

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В.ДВ.2.2 СТРАТЕГИЯ РЫНОЧНОЙ КОНКУРЕНЦИИ В ТУРИЗМЕ

**Направление подготовки:**

43.04.02 Туризм (Направленность (профиль): Технология и организация развлечений)

**Трудоемкость:** 4 з.е

**Промежуточная аттестация:** зачет с оценкой

**Авторы:** В.В.Салий, д-р, экон. наук, профессор  
Н.Л. Теренина, канд. экон. наук, доцент

### ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Стратегия рыночной конкуренции в туризме» является овладение современными знаниями разработки и использования стратегических подходов в управлении развитием туристской индустрии.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности:

*1) в проектно-конструкторской деятельности:*

-формирование целей разработки туристского проекта и выявления приоритетов в проектировании туристской деятельности;

-оперативное и стратегическое прогнозирование, проектирование и планирование предоставления услуг туристской деятельности на федеральном региональном муниципальном уровне;

-оперативное и стратегическое планирование и проектирование деятельности предприятий туристской индустрии;

-проектирование и создание туристско-рекреационных зон и комплексов.

*2) в производственно-технологической деятельности:*

-совершенствование процессов разработки и реализации туристских продуктов, отвечающих требованиям потребителей;

-выявление и оценка инновационно-технологических рисков процессов реализации туристских продуктов.

*в организационно-управленческой деятельности:*

-организация и управление работой коллектива предприятия туристской индустрии;

-принятие тактических и стратегических решений в разработке и реализации туристских продуктов, соответствующих требованиям потребителей;

-мониторинг и оценка туристской деятельности на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне).

*3) в сервисной деятельности:*

-разработка и внедрение стандартов качества комплексного туристского обслуживания потребителей, создание систем безопасности;

-организация работ по стандартизации и сертификации туристского продукта.

*4) в научно-исследовательской деятельности:*

-проведение комплексных научных исследований в сфере туризма;

-системный анализ рынка туристских услуг и прогнозирование его развития с целью эффективного функционирования туристской индустрии и обеспечения запросов потребителей;

-разработка и внедрение инновационных технологий в процессы предоставления услуг туристской индустрии и научное сопровождение туристской деятельности;

-оценка эффективности инноваций в туристской деятельности.

## МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Стратегия рыночной конкуренции в туризме» включена в базовую (вариативную) часть профессионального цикла дисциплин учебного плана подготовки магистра по направлению 43.04.02 *Туризм*.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении курсов: «Методология научных исследований», «Кросскультурный маркетинг», «Технологии и исследования поведения потребителей туристских услуг».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих курсов: «Прогнозирование и планирование туристской деятельности», «Исследование туристско-рекреационного потенциала территории» «Бренд организации».

### ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы магистратуры – направлены на формирование следующих компетенций:

ПК-2 способностью к разработке стратегий развития туристской деятельности на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне и соответствующих уровням проектов

ПК-4 способностью к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии

ПК-7 владением приемами и методами работы с персоналом, методами оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии

ПК-9 способностью оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне)

### СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### *Тема 1. Конкуренция, виды и особенности*

Понятие конкуренции. Поведенческая, структурная, предпринимательская, функциональная, эволюционная, марксистская трактовки конкуренции. Характеристика и механизм действия статической и динамической конкуренции. Модель статической (совершенная, монополистическая, олигополистическая, монополия, монополия) и динамической конкуренции (конкуренция на основе инноваций, модель «новой конкуренции», марксистская модель новой конкуренции). Сравнительная характеристика статической и динамической конкуренции. Типология конкуренции и характеристика типов конкуренции. Эволюция конкуренции и обуславливающие её факторы.

#### *Тема 2. Теория конкурентных сил. Диагностика состояния конкуренции в отрасли*

Отрасль как основная единица понимания природы конкуренции. Пять сил конкуренции определяющих уровень прибыльности в отрасли. Конкурентная сила непосредственных конкурентов. Конкурентная сила потенциальных конкурентов. Конкурентная сила покупателей. Конкурентная сила поставщиков. Конкурентная сила товаров-субститутов. Особенности конкуренции в сфере туризма.

