторы конкурентного

преимущества организации. Внутренние факторы конкурентного преимущества организации: структурные ресурсные, технические, управленческие, рыночные, факторы эффективности функционирования. Внешние и внутренние конкурентные преимущества отрасли, региона, страны. Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества объектов.

Тема 1.4. Конкурентоспособность как критерий развития субъекта хозяйствования

Конкуренция и конкурентоспособность. Сущность конкурентоспособности, подходы и уровни ее определения. Макро-, мезо- и микроуровни конкурентоспособности. Конкурентоспособность национальной экономики, отрасли, организации, товара, персоны.

Методические подходы к созданию системы конкурентоспособности субъекта хозяйствования. Структура системы конкурентоспособности. Окружение. Внутренняя структура. Связь с внешней средой. Подсистема научного сопровождения, целевая, управляющая, обеспечивающая и управляемая подсистемы.

Формирование конкурентоспособности. Взаимосвязь категорий «конкурентоспособность» и «конкурентные преимущества». Логическая схема реализации конкурентных преимуществ. Формирование конкурентоспособности организации на основе конкурентных преимуществ. Интегральная оценка конкурентных преимуществ.

Содержание макросреды, мезосреды, микросреды субъекта хозяйствования. Факторы макросреды: международные, политические, экономические, правовые, социально-демографические, экологические природно-климатические, культурные, научно-технические. Факторы мезосреды: рыночная инфраструктура, мониторинг окружающей среды, здравоохранение, наука и образование, культура и спорт, торговля и общественное питание, транспорт и связь, пригородное сельское хозяйство, строительство, промышленность, жилищно-коммунальное хозяйство. Бытовое обслуживание населения. Содержание микросреды организации: поставщики, потребители, конкуренты, контактные аудитории, маркетинговые посредники, законодательство.

Сущность, виды конкурентного потенциала и их характеристика. Внешние возможности. Внешний конкурентный потенциал организации. Внутренние возможности. Внутренний конкурентный потенциал организации. Модель конкурентного потенциала. Компоненты конкурентного потенциала и их характеристика: ресурсный потенциал; рыночный потенциал; инновационный потенциал; творческий потенциал; маркетинговый потенциал.

Условия действия компонентов конкурентного потенциала на укрепление конкурентных позиций организации на рынке. Значение отдельных компонентов конкурентного потенциала для обеспечения преимуществ в осуществлении хозяйственной деятельности организации.

Процессный подход в управлении формированием конкурентного потенциала. Наличие инструментов по превращению потенциала в фактор действительной конкуренции. Сравнительный анализ потенциалов конкурирующих субъектов рынка туристических услуг. Учет влияние внешних сил и способность организации адаптироваться под изменяющиеся условия рынка. Связь с конкурентоспособностью организации.

Методы оценки состояния конкурентного потенциала организации. Выбор параметров оценки. Оценка внешней среды. Оценка внутренней среды. Оценка ресурсного потенциала организации. Оценка величины конкурентного потенциала через воспринимаемое качество услуг. Определение интегрального индекса качества услуги. Оценка степени удовлетворенности персонала. Комплексная оценка удовлетворенности заинтересованных сторон, характеризующая состояние конкурентного потенциала. Построение *радар* «Ожидание – Восприятие» по критериям конкурентного потенциала.

Выбор развития конкурентного потенциала на основе инсорсинга или аутсорсинга.

Инновационный потенциал и его влияние на конкурентоспособность организации. Важнейшие факторы, определяющими особенности формирования инновационного потенциала в сфере услуг.

Раздел 2. Содержание и методы оценки конкурентоспособности объектов

Тема 2.1. Анализ и оценка конкурентной среды

Рынок как внешняя среда организации. Сегментация рынка и ее факторы.

Анализ рынка. Причины ограничения конкуренции, признаки ограничения конкуренции. Понятие туристического рынка. Методические основы анализа конкурентной среды и концентрации на туристическом рынке. Продуктовые и географические границы туристического рынка. Ёмкость и структура рынка. Понятие и оценка интенсивности конкуренции. Оценка интенсивности конкуренции как важнейшей характеристики уровня активности конкурентной среды.

Методы оценки конкуренции на основе показателей концентрации. Преимущества и недостатки использования действующего инструментария. Типы рынков в зависимости от значений показателей рыночной концентрации. Группа вспомогательных показателей оценки неравенства организаций и их использование при оценке конкурентной среды на туристическом рынке. Качественные показатели, характеризующие структуру рынка. Типология входных барьеров. Оценка потенциальной конкуренции и барьеров входа на рынок.

