

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра            «Экономика транспортной инфраструктуры и управление  
                              строительным бизнесом»

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Стратегический менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства»**

Направление подготовки:	<u>43.03.02 – Туризм</u>
Профиль:	<u>Управление и проектирование туризма (по видам транспорта)</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

## 1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью дисциплины «Стратегический менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства» является изучение и усвоение студентами теоретических, методологических, методических, информационных и организационных основ стратегического менеджмента формирование у студента базовых теоретических знаний и основных практических навыков в области стратегического управления предприятием.

Задачи дисциплины «Стратегический менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства».

Задачи курса подразделяются на теоретические и прикладные. К теоретическим задачам относится овладение студентами базовыми понятиями стратегического менеджмента.

Практические задачи заключаются в овладении навыками решения прикладных задач и принятия управленческих решений в части стратегического менеджмента.

Основные задачи курса.

- формирование навыков стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности;

- освоение теоретических знаний и практических навыков по принятию и формулированию миссии и цели предприятия на основе стратегического анализа;

- формирование навыков для осуществления оценки воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализа структур рынков и конкурентной среды отрасли;

- освоение принципов для выбора возможных вариантов стратегии;

- освоение методов разработки стратегических альтернатив и выбора конкретной стратегии предприятия или организации

- освоение теоретических знаний и практических навыков в области анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений

## 2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Стратегический менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКР-1	Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения
ПКР-2	Способен организовать эффективную работу туристской организации туристско-рекреационной сферы и его служб на основе действующего законодательства
ПКР-4	Способен разрабатывать бизнес - планы создания и развития существующих и новых организаций (направлений деятельности, продуктов) и оценивать их эффективность

#### **4. Общая трудоемкость дисциплины составляет**

3 зачетных единиц (108 ак. ч.).

#### **5. Образовательные технологии**

Для реализации познавательной и творческой активности студентов в учебном процессе используются современные образовательные технологии, дающие возможность повышать качество образования, более эффективно использовать учебное время и снижать долю репродуктивной деятельности учащихся за счет снижения времени, отведенного на выполнение самостоятельной работы. В рамках дисциплины «Стратегический менеджмент в туризме» предусмотрены следующие образовательные технологии: - по уровню применения: педагогические; - по организационной формам: групповые, классно-урочные; - по типу управления познавательной деятельностью: классическо-лекционные, обучение с помощью технических средств, по книге, система малых групп; - по подходу к обучаемому: личностно-ориентированные, технологии сотрудничества; - по преобладающему методу: объяснительно-иллюстративными; развивающее обучение; проблемно-поисковое, игровые. В учебном процессе предусмотрено использование рейтинговой технологии (рейтинговой шкалы оценки), технологий на основе активизации и интенсификации деятельности обучающихся (игровое обучение, проблемное обучение, использование схемных моделей учебного материала, компьютерные технологии). Достижимые результаты от применения образовательных технологий: Проблемное обучение. Рассмотрение проблемных ситуаций во время проведения практических занятий и проблемной лекции и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению. Один из приемов, используемых на лекциях – создание проблемной ситуации. Самым простым в данном случае является достаточно четкое определение темы нового материала и выделение тех основных вопросов, в которых надлежит разобраться обучающимся. В результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности. Исследовательские методы в обучении. Используется при подготовке курсовой работы и докладов. Метод дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Технология использования в обучении игровых методов (ролевых, диалоговых). Используется на практических занятиях. Использование технологии позволяет расширить кругозор, сформировать умения и навыки, необходимые в практической деятельности. Обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа). На практических занятиях, во время проведения дискуссии, лекции диалог. Сотрудничество трактуется как идея совместной развивающей деятельности. Информационно-коммуникационные технологии. Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ. Рабочей программой предусмотрено использование активных и интерактивных форм проведения занятий (лекция-визуализация, лекция диалог, семинар-дискуссия, деловая игра, разбор конкретных практических ситуаций, презентации докладов с широким обсуждением в группе) с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекций и практических занятий и самостоятельной работы студентов. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по подходу к обучаемому являются личностно-ориентированными с применением технологии сотрудничества; по преобладающему методу: объяснительно-иллюстративными; направлены на развивающее и проблемно-поисковое обучение. 24 часа лекций являются традиционными классическо-лекционными (объяснительно-иллюстративные), 12 часов лекций проводятся в интерактивной форме. Лекции проводятся

в следующих формах

**Проблемная лекция.** Преподаватель в начале и по ходу изложения учебного материала создает проблемные ситуации и вовлекает студентов в их анализ. Разрешая противоречия, заложенные в проблемных ситуациях, обучаемые самостоятельно могут прийти к тем выводам, которые преподаватель должен сообщить в качестве новых знаний.

**Лекция-визуализация.** В данном типе лекции передача преподавателем информации студентам сопровождается показом различных рисунков, структурно-логических схем, опорных конспектов, диаграмм и т. п. с помощью ЭВМ (слайды, видеозапись, интерактивная доска и т. д.).

**Лекция-диалог.** Содержание подается через серию вопросов, на которые студенты должны отвечать непосредственно в ходе лекции.

**Практические занятия** организованы с использованием технологий развивающего обучения, проблемно-поискового и игрового обучения. Практический курс проводится с использованием диалоговых технологий, в том числе – решения кейсов, основанных на коллективных способах обучения практических занятий в командах достижений. 34 часов практических занятий проходят в интерактивной форме.

