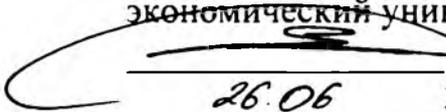


Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”


Е. Ф. Киреева

26.06 2023

Регистрационный № УД 5428-23/уч.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» (утв. 09.02.2022, Пост. Министерства образования Республики Беларусь № 22); учебного плана учреждения образования по специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» (утв. 14.05.2021 г., регистрационный № Е 28-1-012 /пр-тип.).

СОСТАВИТЕЛИ:

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

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

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

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

Волонцевич Е.Ф., 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 11.05.2023);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 7 от 24.06.2023).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Управление конкурентоспособностью предприятий туристической индустрии» разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» (утв. 09.02.2022, Пост. Министерства образования Республики Беларусь № 22) и является составной частью комплекса дисциплин, формирующих специальные компетенции студентов.

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.

Задачи, которые стоят перед изучением учебной дисциплины:

- 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.

Структура учебной программы и методика преподавания учебной дисциплины учитывают последние достижения научно-технического прогресса, передовой отечественный и зарубежный опыт развития туристической индустрии, ориентируя обучающихся на приобретение соответствующих компетенций. По результатам изучения дисциплины у специалиста должна быть сформирована компетенция:

СК-21. 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;

владеть навыками:

- 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 связи с этим необходимо применять современные технологии обучения студентов: информационно-коммуникационную, развития критического мышления, проблемного обучения, интегрированного обучения, проектную, игровые, групповые, кейс-технологии и др.

Изучение учебной дисциплины «Управление конкурентоспособностью предприятий туристической индустрии» базируется на тесной связи с другими учебными дисциплинами: «Микроэкономика», «Национальная экономика Беларуси», «Статистика», «Экономика туристической индустрии», «Менеджмент туристической индустрии», «Организация туризма и туроперейтинг», «Организация деятельности гостиниц и ресторанов», «Организация деятельности санаторно-курортных и оздоровительных организаций».

В соответствии с учебным планом по специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» учебная программа рассчитана на 136 часов, из них аудиторных занятий 68 часов, в том числе лекций - 34 часа; практических занятий - 34 часов. Количество часов для конкретной формы обучения, специализации устанавливается учебно-методическими картами.

Форма промежуточной аттестации по учебной дисциплине: зачет.
Количество зачетных единиц – 3.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Тема 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 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 статические коэффициенты интенсивности конкуренции. Обобщающий показатель интенсивности конкуренции. Показатели, принятые законодательством Республики Беларусь для определения интенсивности конкуренции.

Тема 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 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 влияния 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 *радара* «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, определяющие особенности формирования инновационного потенциала в сфере услуг.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБЪЕКТОВ

Тема 5. 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 6. 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 7. 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 8. 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 9. 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.

5.	Анализ и оценка конкурентной среды	6	6	-	-	-	-	[1-3, 10,12,14, 15]	Опрос, дискуссия, тест, анализ кейсов
6.	Оценка конкурентоспособности предприятия туристической индустрии	6	6	-	-	-	-	[3,4,5,6, 11,13,16]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов, выполнение индивидуального задания, ОКР 2
	Раздел 3. Система управления конкурентоспособностью предприятия туристической индустрии								
7.	Научные подходы к управлению конкурентоспособностью	2	2	-	-	-	-	[3,17]	Опрос, дискуссия, рефераты, тест.
8.	Основы формирования конкурентной стратегии развития организации	6	4	-	-	-	-	[3,7,11,16, 18]	Опрос, выполнение индивидуального задания, анализ кейсов
9.	Повышение конкурентоспособности предприятия туристической индустрии	2	4	-	-	-	-	[1,2,3,4, 12-15]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов, ОКР 3.
Итого		34	34	-	-				зачет

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Управление конкурентоспособностью предприятий туристической индустрии»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
(ПОЛНЫЙ СРОК ОБУЧЕНИЯ и ИНТЕГРИРОВАННЫЕ с ССО УЧЕБНЫЕ ПЛАНЫ)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество Часов УСР			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Раздел 1. Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности								
1.	Конкуренция как образ жизни и движущая сила развития субъектов рынка	0,5	1	-	-	-	-	[1-3,10,16,19]	Опрос, дискуссия, тест
2.	Силы конкуренции в туристической индустрии: формирование, взаимодействие, оценка	-	1						Опрос, анализ кейсов
3.	Понятие конкурентного преимущества, его виды и способы реализации	1	1	-	-	-	-	[3,9,13,16]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов
4.	Конкурентоспособность как критерий развития субъекта хозяйствования	0,5	1	-	-	-	-	[3,4,13,16,17,19]	Опрос, дискуссия
	Раздел 2. Содержание и методы оценки конкурентоспособности объектов								
5.	Анализ и оценка конкурентной среды	1	1	-	-	-	-	[1-3,10,12,14]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов

6.	Оценка конкурентоспособности предприятия туристической индустрии	1	1	-	-	-	-	[3,4,5,6,11,13,16]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов, выполнение индивидуального задания
	Раздел 3. Система управления конкурентоспособностью предприятия туристической индустрии								
7.	Научные подходы к управлению конкурентоспособностью	-	-	-	-	-	-	[3,17]	рефераты
8.	Основы формирования конкурентной стратегии развития организации	1	1	-	-	-	-	[3,7,11,16,18]	Опрос, выполнение индивидуального задания, анализ кейсов
9.	Повышение конкурентоспособности предприятия туристической индустрии	1	1	-	-	-	-	[1,2,3,4,12-15]	Опрос, дискуссия, анализ кейсов
Итого		6	8	-	-				зачет

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Конкурентоспособность организации»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы обучающегося являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;
- подготовка к семинарским (практическим) занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (устные опросы, контрольные работы, доклады на семинарских занятиях, тесты, эссе, рефераты и т.п.);
- работа над выполнением индивидуального задания;
- подготовка к зачету.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Нормативные и законодательные акты

1. Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» № 94-3 от 12 декабря 2013 г. с изменениями и дополнениями.
2. Методические рекомендации о проведении анализа и оценки состояния конкуренции на товарных рынках Республики Беларусь, утв. Приказом МАРТ РБ от 13.02.2017. №19.
3. Положение о комиссии по повышению конкурентоспособности экономики. Утверждено Постановлением Совета Министров Республики Беларусь № 382 от 20.03.2003 г. с изменениями и дополнениями.
4. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь «Об утверждении Инструкции по определению доминирующего положения хозяйствующих субъектов на товарных рынках Республики Беларусь» от 20 марта 2015 г. № 24.

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. 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, 2019. – 242 с.
3. 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 Международ. ун-т "МИТСО", Гомельский фил. – Минск : РИВШ, 2019. – 522 с.

Дополнительная:

4. Бахмат А.Б. Конкурентоспособность предприятия : курс лекций для специальности 1-25 01 07 "Экономика и управление на предприятии". В 2 ч. Ч. 2 / ЧУО "БИП - Ин-т правоведения". - Минск : БИП - Институт правоведения, 2019. – 92 с.
5. Войникас, Е.А. Антимонопольное регулирование в цифровую эпоху / Е. А.Войникас и др. – М.: ВШЭ, 2018. – 312 с.

6. Волонцевич, Е.Ф. Конкурентоспособность предприятия туристической индустрии: учеб. пособие / Е.Ф. Волонцевич. – Минск: РИПО, 2014. – 134 с.

7. 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.

8. Институциональные механизмы инновационного конкурентоспособного развития экономики : [монография / М.И. Ноздрин-Плотницкий и др.]. – Минск : Мисанта, 2020. – 96 с.

9. Конкурентоспособность организации : практикум / С. О. Белова [и др.]. – Минск.: БГЭУ, 2018. – 198 с.

10. Конкурентоспособность туристического продукта Республики Беларусь. Методология оценки, анализ состояния. – Beau Bassin: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2018. – 62 с.

11. 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.

12. 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.

13. 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.

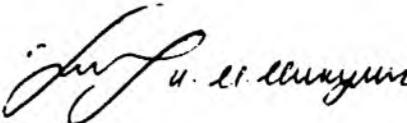
14. Международная конкурентоспособность реального сектора экономики Беларуси : [монография / А.Е. Дайнеко и др.] ; под ред. А.Е. Дайнеко. – Минск : БНТУ, 2020. – 227 с.

15. 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.

16. Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М.Портер. – М.: Альпина Паблицер, 2017. – 716 с.

17. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / М.Портер. – М.: Альпина, 2015. – 453 с.
18. Портер, М. Конкуренция. / М.Портер. – М.: Изд.Вильямс, 2010. – 592 с.
19. 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.
20. Стратегический менеджмент: курс лекций для студентов специальностей 1-25 02 02 «Менеджмент» и «Экономика и управление на предприятии» и слушателей специального факультета по переподготовке кадров ОСП «Институт повышения квалификации и переподготовки кадров Белкоопсоюза» // Левченко Е.А., Ежель О.В. – Гомель: БТЭУ, 2007. – 172 с. <http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle/22092014/1180/%D0%A3%D0%9A1803.pdf?sequence=4&isAllowed=y>.
21. Тарасенок, А. И. Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристской дестинации (на примере Республики Беларусь) : монография / А. И. Тарасенок. – Минск : БГЭУ, 2016. – 199 с.
22. Фатхутдинов, Р.А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник, – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.
23. Шоул, Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / пер. с англ. [И. Евстигнеевой]. – 10-е изд., доп. и перераб. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 383 с.
24. Эффективность использования ресурсов инновационного конкурентоспособного экономического развития : [монография / М.И. Ноздрин-Плотницкий и др.]. – Минск : Мисанта, 2019. - 185 с.
25. Ярошевич, В.И. Макроконкурентоспособность в условиях трансформации : монография / УО Федерации профсоюзов Беларуси "Междунар. ун-т "МИТСО". – Минск : МИТСО, 2019. – 311 с.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

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)
Экономическая стратегия организации	Экономики торговли и услуг	нет 	Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления туристической индустрией (протокол №10 от 11.05.2023 г.)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 20__/20__ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики и управления туристической индустрией (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)