Основные направления антимонопольного регулирования структуры рынка. Государственное регулирование конкурентной среды на основе устранения входных барьеров на рынки.

Диагностика факторов конкурентной среды. Оценка внешней макро- и микро среды. Оценка внешней маркетинговой микросреды организации: анализ покупателей, конкурентов, поставщиков и рыночного потенциала крупнейших рыночных субъектов.

Оценка привлекательность внешней маркетинговой среды. Итоговая оценка положения организации на рынке, проведение SWOT-анализа. Оценка привлекательности рынка. “Портфельный анализ” организации как основа выбора конкурентной стратегии: использование матрицы МакКинзи. Стратегический конкурентный анализ.

Тема 2.2. Оценка конкурентоспособности предприятия туристической индустрии

Методические основы оценки конкурентоспособности. Требование конкретности рынка и объекта оценки конкурентоспособности. Классификация основных методов, приемов анализа конкурентоспособности и области их применения. Специфические принципы оценки конкурентоспособности отдельных объектов. Этапы оценки конкурентоспособности объектов.

Основы оценки конкурентоспособности персонала. Внешние и внутренние конкурентные преимущества персонала. Экспертный подход к оценке конкурентоспособности персонала.

Конкурентоспособность товаров и услуг. Основные категории, определяющие конкурентоспособность продукции. Критерии конкурентоспособности товаров и услуг: уровень качества и его стабильность, социальная адресность, подлинность, безопасность, потребительская новизна, имидж, информативность, цена потребления. Классификация показателей, определяющих конкурентоспособность продукции. Оценка конкурентоспособности продукции на основе параметрических методов. Методы оценки: дифференциальный, смешанный, комплексный. Показатели оценки: единичные, групповые, интегральный. Определение составных компонентов интегрального показателя конкурентоспособности товара. Методика оценки конкурентоспособности однопараметрических объектов. Методика оценки конкурентоспособности товара по системе 1111- 5555. Экспертная оценка конкурентоспособности продукции (товара, услуги). Многоугольник оценки конкурентоспособности продукции.

Модели и методы оценки конкурентоспособности предприятия. Методика оценки конкурентоспособности организаций. Классификация методов оценки. Сущность теории эффективной конкуренции как метода оценки конкурентного статуса организации. Основные направления оценки деятельности организации и варианты их выбора. Приемы и методы расчета показателей и их сравнения.

Методы определения показателей финансового состояния организации в системе оценки. Оценка конкурентоспособности матричными методами. Интегральная оценка конкурентного статуса предприятия. Необходимость интегральной оценки конкурентного статуса организации. Обзор различных методических подходов. Формирование интегрального показателя экспресс-

оценки конкурентоспособности. Метод теории желательности и его применение. Интегрирование конкурентоспособности отдельных видов выпускаемой продукции. Использование формулы товаров и рынков. Интегрирование номенклатуры показателей конкурентоспособности. Шкала И. Ансоффа.

Рейтинговая оценка конкурентоспособности. Применение рейтинговых оценок для интегральной оценки конкурентоспособности организаций. Этапы и порядок формирования рейтингов.

Оценка конкурентоспособности на макроуровне. Конкурентоспособность национального туристического продукта: сущность, факторы. Пути повышения конкурентоспособности национального туристического продукта. Существующие подходы к анализу международной конкурентоспособности туристического продукта и их сравнительный анализ. Тенденции развития международных экономических отношений и их влияние на уровень конкурентоспособности национального туристического продукта Беларуси и субъектов туристической индустрии. Составляющие глобальной конкурентоспособности. Сравнительная страновая конкурентоспособность Республики Беларусь. Место Беларуси в глобальном рейтинге конкурентоспособности.

Раздел 3. Система управления конкурентоспособностью предприятий туристической индустрии

Тема 3.1. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью

Системный подход. Характерные черты развития социально-экономических систем. Свойства социально-экономической системы. *Логический подход.* Принципы диалектической и формальной логики. *Воспроизводственно-эволюционный подход.* Элементы воспроизводственно-эволюционного подхода. *Инновационный подход.* Инновационный процесс как объект менеджмента конкурентоспособности товара и организации. *Комплексный подход.* Технические, экологические, экономические, организационные, социальные, психологические и иные аспекты управления и их взаимосвязи. *Глобальный подход:* соответствие требованиям системности, логичности, комплексности в рамках мирового сообщества. *Интеграционный подход.* Интеграция между отдельными системами и компонентами; по стадиям жизненного цикла объекта управления; по вертикали; по горизонтали. *Виртуальный подход.* Отличительные черты виртуальных организаций. Принципы создания и функционирования виртуальных организаций. *Стандартизационный подход:* цели, основные направления развития мировой и национальной стандартизации. *Маркетинговый подход:* цели, этапы. *Эксклюзивный подход:* цели, объекты. *Функциональный подход.* *Предметный подход.* Отличия функционального и предметного подходов к развитию структуры организации и продукции. *Процессный подход:* сущность, взаимосвязь функций управления. *Структурный подход:* сущность, использование при повышении обоснованности распределения ресурсов. Метод

