|  |  |
| --- | --- |
| Силабус курсу:  |  |
| **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ** |
| ***Ступінь вищої освіти:*** | Магістр |
| ***Спеціальність:***  | 242 «Туризм» |
| ***Рік підготовки:*** | 1 |
| ***осень*** | осінній |
| ***Кількість кредитів ЄКТС:*** | 5 |
| ***Мова(-и) викладання:*** | українська |
| ***Вид семестрового контролю*** | екзамен |

|  |  |
| --- | --- |
| ***Автор курсу та лектор:*** |  |
| д.е.н., доц., Зеленко Олена Олександрівна |
| вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім’я та по-батькові |
| професор кафедри міжнародної економіки і туризму |
| посада |
| zelenko@snu.edu.ua |  | +38-050-939-74-49 |  | Viber за номером телефону  |  | 216aНК аудиторія кафедри МЕіТ |
| електронна адреса |  | телефон |  | месенджер |  | консультації |

**Анотація навчального курсу**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Цілі вивчення курсу:*** | **Метою лекційних занять** є забезпечення достатнього рівня теоретичних знань, необхідних для подальшої практичної діяльності з розробки та реалізації стратегічних планів для підприємств туристичній галузі.**Метою самостійної роботи** за дисципліною є засвоєння студентом навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних занять, без участі викладача; переорієнтація із лекційно-інформативної на індивідуально-диференційовану, особистісно-орієнтовану форму та на організацію самоосвіти студента; поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які студенти отримують у процесі навчання, а також застосування цих знань на практиці шляхом виконання індивідуальних завдань. |
| ***Результати навчання:*** | **Знання:** Здатність до демонстрації системи знань щодо: сутності поняття «стратегічного управління»; стадій процесу стратегічного управління; різновидів стратегій, що використовуються на туристичному підприємстві; особливостей інвестування в рамках процесу стратегічного управління; методології фінансового планування в рамках стратегічного управління.**Вміння:** розробляти стратегічної програми діяльності туристичної фірми, з використанням результатів економічного аналізу регіону та з урахуванням потенціалу організації і факторів зовнішнього середовища |
| ***Передумови до початку вивчення:*** | Базові знання щодо організації туристичної діяльності, знання щодо загальних економічних процесів на макро- і мікрорівнях, дисципліна вивчається після та на основі курсів бакалаврського рівня: «Організація туристичних подорожей», «Географія туризму», «Менеджмент в туризмі» та «Маркетинг в туризмі», «Туроперейтинг», «Економіка туристичного підприємства». |

**Мета курсу (набуті компетентності)**

**Мета викладання дисципліни** є поглиблення формування вмінь та навичок щодо управління діяльністю туристичного підприємства у довгостроковій перспективі в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Вивчення даного навчального курсу призначене для формування, удосконалення та розвитку у здобувача вищої освіти наступних компетентностей:

ЗК 2. Здатність працювати з інформацією, у тому числі в глобальних комп'ютерних мережах.

ЗК 3. Уміння обґрунтовувати управлінські рішення та спроможність забезпечувати їх правомочність за результатами оцінювання і прогнозування соціальних, економічних, політичних та інших подій

ЗК 4. Здатність до колективних дій, до організації взаємодії в колективі

ЗК 5. Знання професійної мови та ділового дискурсу на українській та іноземній мові, здатність до роботи в іншомовному середовищі

ЗК 6. Знання етичних і правових норм, що регулюють відносини людини з людиною, із суспільством і з навколишнім середовищем

ЗК 7. Здатність використовувати законодавчо-нормативну та іншу правову документацію у сфері туристичної діяльності

ЗК 9. Здатність адаптуватися до нових ситуацій у професійній діяльності

ЗК 13. Здатність ідентифікувати проблему та шляхи її подолання за результатами власних наукових досліджень

ФК 2. Здатність досліджувати особливості організації та функціонування ринку туристичних послуг

ФК 6. Здатність комплексно аналізувати тенденцій розвитку регіональної, національної та світової туристичної індустрії

ФК 7. Здатність організовувати статистичний облік та якісні спостереження в туристичній індустрії

ФК 9. Здатність застосовувати механізми та методи управління якістю на підприємствах туристичної галузі

ФК 10. Здатність формувати стратегію інноваційного розвитку підприємства

ФК 12. Здатність здійснювати управління проектами для досягнення цілей господарської діяльності підприємств туристичної індустрії

Що забезпечується досягненням наступних програмних результатів навчання:

ПР 3. Уміння обґрунтовувати управлінські рішення та спроможність забезпечувати їх правомочність за результатами оцінювання і прогнозування соціальних, економічних, політичних та інших подій.

ПР 9. Вміння здійснювати професійну діяльність в умовах ризикованості та невизначеності.

ПР 13. Уміння застосовувати аналіз причин і наслідків з метою визначення корінних проблем розвитку окремого суб’єкта туристичної діяльності, туристичної галузі в цілому.

ПР 15. Уміння організовувати та проводити дослідження ринку туристичних послуг з урахуванням його принципів та механізмів функціонування

ПР 17. Здатність до формування комплексного туристичного продукту, що відповідає принципам методології організації туристичного обслуговування.

