

Силабус курсу



КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Освітній ступінь: бакалавр

Галузь знань: 24 Сфера обслуговування

Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа

Освітня програма: «Готельно-ресторанна справа»

Рік підготовки – 4, семестр – VIII

Обсяг курсу – 3 кредити (90 годин, з них 16 – лекції, 14 – семінарські і практичні заняття)

Керівник курсу:

к.е.н., доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Гузар Уляна Євгенівна

Контактна інформація:

моб. тел.: +380676701660, e-mail: ulyanal@ukr.net

Опис дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності» є формування в майбутніх фахівців компетентності щодо об'єктивних закономірностей, механізмів та особливостей сучасної конкуренції та конкурентоспроможності закладів індустрії гостинності, а також набуття ними практичних навичок та вмінь аналізу конкурентних переваг, діагностики рівня конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного бізнесу (далі – ГРБ), розроблення та реалізації заходів щодо її нарощування.

Зміст курсу

Теми	Результати навчання	Оцінювання
Тема 1. Предмет, метод та завдання дисципліни «Конкурентоспроможність закладів індустрії гостинності»	Знати основні конкурентні переваги конкретного підприємства ГРБ та способи їх досягнення в реальній ситуації. Вміти аргументувати зростання актуальності проблем конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу	тестовий контроль
Тема 2. Соціально-економічні основи конкуренції та конкурентоспроможності	Знати сутність, види та функції конкуренції. Вміти проаналізувати модель посилення та розвитку конкуренції за А. Смітом	Презентація, тестовий контроль
Тема 3. Формування конкурентних переваг підприємств ГРБ	Знати ключові методи та підходи до формування конкурентних переваг підприємства. Вміти ідентифікувати всі види конкурентних переваг, якими володіє підприємство, визначити ті, які можуть бути досягнутими в майбутньому для підвищення його конкурентоспроможності	Ситуаційні вправи, комбінований контроль
Тема 4. Чинники забезпечення	Знати загальні та специфічні чинники, що визначають рівень конкурентоспроможності	Презентація, комбінований

конкурентоспроможності підприємства	підприємства. Вміти характеризувати вплив зовнішніх та внутрішніх факторів підприємства на формування конкурентоспроможності підприємств ГРБ	контроль
Тема 5. Стратегії конкурентоспроможності підприємств готельно-ресторанного бізнесу	Знати сутність поняття «конкурентні стратегії». Вміти аналізувати діяльність підприємств ГРБ на основі конкурентних стратегій Портера	Кейси, комбінований контроль
Тема 6. Моніторинг конкуренції	Знати сутність категорій «бенчмаркінг» та п'ять конкурентних сил Портера. Вміти визначати джерела конкурентних переваг на підприємстві	Кейси, комбінований контроль
Тема 7. Методи аналізу конкурентних переваг	Знати сутність основних методів управління конкурентними перевагами. здійснювати аналіз позиції підприємства у конкурентному середовищі; застосовувати методи SWOT, STEP, PEST для аналізу конкурентних переваг	Ситуаційні вправи, комбінований контроль
Тема 8. Конкурентоспроможність персоналу та її вплив на ефективність діяльності закладів індустрії гостинності	Знати сутність основних методів управління конкурентними перевагами та конкурентні переваги працівника ГРБ. Вміти оцінювати ефективність окремих людей управління конкурентоспроможністю підприємств ГРБ	Ситуаційні вправи, комбінований контроль, тренінг

Літературні джерела

1. Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник / за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. - К.: "Центр учбової літератури", 2013. - 384 с. 15
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2003. – 360 с.
3. Гончаров С.М. Маркетинг: Навч. посібник. – Рівне.: НУВГП, 2007. – 364с.
4. Економічний аналіз: Навч. посіб. / Колектив авторів під керівництвом акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. — 2-ге вид. — К.: КНЕУ, 2003. — 556 с.
5. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. Вид.2. – К.: Знання, 2010. – 406 с.
6. Менеджмент персоналу: навч. посібник / авт.. кол. – К.: УБС НБУ, 2011.- 381 с.
7. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент. – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2004. – 560 с.
8. Організація і методика економічного аналізу: Навчальний посібник / Г.І. Андрєєва, В.А. Андрєєва. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 353 с.

Політика курсу

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Семінарські та практичні роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (55% від можливої максимальної кількості балів за вид

діяльності). Перескладання (дострокове складання) курсу відбувається з дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час написання модульної контрольної роботи заборонене. Мобільні пристрої не дозволяється використовувати на лекційних та семінарських заняттях, а лише під час виконання практичних робіт. У конспектах після кожної лекції необхідно формувати глосарій із основних термінів і понять теми. Виконання індивідуальної роботи – обов'язкове.

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є одним із компонентів оцінювання студента та при відсутності пропусків на лекційних заняттях студенту нараховуються додаткових 5 балів. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять в усній та письмовій формах. Максимальний сумарний бал за результатами поточного оцінювання – 40 балів. Поточні 40 балів студенти мають змогу отримати протягом вивчення курсу дисципліни.

Виконання індивідуальної роботи – 50 балів. Суть індивідуального завдання полягає в тому, що кожен студент повинен пройти безкоштовний on-line курс «Цифровий маркетинг» від компанії Google та отримати сертифікат. Режим доступу: <https://learndigital.withgoogle.com/digitalworkshop-ua>.

Підсумковий контроль – написання модульної контрольної роботи, яка оцінюється в 10 балів. Всього за курс – 100 балів. До залікової відомості вноситься сумарна кількість балів отриманих на основі поточного, підсумкового контролю знань та виконання індивідуальної роботи.