ранжирования. *Ситуационный подход*: сущность, использование альтернативных вариантов. *Нормативный подход*. Нормирование. Нормы расхода. Нормативы. Методы разработки норм. *Оптимизационный подход*. *Административный подход*: сущность, инструменты реализации. *Поведенческий подход*: цель, инструменты реализации. *Деловой подход*. Объективные и субъективные факторы. Определяющие глубину и полноту применения делового подхода.

Тема 3.2. Основы формирования конкурентной стратегии предприятия туристической индустрии

Конкурентное поведение и его типы: креативное, приспособленческое, обеспечивающее. Конкурентная стратегия. Классификация конкурентных стратегий. Корпоративная стратегия. Деловая стратегия. Функциональная стратегия. Операционная стратегия. Факторы, определяющие конкурентную стратегию.

Виды базовых конкурентных стратегий по М. Портеру. Стратегия снижения издержек, стратегия дифференциации продукции, стратегия фокусирования (сегментирования рынка): преимущества, необходимые рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы. Модификация конкурентных стратегий. Наступательные и оборонительные конкурентные стратегии: виды, основания применения. Конкурентные стратегии М. Треси и Ф. Вирзема. Функциональное превосходство. Тесная связь с потребителем. Лидирующая позиция по продукту.

Современная классификация конкурентных стратегий. Виолентная, пациентная, коммутантная, эксплерентная стратегии. Конкурентные стратегии в сфере крупного стандартного производства (фирмы виоленты). База и границы эффективности крупного производства. Стратегия обслуживания массового спроса. Стратегия подавления конкурентов. Конкурентные стратегии в сфере мелкого неспециализированного бизнеса (фирмы коммутанты). Локальные потребности и их роль на рынке. Стратегия мелкого бизнеса в борьбе с конкурентами. Разновидности фирм-коммутантов. Конкурентные преимущества узкой специализации (фирмы пациенты). Конкурентная стратегия в сфере инноваций (фирмы эксплеранты).

Конкурентные стратегии по Ф. Котлеру. Стратегии лидера рынка. Стратегии претендентов на лидерство. Стратегии последователей. Стратегии нишевиков.

Адаптация стратегий конкуренции к особенностям и динамике рынка. Зависимость принимаемой конкурентной стратегии от силы конкуренции продавцов и покупателей. Особенности и условия применения отдельных стратегий. Зависимость конкурентной стратегии от уровня жизненного цикла отрасли; от формы конкуренции на рынках. Стратегии конкуренции для субъектов хозяйствования с различной степенью доминирования на рынке.

Тема 3.3. Повышение конкурентоспособности предприятия туристической индустрии

Цели повышения конкурентоспособности предприятия. Формирование целей стратегии повышения конкурентоспособности организации. Виды целей. Требования к целям. Формирование системы целей во взаимосвязи с факторами обеспечения конкурентоспособности организации. Направления повышения конкурентоспособности организации. Перечень основных направлений для современной организации. Содержание работ по отдельным направлениям. Формирование дерева целей и показателей по отдельным направлениям.

Структура стратегии повышения конкурентоспособности организации. Перечень и содержание разделов стратегии повышения конкурентоспособности организации. Общий порядок разработки стратегии. Оценка качества разработанной стратегии. Использование метода экспертных оценок для оценки качества стратегии повышения конкурентоспособности организации. Порядок оценки качества стратегии повышения конкурентоспособности организации.

Внутренние факторы реализации стратегии повышения конкурентоспособности предприятия. Обеспечение реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации. Правовое обеспечение. Методическое обеспечение. Ресурсное обеспечение. Информационное обеспечение. Организационно-психологическое обеспечение. Инновационное обеспечение.

Формирование конкурентной среды как условие обеспечения конкурентоспособности. Факторы, влияющие на формирование конкурентной среды региона и отрасли. Факторы формирования конкурентного потенциала региона и отрасли. Система кластеров и ее роль в обеспечении конкурентоспособности. Приоритеты государственного регулирования входных барьеров в отрасли и регионе.