ПР 22. Забезпечення конкурентоспроможної якості вітчизняного туристичного продукту.

ПР 23. Розробка та впровадження стратегії інноваційного розвитку туристичного підприємства з урахування поточного стану його внутрішнього та зовнішнього середовища

**Структура курсу**

| № | Тема | Години (Л/ПЗ) | Стислий зміст | Інструменти і завдання |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | **Концепція й принципи стратегічного управління туристичним підприємством.** | 2/2 | Стратегічні рішення в умовах конкуренції. Поняття стратегії. Основні вимоги щодо процесу стратегічного планування. Концепція й процес стратегічного управління туристською фірмою. Рівні стратегічного управління. Принципи управління туристичним підприємством. Поняття стратегічної сфери діяльності. Визначення місії й цілей туристської фірми. Дерево цілей стратегії. | Презентації в PowerPoint.Ділові ігри.Аналіз ситуацій.Тести. |
| 2 | **Аналіз зовнішнього й внутрішнього середовища підприємства туризму** | 4/4 | Аналіз зовнішнього середовища й конкурентних сил у галузі Концепція національного ромба. Рушійні сили в галузі туризму. Аналіз конкуренції. Системна карта «організація – зовнішнє середовище». Модель п’яти сил конкуренції М. Портера. Карта стратегічних груп. Аналіз внутрішнього середовища організації. Порядок і методи оцінки поточного стану туристської фірми. SWOT-аналіз. Матриця SWOT-аналізу.  | Презентації в PowerPoint.Ділові ігри.Практичні вправи.Аналіз ситуацій.Тести.Індивідуальні завдання. |
| 3 | **Стратегії поведінки туристичного підприємства в умовах конкуренції.** | 3/3 | Види стратегій фірми. Базові стратегії конкуренції: стратегії мінімізації витрат, стратегія фокусування, стратегія диференціації, стратегія інновацій.Корпоративні (портфельні) стратегії: стратегія зв’язної диверсифікації, стратегія незв’язаної диверсифікації, стратегія міжнародної диверсифікації, стратегія відкачки капіталу і ліквідації, стратегія зміни курсу, реструктуризації та виживання. Функціональні стратегії: наступальні та оборонні стратегії, стратегія вертикальної інтеграції, стратегія для галузевих лідерів, стратегія для посередніх галузевих організацій, стратегія для слабких організацій та організацій у стані кризи. Формування портфеля стратегій, детермінанти портфелю стратегій організації. Управління конкурентоспроможністю туристичного підприємства. | Презентації в PowerPoint.Практичні вправи.Аналіз ситуацій.Тести.Індивідуальні завдання. |
| 4 | **Прийняття стратегічних рішень. Реалізація стратегії.** | 2/2 | Графічні інструменти стратегічного управління: схема входу-виходу для «системи оцінки конкурентоспроможності товару», схема потоків інформації в підсистемі «прийняття рішень про фінансування перспективних проектів», процесна схема потоків інформації в підсистемі «прийняття рішень фінансування перспективних проектів», схема можливої послідовності дій при оцінюванні конкурентоспроможності туру, схема контуру управління, схема можливих зв’язків в системі управління персоналом в організації, системна карта гіпотетичної тур фірми с функціональною структурою, схема впливу для системи «організація – зовнішнє середовище, схема можливих причин, що впливають на інтенсивність галузевої конкуренції. Матричні інструменти в стратегічному управлінні: БКГ-матриця для гіпотетичного портфелю сфер бізнесу, матриця “General Electric” для гіпотетичного портфеля сфер бізнесу, матриця Хоуфера для гіпотетичного портфелю сфер бізнесу. Методи оцінки й вибору стратегій. Аналіз факторів, що враховуються при виборі стратегії. Матриця А. Томсона и А. Стрікленда. Реалізація стратегій. Організаційна структура управління туристичною фірмою. Організаційна культура і забезпечення ефективності стратегії. Модель «поля сил». | Презентації в PowerPoint.Практичні вправи.Аналіз ситуацій.Тести.Індивідуальні завдання. |
| 5 | **Антикризові стратегії підприємства.** | 3/3 | Причини спаду в галузі або на підприємстві: зовнішні і внутрішні фактори спаду. Ознаки спаду на підприємстві. Фактори, що обумовлюють вибір стратегії відновлення: зовнішні фактори (характеристика попиту і пропозиції), внутрішні фактори. Способи збільшення надходжень коштів. Стратегії скорочення витрат (економії). Стратегії повороту: три кроки до зниження витрат, дев’ять підходів до зниження витрат, сім прийомів скорочення витрат, заходи щодо скорочення виробничих витрат. Кризовий бізнес - реінжиніринг. Стратегії виходу. | Презентації в PowerPoint.Практичні вправи. Тести. Індивідуальні завдання. |
| 6 | **Управління інвестиціями.** | 2/2 | Сутність і форми інвестицій. Залежність інвестиційної стратегії від стадії життєвого циклу підприємства. Інвестиційні потреби підприємства.Класифікація інвестицій підприємств. Управління фінансовими інвестиціями. Оцінювання вартості цінних паперів. Різновиди портфелю цінних паперів. Оптимізація портфелю цінних паперів. Методи оцінки ефективності фінансових інвестицій | Презентації в PowerPoint.Ділові ігри.Практичні вправи.Тести. |
| 7 | **Фінансове планування.**  | 2/2 | Фінансова стратегія підприємств: особливості фінансового планування; зміст, завдання, методи та принципи фінансового планування; місце фінансового планування в ринковій економіці. Зміст фінансового планування та порядок його складання: порядок розробки фінансового плану; зміст і завдання оперативного фінансового планування. Бізнес-план основний документ фінансового планування. | Презентації в PowerPoint.Практичні вправи. Тести. Індивідуальні завдання. |