**Метод дискуссии** выступает базовым в системе интерактивных методов обучения. Дискуссия – это коллективное обсуждение конкретной проблемы, вопроса или сопоставление разных позиций, информации, идей, мнений и предложений. Во время дискуссии оппоненты могут либо дополнять друг друга, либо противостоять один другому. В первом случае больше будут проявляться качества, присущие диалогу, во втором – дискуссия будет носить характер спора, т. е. отстаивание своей позиции. Как правило, в дискуссии присутствуют оба эти элемента.

**Метод кейсов** (англ. Casemethod, кейс-метод, метод конкретных ситуаций, метод ситуационного анализа) — техника обучения, использующая описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

**Деловая игра.** Студенты делятся на малые группы (5-6 человек). Каждый студент по очереди будет выполнять роль менеджера в своей малой группе, а остальные – роль его подчиненных. Малым группам под руководством менеджеров предстоит выполнить целый ряд заданий, а после выполнения задания оценить качество работы менеджера. По итогам игры проводится дебрифинг.

**Опросы.** Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении зачета в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения задачи. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы.

**Письменные блиц-опросы** позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный блиц-опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения зачета, когда необходимо проверить знания студентов по всему курсу.

**Решение заданий в тестовой форме.** Проводится два раза в течение изучения дисциплины (семестр) письменно. Каждому студенту отводится на тестирование 40 минут, по 2 минуты на каждое задание. Оценка результатов тестирования производится преподавателем в соответствии с ключами к тесту, результат сообщается через неделю.

**Самостоятельная работа студента** организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка конспектов лекций, докладов и презентаций.

**Оценка полученных знаний, умений и навыков** основана на модульно-рейтинговой технологии. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение ситуационных задач, анализ

конкретных ситуаций, работа с данными) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях..

## **6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)**

### **РАЗДЕЛ 1**

Сущность и элементы стратегического менеджмента

1. Понятие и предпосылки появления стратегического менеджмента.
2. Этапы развития управления.
3. Содержание и условия применения стратегического управления.
4. Функции и основные элементы стратегического управления:

КР, проверка конспекта опрос практические задания, кейс-задания задания в тестовой форме, дискуссия (доклад с презентацией)

### **РАЗДЕЛ 2**

Стратегическое планирование

1. Сущность стратегического планирования и его варианты.
2. Типология и особенности стратегического планирования и его отличительные черты.
3. Процесс стратегического планирования и его этапы.
4. Стратегический план и его структура
5. Видение и сфера бизнеса; миссия.
6. Стратегические цели, основные виды целей.
7. Стратегическая пирамида.

### **РАЗДЕЛ 3**

Стратегический анализ. Анализ среды

1. Основные факторы и методы анализа
2. Анализ внутренней среды организации
3. Управленческий анализ: сущность, цели, принципы
4. Показатели управленческого анализа
5. Факторы внутренней среды организации и их оценка
6. «Цепочка ценностей» М.Портера
7. Анализ внешней среды
8. SWOT- анализ
9. PEST-анализ

### **РАЗДЕЛ 4**

Анализ отрасли: методы, основные аспекты

1. Понятие и определение отрасли, основные характеристики и аспекты анализа
2. Основные экономические характеристики туриндустрии
3. Оценка конкуренции. Модель анализа конкуренции М. Портера
4. Движущие силы конкуренции

5. Ключевые факторы успеха (КФУ)
6. Типы отраслей по возможностям конкурентных преимуществ

## РАЗДЕЛ 5

Стратегии: виды, базовые, отраслевые стратегии

1. Классификации стратегий
2. Базовые стратегии
3. Основные стратегии роста
4. Отраслевые стратегии
5. Жизненный цикл отрасли
6. Стратегии на стадии зарождения и роста отрасли
7. Стратегии на стадии зрелости отрасли
8. Стратегии на стадии спада отрасли
9. Глобальные стратегии

## РАЗДЕЛ 6

Конкурентные стратегии

1. Стратегии достижения конкурентных преимуществ
2. Конкурентная стратегия минимизации издержек (лидерство по издержкам)
3. Конкурентная стратегия дифференциации
4. Конкурентная стратегия фокусирования
5. Пять основных конкурентных стратегий по М. Портеру
6. Конкурентная стратегия оперативного реагирования
7. Конкурентная стратегия синергии
8. Стратегии поведения в конкурентной среде
9. Конкурентная стратегия лидера рынка
10. Конкурентная стратегия фирмы, бросающей вызов рыночному окружению
11. Конкурентное поведение последователя
12. Стратегия конкуренции фирм, знающих свое место на рынке
13. Стратегия конкурентного поведения фрагментарных фирм

## РАЗДЕЛ 7

Функциональные стратегии

1. Маркетинговые стратегии
2. Стратегии управления персоналом
3. Стратегии научно-технического развития.
4. Стратегии Раменского.

опрос, проверка конспекта, практические задания, кейс-задания задания в тестовой форме, деловая игра,

## РАЗДЕЛ 8

Портфельные стратегии

1. Анализ и планирование бизнес-портфеля

2. Понятие и типы портфельных стратегий
3. Матричный метод анализа и разработки портфельных стратегий
4. Матрица основных стратегий роста И. Ансоффа (рост товара/рынка)
5. Матрица рост/доля рынка (БКГ)
6. Матрица портфельного анализа Мак-Кинси – «Экран бизнеса» (привлекательность отрасли/позиция в конкуренции)

## РАЗДЕЛ 9

### Реализация стратегии и контроль

1. Основные стадии реализации стратегии
2. Стратегические изменения: содержание и типы
3. Стратегические изменения организационной структуры
4. Стратегические изменения организационной культуры
5. Стратегический контроль

## РАЗДЕЛ 10

### Промежуточная аттестация