Риск. Управление риском как необходимое условие обеспечения конкурентоспособности организации. Основные характеристики рисков. Функции рисков. Классификация рисков. Принципы управления рисками. Этапы процесса управления рисками. Оценка риска. Методы оценки риска. Механизмы нейтрализации рисков.

Качество как экономическая категория и объект управления. Качество как фактор и средство обеспечения конкурентоспособности. Методологические основы управления качеством: аспекты качества продукции, контроль качества, значение стандартизации. Системное управление качеством и конкурентоспособностью. Составляющие категории «обеспечения качества». Условия обеспечения качества. Модель системы менеджмента качества, основанной на процессах, показывающая связи между разделами международного стандарта. Мониторинг и измерение удовлетворенности потребителя. Концептуальная модель удовлетворенности потребителя. Система нормативного обеспечения в области качества в Республике Беларусь.

Механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности организации.

Формирование и развитие конкурентных преимуществ организации для обеспечения конкурентоспособности на внешнем и внутреннем рынках. Мероприятия по обеспечению конкурентных преимуществ объектов разного уровня на внешних и внутренних рынках (маркетинговые и иные стратегии выхода предприятий на внешние рынки).

Контроль и регулирование обеспечения конкурентоспособности организации.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ»
Дневная форма получения высшего образования
(профилизация “Экономика и управление туристическим бизнесом”)

Номер раздела, темы	Название раздела темы	Количество аудиторных часов							Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельно работы				
						Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7 семестр										
1	Раздел Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности									
Тема 1.1.	Конкуренция как образ жизни и движущая сила развития субъектов рынка	4							[1-3,10,16,19]	Опрос, дискуссия
			2						[1-3,10,16,19]	Опрос, дискуссия, рефераты, тест
Тема 1.2.	Силы конкуренции в туристической индустрии: формирование, взаимодействие, оценка	2							[1-3,10,16,19]	Опрос, дискуссия
			2						[1-3,10,16,19]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
Тема 1.3.	Понятие конкурентного преимущества, его виды и способы реализации	4							[3,9,13,16]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
			4						[3,9,13,16]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций

Тема 1.4.	Конкурентоспособность как критерий развития субъекта хозяйствования	2							[3,4,13,16,17,19]	Опрос, дискуссия
			4						[3,4,13,16,17,19]	Опрос, дискуссия, ОКР 1
2	Раздел Содержание и методы оценки конкурентоспособности объектов									
Тема 2.1.	Анализ и оценка конкурентной среды	4							[1-3,10,12,14,15]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов
			4						[1-3,10,12,14,15]	Опрос, дискуссия, тест, анализ кейсов
Тема 2.2.	Оценка конкурентоспособности предприятия туристической индустрии	4							[3,4,5,6,11,13,16]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов
			6						[3,4,5,6,11,13,16]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов, выполнение индивидуального задания, ОКР 2
3	Раздел Система управления конкурентоспособностью предприятия туристической индустрии									
Тема 3.1	Научные подходы к управлению конкурентоспособностью	2							[3,17]	Опрос, дискуссия
			2						[3,17]	Опрос, дискуссия, рефераты, тест.
Тема 3.2	Основы формирования конкурентной стратегии развития организации	4							[3,7,11,16,18]	Опрос, анализ кейсов
			4						[3,7,11,16,18]	Опрос, выполнение индивидуального задания, анализ кейсов
Тема 3.3	Повышение конкурентоспособности предприятия туристической индустрии	2							[1,2,3,4,12-15]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов
			4						[1,2,3,4,12-15]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов, ОКР 3.
Итого 7 семестр		28	32							Зачет
Всего часов		28	32							

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ»
 Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)
 (профилизация “Экономика и управление туристическим бизнесом”)

Номер раздела, темы	Название раздела темы	Количество аудиторных часов							Литература	Форма контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельно работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
5 сессия										
1	Раздел Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности									
Тема 1.1.	Конкуренция как образ жизни и движущая сила развития субъектов рынка	0,5							[1-3,10,16,19]	Опрос, дискуссия
									[1-3,10,16,19]	Опрос, дискуссия
Тема 1.2.	Силы конкуренции в туристической индустрии: формирование, взаимодействие, оценка								[1-3,10,16,19]	Рефераты
									[1-3,10,16,19]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
Тема 1.3.	Понятие конкурентного преимущества, его виды и способы реализации	1							[3,9,13,16]	Опрос, дискуссия
									[3,9,13,16]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций

Тема 1.4. 2	Конкурентоспособность как критерий развития субъекта хозяйствования	0,5							[3,4,13,16,17,19]	Опрос, дискуссия
Итого 5 сессия		2	-							-
6 сессия										
1	Раздел Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности									
Тема 1.1.	Конкуренция как образ жизни и движущая сила развития субъектов рынка								[1-3,10,16,19]	Опрос, дискуссия
		0,5							[1-3,10,16,19]	Опрос, дискуссия
Тема 1.2.	Силы конкуренции в туристической индустрии: формирование, взаимодействие, оценка								[1-3,10,16,19]	Рефераты
		0,5							[1-3,10,16,19]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
Тема 1.3.	Понятие конкурентного преимущества, его виды и способы реализации								[3,9,13,16]	Опрос, дискуссия
		1							[3,9,13,16]	Опрос, дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
Тема 1.4. 2	Конкурентоспособность как критерий развития субъекта хозяйствования								[3,4,13,16,17,19]	Опрос, дискуссия
		0,5							[3,4,13,16,17,19]	Опрос, дискуссия
2	Раздел Содержание и методы оценки конкурентоспособности объектов									
Тема 2.1.	Анализ и оценка конкурентной среды	1							[1-3,10,12,14,15]	Опрос, дискуссия
		1							[1-3,10,12,14,15]	Опрос, дискуссия, тест, анализ кейсов
Тема 2.2.	Оценка конкурентоспособности предприятия туристической индустрии	1							[3,4,5,6,11,13,16]	Опрос, дискуссия
		1							[3,4,5,6,11,13,16]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов
3	Раздел Система управления конкурентоспособностью предприятия туристической индустрии									
Тема 3.1	Научные подходы к управлению конкурентоспособностью								[3,17]	
									[3,17]	Рефераты
Тема 3.2	Основы формирования конкурентной стратегии развития организации	1							[3,7,11,16,18]	Анализ кейсов
		1							[3,7,11,16,18]	Опрос, анализ кейсов

Тема 3.3	Повышение конкурентоспособности предприятия туристической индустрии	1						[1,2,3,4,12-15]	Опрос, дискуссия
			0,5					[1,2,3,4,12-15]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов
Итого 6 сессия		4	6						Зачет
Итого часов		6	6						

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Белова, С. О. Конкурентоспособность организации : пособие для студентов учреждений высшего образования 1 и 2 степени получения высшего образования / Министерство образования Респ. Беларусь, Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск : БГЭУ, 2022. – 284с.
2. Петрович, М. В. Управление организацией : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Менеджмент" / М. В. Петрович. – Минск : РИВШ, 2023. – 667 с.
3. Тарасенок, А. И. Геоэкономика туризма : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Экономика и управление туристской индустрией" / А. И. Тарасенок. – Минск : РИВШ, 2023. – 359 с.
4. Кабушкин, Н. И. Менеджмент туристической индустрии : [учебное пособие для студентов учреждений высшего образования] / Н. И. Кабушкин, О. В. Ежель. – Минск : РИВШ, 2022. – 418 с.

Дополнительная:

5. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / Н. В. Еремеева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2020. – 242 с.
6. Немогай, Н. В. Конкурентоспособность предприятия : учебник для студентов учреждений высшего образования по специальностям «Экономика и управление на предприятии», «Финансы и кредит», «Маркетинг», «Логистика» / УО Федерации профсоюзов Беларуси Междунар. ун-т «МИТСО», Гомельский фил. – Минск : РИВШ, 2023. – 530 с.
7. Бахмат А.Б. Конкурентоспособность предприятия : курс лекций для специальности 1-25 01 07 "Экономика и управление на предприятии". В 2 ч. Ч. 2 / ЧУО "БІП - Ін-т прававедання". - Минск : БІП - Інститут прававедання, 2019. – 92 с.
8. Войникас, Е.А. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху / Е. А.Войникас и др. – М.: ВШЭ, 2018. – 312 с.
9. Волонцевич, Е.Ф. Конкурентоспособность предприятия туристической индустрии: учеб. пособие / Е.Ф. Волонцевич. – Минск: РИПО, 2014. – 134 с.