**Рекомендована література**

**Основна література:**

1. Ансофф И. Стратегическое управление /Сокр. Пер. с англ. Л. И. Евенко, - М.: Економыка 1989 – 198 с.

2. Богданов Е. И. Кострюкова О. Н., Орловская В. П., Фенин П. М. Планирование на предприятии туризма – СПб.: Бизнес-пресса, 2003. – 290 с.

3. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента. / Пер. с англ. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997 – 187 с.

4. Бурлаков А. Н., Голик С. С., Чаюн Т. И. Стратегический маркетинг. – Винница, 1998, - 87 с.

5. Виханский О. С. Стратегическое управление, - М.: Юристь, 1998 – 250 с.

6. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. – Київ: 2007. – 223 с.

7. Забелин П. В., Моисеева Н. К. Основы стратегического управления: Учеб. Пособ – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1998 – 195 с.

8. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 485 с.

9. Мальська М. Бордун О. Планування діяльності туристичних підприємств. – К.: Знання, 2005. – 241 с.

10. Моисеева Н. К. Стратегическое управление туристской фирмой: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 208 с.

11. Уткин Э. А. Стратегическое планирование. – М.: ЭКМОС, 1999 – 310 с.

12. Ушаков Д. С. Стратегическое планирование в туризме. – Ростов н/Д: Феникс, 2007, - 285 с.

**Інформаційні ресурси.**

1. Все про туризм: туристична бібліотека. – Режим доступу: http://infotour.in.ua/index.htm
2. Система дистанційного навчання СНУ ім. В. Даля – Режим доступу: <http://moodle.snu.edu.ua/>
3. Сайт №2 системи дистанційного навчання СНУ ім. В. Даля – Режим доступу: <http://moodlesti.snu.edu.ua/>

**Методичне забезпечення**

1. Методичні вказівки до виконання практичних занять з дисципліни "Стратегічне управління туристичним підприємством" для студентів спеціальності 242 «Туризм» /Укл. О. О. Зеленко – Сєвєродонецьк: 2017.

2. Методичні вказівки до виконання контрольних робіт з дисципліни "Стратегічне управління туристичним підприємством" для студентів заочної форм навчання спеціальності 242 «Туризм» / Укл. Зеленко О. О. - Сєвєродонецьк: 2017.

**Оцінювання курсу**

За повністю виконані завдання студент може отримати визначену кількість балів:

|  |  |
| --- | --- |
| Інструменти і завдання | Кількість балів |
| Денна форма | Заочна форма |
| Присутність на заняттях та засвоєння лекційного матеріалу за темами  | 60 | 20 |
| Присутність на заняттях (у період настановної сесії) та своєчасне виконання самостійних практичних завдань у межах тем | - | 30 |
| Індивідуальна робота  | 20 | 30 |
| Екзамен | 20 | 20 |
| **Разом** | **100** | **100** |

**Шкала оцінювання студентів**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності | ОцінкаECTS | Оцінка за національною шкалою |
| для екзамену, курсового проекту (роботи), практики | для заліку |
| 90 – 100 | А | відмінно | зараховано |
| 82-89 | В | добре |
| 74-81 | С |
| 64-73 | D | задовільно |
| 60-63 | Е |
| 35-59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання | не зараховано з можливістю повторного складання |
| 0-34 | F | незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни | не зараховано з обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

**Політика курсу**

|  |  |
| --- | --- |
| *Плагіат та академічна доброчесність:* | Дотримання академічної доброчесності за курсом ґрунтується на внутрішньо-університетській системі запобігання та виявлення академічного плагіату. До основних вимог за курсом віднесено - посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.Перевірка текстів на унікальність здійснюється однаковими для всіх здобувачів засобами: – за допомогою програмного забезпечення Unicheck і засобів системи MOODLE; за Internet-джерелами – за допомогою програми Antiplagiarism.net.  |
| *Завдання і заняття:* | Очікується, що всі здобувачі вищої освіти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку здобувачі зобов’язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених курсом. Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Здобувач вищої освіти має право на оскарження результатів оцінювання. |
| *Поведінка в аудиторії:* | Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.На аудиторні заняття слухачі мають з’являтися вчасно відповідно до діючого розкладу занять, яке міститься на сайті університету. Під час занять усі його учасники мають дотримуватися вимог техніки безпеки.  |