

Б1.В.ДВ.03.01 Стратегический менеджмент в туризме

Объем дисциплины (модуля) 4 ЗЕТ (144 час)

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины - формирование представлений о теоретических основах стратегического управления в туризме, проблемах и путях формирования возможных стратегий роста туризма, а также организационных аспектах роста эффективности управления туризмом с акцентом на необходимости разработки организационного механизма взаимодействия и сотрудничества в реализации управленческих решений.

Задачи дисциплины - формирование знания проблем и путей повышения доходности туризма; направлений повышения уровня делового администрирования в туризме путем формирования менеджеров новой формации, целенаправленного управления деловой карьерой; современной концепция управления жизненным циклом туристского продукта на основе маркетингового планирования; принципов и методов командообразования при реализации стратегии; навыков внедрения технологических инноваций, новых информационных технологий, исследований и разработок в стратегическом развитии туризма; использования методов стратегического управления при проектировании в туризме на основе оптимальных способов решения задач с учетом действующих правовых норм и имеющихся условий, ресурсов и ограничений

ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

УК-2.3: Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения

УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-3.1: Знает принципы и методы командообразования

ПК-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

ПК-2.3: Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучает обслуживаемые направления и объемы оказываемых услуг

ПК-2.2: Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг

ПК-2.1: Выработывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтения потребителей

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать: теоретические основы стратегического управления в туризме, пути формирования возможных стратегий роста туризма, проблемы и пути повышения доходности туризма; направления повышения уровня делового администрирования в туризме путем формирования менеджеров новой формации, целенаправленного управления деловой карьерой; современную концепцию управления жизненным циклом туристского продукта на основе маркетингового планирования; принципы и методы командообразования при реализации стратегии

Уметь: организовывать процесс повышения роста эффективности управления туризмом, разрабатывать организационный механизм взаимодействия и сотрудничества в реализации управленческих решений

Владеть: способностью управлять туристской деятельностью; способностью использовать методы стратегического управления при проектировании в туризме на основе оптимальных способов решения задач с учетом действующих правовых норм и имеющихся условий, ресурсов и ограничений

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Предмет и задачи курса

Раздел 2. Структура и уровни процесса стратегического управления

Раздел 3. Назначение фирмы, ее цели и основные задачи

Раздел 4. Содержание и факторы, определяющие корпоративную стратегию

Раздел 5. Отраслевой и конкурентный анализ

Раздел 6. Анализ ситуации компании

Раздел 7. Стратегия одиночного бизнеса

Раздел 8. Вертикальная интеграция и диверсификация как части корпоративной стратегии

Раздел 9. Анализ и управление портфелем диверсифицированной компании

Раздел 10. Инструментарий реализации стратегии

Раздел 11. Инновационный аспект стратегического управления. Организация стратегического контроля