10. Еремеева, Н.В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2019. – 242 с.
11. Институциональные механизмы инновационного конкурентоспособного развития экономики : [монография / М.И. Ноздрин-Плотницкий и др.]. – Минск : Мисанта, 2020. – 96 с.
12. Конкурентоспособность организации : практикум / С. О. Белова [и др.]. – Минск.: БГЭУ, 2018. – 198 с.
13. Конкурентоспособность туристического продукта Республики Беларусь. Методология оценки, анализ состояния. – Beau Bassin: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2018. – 62 с.
14. Конкурентоспособность туристического комплекса Республики Беларусь: современные тенденции и вызовы: монография / Е. Г. Киреенко, Д.Г. Решетников, А. И. Тарасенок и др.; под общ. ред. Киреенко Е. Г., Решетникова Д. Г. – Минск: Ковчег, 2018. – 400 с.
15. Логистический подход к управлению конкурентоспособностью субъектов хозяйствования в условиях перехода к устойчивому развитию Республики Беларусь : [монография / М.А. Слонимская и др.] ; под науч. ред. Е.Б. Малей ; М-во образования Респ. Беларусь, УО "Полоцкий гос. ун-т". – Новополоцк : Полоцкий государственный университет, 2021. – 339 с.
16. Лубчинская, И.П. Конкурентоспособность организации (предприятия). Качество как показатель конкурентоспособности организации. Анализ конкурентоспособности государства, региона, отрасли : пособие / М-во труда и социальной защиты Респ. Беларусь, ГУО "Респ. ин-т повыш. квалификации и переподготовки работников М-ва труда и социальной защиты Респ. Беларусь". – Минск : Колорград, 2018. – 55 с.
17. Международная конкурентоспособность реального сектора экономики Беларуси : [монография / А.Е. Дайнеко и др.] ; под ред. А.Е. Дайнеко. – Минск : БНТУ, 2020. – 227 с.
18. Повышение конкурентоспособности экономики на основе ее инновационного развития и модернизации: системный подход : [монография / Е.С. Жданова и др.] ; под науч. ред. К.В. Павлова ; М-во образования Респ. Беларусь, УО "Полоцкий гос. ун-т". – Новополоцк : Полоцкий государственный университет, 2020. - 287 с.
19. Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М.Портер. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 716 с.
20. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / М.Портер. – М.: Альпина, 2015. – 453 с.

21. Портер, М. Конкуренция. / М.Портер. – М.: Изд.Вильямс, 2010. – 592 с.
22. Советникова, О.П. Обеспечение конкурентоспособности регионов в условиях развития инновационной среды: теоретические и практические аспекты : монография / М-во образования Респ. Беларусь, УО "Витебский гос. технол. ун-т". – Витебск : Витебский государственный технологический университет, 2019. – 211 с.
23. Тарасенок, А. И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации (на примере Республики Беларусь) : монография / А. И. Тарасенок. – Минск : БГЭУ, 2016. – 199 с.
24. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник, – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.
25. Шоул, Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / пер. с англ. [И. Евстигнеевой]. – 10-е изд., доп. и перераб. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 383 с.
26. Эффективность использования ресурсов инновационного конкурентоспособного экономического развития : [монография / М.И. Ноздрин-Плотницкий и др.]. – Минск : Мисанта, 2019. - 185 с.
27. Ярошевич, В.И. Макроконкурентоспособность в условиях трансформации : монография / УО Федерации профсоюзов Беларуси "Международ. ун-т "МИТСО". – Минск : МИТСО, 2019. – 311 с.
28. Чаран, Р. Переосмысление конкурентного преимущества. Новые правила цифровой эпохи : [перевод с англ. И. Гродель] / Р. Чаран, Д. Уиллиган. – Минск : Попурри, 2022. – 236 с.
29. Конкурентоспособность предприятия (фирмы) : учебно-методический комплекс (электронный учебно-методический комплекс) по учебной дисциплине "Конкурентоспособность предприятия (фирмы)" для специальностей: 1-25 01 07 Экономика и управление на предприятии, 1-25 01 10 Коммерческая деятельность / сост. В.К. Пивоваров ; УО "Ин-т предпринимательской деятельности", Фак. экономики и бизнеса, Каф. коммерческой деятельности. – Минск : Институт предпринимательской деятельности, 2021. – 184 с.
30. Даниленко, Н. Н. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг: теория и методика оценки : монография / Н. Н. Даниленко, Е. А. Арбатская. – Москва : Русайнс, 2020. – 159 с. – ISBN 978-5-4365-4723-7. – URL: <https://book.ru/book/936051> (дата обращения: 12.06.2025). – Текст : электронный.
31. Абабков, Ю. Н. Обеспечение конкурентоспособности предприятия туризма : учебник / Ю. Н. Абабков, И. Г. Филиппова ; под ред. проф. Е. И. Богданова. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 144 с. - (Высшее образование). - ISBN

978-5-16-004386-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1002614> (дата обращения: 12.06.2025). – Режим доступа: по подписке.