Показатели рыночной власти фирмы, используемые для оценки интенсивности конкуренции на рынке. Прямые показатели: индексы Бейна, Тобина, Лернера. Косвенные показатели: индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс концентрации, коэффициент относительной концентрации, коэффициент Джинни.

### *Тема 3. Конкурентное преимущество и концепции его завоевания*

Понятие конкурентного преимущества. Классификация конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества высокого и низкого порядка, внутренние и внешние. Источники конкурентного преимущества. Цепочка ценности предприятия как источник конкурентного преимущества. Система ценности. Создание и удержание конкурентного преимущества. Конкурентные преимущества субъектов туристской индустрии.

Конкурентные стратегии оптимизации роста фирмы, формирования рыночного пространства, обеспечения рыночного лидерства, управления сетевой организацией, организационной культуры.

### *Тема 4. Детерминанты конкурентного преимущества*

Конкурентный ромб М.Портера. Параметры факторов. Условия спроса. Стратегии фирм, их структура и соперничество. Родственные и поддерживающие отрасли. Взаимосвязь и взаимозависимость детерминантов, формирующих конкурентное преимущество. Факторы влияющие на детерминанты конкурентного преимущества: случай, роль правительства.

### *Тема 5. Конкурентная стратегия: понятие, базовые стратегии*

Основные понятия и определения стратегии. Классический подход к формулированию конкурентной стратегии. Колесо конкурентной стратегии М.Портера. Четыре ключевых фактора формулирования конкурентной стратегии, определяющих границы возможностей успешных компаний. Базовые варианты конкурентной стратегии: абсолютное лидерство в издержках, дифференциация, фокусирование или узкая специализация. Условия, связанные с реализацией базовых вариантов стратегии. Застревание на середине. Риски базовых вариантов стратегий.

### *Тема 6. Классификация конкурентных стратегий*

Конкурентные действия: с позиций «грубой силы», основанные на сотрудничестве (не содержащие угрозы), угрожающие, оборонительные. Основные группы стратегий в зависимости от применяемых конкурентных действий. Классификация фирм по принадлежности к одной из стратегий.

Конкурентные стратегии при разных типах рынка и конкурентных позиций фирмы: стратегия фирмы на рынке с отсутствием явного лидера; стратегия фирмы на рынке с доминирующими фирмами; стратегия фирмы на рынке с монопольной властью; конкурентная стратегия фирмы аутсайдера; стратегия фирмы со слабой рыночной позицией; стратегия фирмы с сильной конкурентной позицией; конкурентная стратегия фирмы отраслевого лидера.

### *Тема 7. Формирование конкурентной стратегии.*

Научные подходы к формированию стратегии. Процесс формирования стратегии на предприятии: определение целей и установок; анализ ситуации в отрасли, анализ состояния предприятия, определение факторов, формирующих стратегию; определение ключевых факторов успеха и конкурентных преимуществ; составление плана, бюджета и контроль. Выбор стратегии конкуренции. Факторы, влияющие на выбор стратегии.

### *Тема 8. Анализ конкурентов как центральный аспект формулирования конкурентной стратегии*

Необходимость анализа конкурентов при разработке конкурентной стратегии. Важнейшие действующие конкуренты и потенциальные конкуренты. Выявление конкурентов. Диагностические компоненты анализа конкурентов по М.Портеру: будущие цели, текущая стратегия, представления и потенциальные возможности.

Самоанализ фирмы разрабатывающей конкурентную стратегию.

*Тема 9. Конкурентоспособность субъектов в туристской  
индустрии*

Содержание конкурентоспособности и ее формы. Конкурентоспособность продукта, конкурентоспособность фирмы, конкурентоспособность отрасли, конкурентоспособность страны (национальной экономики). Оценка конкурентоспособности, её необходимость, подходы к оценке конкурентоспособности, показатели определяющие конкурентоспособность и учитываемые при её оценке. Место России в мировом рейтинге конкурентоспособности в сфере туристской индустрии.