

Дисциплина: Конкурентные стратегии в туристическом бизнесе

Аннотация

Трудоемкость: 2 ECTS, 72 академических часа.

Форма итогового контроля: зачет.

Цели освоения дисциплины

Одной из основных проблем для любой организации, работающей на рынке, является создание условий для эффективной деятельности и обеспечения непрерывности развития. В зависимости от складывающихся внешних условий и внутренних обстоятельств эта проблема решается различными организациями по-разному, но в основе ее решения лежит кропотливая и трудоемкая аналитическая работа по созданию, реализации и поддержанию конкурентных преимуществ, т.е. работа по разработке и реализации корпоративной стратегии.

Чрезвычайно быстрые изменения деловой среды современных предприятий, связанные с развитием конкуренции, информационных технологий, глобализацией бизнеса и многими другими факторами, обуславливают возрастание важности разработки эффективных конкурентных стратегий.

Большинство успешных организаций страны активно внедряют в систему менеджмента инструменты и методы конкурентного анализа, инструментарий разработки конкурентных стратегий.

Целью преподавания дисциплины «Конкурентные стратегии в туристическом бизнесе» является формирование у студентов комплекса знаний по теоретическим основам и приобретение практических навыков по вопросам конкурентной стратегии.

Задачи дисциплины. В соответствии с целью дисциплина должна сформировать у студентов знания и практические навыки по владению методикой анализа конкурентной ситуации, выявления причин и движущих сил конкуренции, разработки стратегии по поддержанию и развитию конкурентных преимуществ.

Место дисциплины в структуре магистерской программы

«Конкурентные стратегии в туристическом бизнесе» является дисциплиной вариативной части блока Б1 учебного плана.

Место дисциплины в учебном процессе основывается на осознании ключевой роли стратегии в успехе организации. Приобретенные знания и практические навыки должны обеспечить студентам умение самостоятельно и на достаточно высоком теоретическом уровне решать задачи, связанные с анализом, оценкой и принятием решений по выбору конкурентной стратегии, адекватной рыночной ситуации.

Связь с другими дисциплинами. «Конкурентные стратегии в туристическом бизнесе» является интегрирующим курсом, который объединяет различные разделы и дисциплины менеджмент, маркетинг, информационные технологии.