32. Баранова, А. Ю. Оценка эффективности функционирования предпринимательских структур в индустрии гостеприимства : монография / А. Ю. Баранова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 141 с. – (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-004986-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1036571> (дата обращения: 12.06.2025). – Режим доступа: по подписке.

Электронные ресурсы:

33. Матвиенко, А. И. Управление конкурентоспособностью предприятий туристической индустрии : электронный учебно-методический комплекс для студентов специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» / А. И. Матвиенко, О. В. Ежель, М. В. Козловская // Электронная библиотека БГЭУ. – URL: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/101301> (дата обращения: 12.06.2025).

34. Левченко, Е. А. Стратегический менеджмент : курс лекций для студентов специальностей 1-25 02 02 "Менеджмент" и 1-25 01 07 "Экономика и управление на предприятии" и слушателей специального факультета по переподготовке кадров ОСП " Институт повышения квалификации и переподготовке кадров Белкоопсоюза" / Е. А. Левченко, О. В. Ежель ; Белкоопсоюз, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, Кафедра менеджмента. - Гомель : БГЭУ, 2007. - 172 с. – Текст: электронный. – URL: <http://lib.i-bteu.by/handle/22092014/1180> (дата обращения: 12.06.2025).

Нормативные и законодательные акты

35. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции : Закон Республики Беларусь от 12 дек. 2013 г. № 94-З : в ред. от 03 апр. 2024 г. // *іlex* : информ. правовая система (дата обращения: 12.06.2025).

36. О проведении анализа и оценки состояния конкуренции на товарных рынках Республики Беларусь : Методические рекомендации Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 13 фев. 2017 г. N 19 : в ред. от 05 июля 2024 г. // *іlex* : информ. правовая система (дата обращения: 12.06.2025).

37. О Комиссии по вопросам промышленной политики : Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 июня 2015 г. N 525 : в ред. от 04 сент. 2024 г. // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 12.06.2025).

38. Об утверждении Инструкции по определению доминирующего положения хозяйствующих субъектов : Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 20 марта 2015 г. № 24 : в ред. от 20 авг. 2018 г. // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 12.06.2025).

Перечень вопросов для проведения зачета

1. Создание и развитие теории конкуренции.
2. Сущность и классификация рыночной конкуренции.
3. Экономические основы конкуренции в туристической индустрии.
4. Экономические законы рыночных отношений и конкурентоспособности.
5. Необходимость государственного регулирования конкуренции, создания и поддержания конкурентной среды. Антимонопольное законодательство.
6. Силы конкурентного соперничества между субъектами хозяйствования. Понятие «конкурентной арены» по М.Портеру.
7. Факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы. Оценка степени влияния каждой из сил конкуренции.
8. Сила конкурентной борьбы при различных формах рыночной конкуренции. Диагностика конкуренции на рынке.
9. Интенсивность конкуренции и ее диагностика.
10. Понятие конкурентного преимущества. Ценностный подход к формированию конкурентных преимуществ.
11. Классификация ценностей и конкурентных преимуществ организации. «Конкурентный ромб» М. Портера.
12. Внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества организации. Ключевые факторы успеха.
13. Конкуренция и конкурентоспособность. Сущность конкурентоспособности, подходы и уровни ее определения.
14. Методические подходы к созданию системы конкурентоспособности субъекта хозяйствования.
15. Формирование конкурентоспособности организации на основе конкурентных преимуществ. Интегральная оценка конкурентных преимуществ.
16. Содержание макросреды, мезосреды, микросреды субъекта хозяйствования.
17. Сущность, виды конкурентного потенциала и их характеристика
18. Условия действия компонентов конкурентного потенциала на укрепление конкурентных позиций организации на рынке.
19. Процессный подход в управлении формированием конкурентного потенциала.
20. Методы оценки состояния конкурентного потенциала организации. Выбор параметров оценки.
21. Определение интегрального индекса качества услуги.
22. Инновационный потенциал и его влияние на конкурентоспособность организации. Важнейшие факторы, определяющими особенности формирования инновационного потенциала в сфере услуг.
23. Рынок как внешняя среда организации. Сегментация рынка и ее факторы.

24. Анализ рынка. Методические основы анализа конкурентной среды и концентрации на туристическом рынке.
25. Методы оценки конкуренции на основе показателей концентрации.
26. Основные направления антимонопольного регулирования структуры рынка. Государственное регулирование конкурентной среды на основе устранения входных барьеров на рынки.
27. Диагностика факторов конкурентной среды.
28. Оценка привлекательности внешней маркетинговой среды (SWOT-анализ, “портфельный анализ”, стратегический конкурентный анализ).
29. Методические основы оценки конкурентоспособности.
30. Основы оценки конкурентоспособности персонала.
31. Конкурентоспособность товаров и услуг: основные категории, критерии конкурентоспособности товаров и услуг, показатели.
32. Оценка конкурентоспособности продукции на основе параметрических методов. Определение составных компонентов интегрального показателя конкурентоспособности товара.
33. Методика оценки конкурентоспособности однопараметрических объектов.
34. Модели и методы оценки конкурентоспособности предприятия.
35. Сущность теории эффективной конкуренции как метода оценки конкурентного статуса организации.
36. Методы определения показателей финансового состояния организации в системе оценки.
37. Оценка конкурентоспособности матричными методами.
38. Интегральная оценка конкурентного статуса предприятия.
39. Рейтинговая оценка конкурентоспособности. Применение рейтинговых оценок для интегральной оценки конкурентоспособности организаций.
40. Оценка конкурентоспособности на макроуровне. Конкурентоспособность национального туристического продукта: сущность, факторы, пути повышения конкурентоспособности.
41. Существующие подходы к анализу международной конкурентоспособности туристического продукта и их сравнительный анализ.
42. Сравнительная страновая конкурентоспособность Республики Беларусь. Место Беларуси в глобальном рейтинге конкурентоспособности.
43. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью: Системный подход. Логический подход. Воспроизводственно-эволюционный подход. Инновационный подход. Комплексный подход.
44. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью: Глобальный подход. Интеграционный подход. Виртуальный подход. Стандартизационный подход.
45. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью: Маркетинговый подход. Эксклюзивный подход. Функциональный подход. Предметный подход.

46. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью: Процессный подход. Структурный подход. Ситуационный подход. Нормативный подход.

47. Научные подходы к управлению конкурентоспособностью: Оптимизационный подход. Административный подход. Поведенческий подход. Деловой подход.

48. Конкурентное поведение и его типы: креативное, приспособленческое, обеспечивающее.

49. Конкурентная стратегия. Классификация конкурентных стратегий.

50. Виды базовых конкурентных стратегий по М. Портеру.

51. Современная классификация конкурентных стратегий. Виолентная, пациентная, коммутантная, эксплерентная стратегии.

52. Конкурентные стратегии по Ф. Котлеру.

53. Адаптация стратегий конкуренции к особенностям и динамике рынка.

54. Цели и направления повышения конкурентоспособности предприятия. повышения конкурентоспособности организации.

55. Структура и общий порядок разработки стратегии повышения конкурентоспособности организации.

56. Внутренние факторы реализации стратегии повышения конкурентоспособности предприятия.

57. Формирование конкурентной среды как условие обеспечения конкурентоспособности.

58. Риск и управление риском как необходимое условие обеспечения конкурентоспособности организации.

59. Качество как фактор и средство обеспечения конкурентоспособности. Система нормативного обеспечения в области качества в Республике Беларусь.

60. Контроль и регулирование обеспечения конкурентоспособности организации.

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 42 часа, заочной формы получения образования на базе ССО – 90 часов.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- подготовка к практическим занятиям, в том числе подготовка сообщений, тематических докладов, информационных и демонстративных материалов, рефератов, презентаций, эссе и т.д.;
- подготовка отчетов по результатам индивидуальных практических работ;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- составление обзора научной (научно-технической) литературы по заданной теме;
- выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, интернет-источников;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, реферирование, рецензирование, составление резюме);
- подготовка к сдаче промежуточной аттестации.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия *текущей аттестации* в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- контрольная работа;
- тест;
- экспресс-опрос на аудиторных занятиях;
- опрос;
- реферат;
- учебное задание;
- отчет о выполнении практического проекта.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится три раза в семестр.

Результаты текущей аттестации за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и отражаются в ведомости текущей аттестации по учебной дисциплине.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

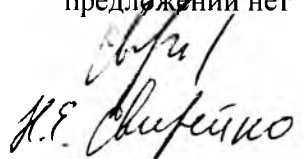
Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в зачета.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Внешекономическая деятельность в туристической индустрии	Коммерческой деятельности и рынка недвижимости	Замечаний и предложений нет 	

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «УПРАВЛЕНИЕ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ
ИНДУСТРИИ», (Регистрационный № _____ от __.__.__)
на ____/____ учебный год**

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
(протокол № ____ от _____ г.)

Заведующий кафедрой

канд. экон. наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

А.И.Матвиенко
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

канд. экон. наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

А.И.Ерчак
(И.О.Фамилия)