

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Факультет туризму

Кафедра управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та
івентменеджменту

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Конкуренція в сервісній діяльності

Освітня програма «**Менеджмент соціокультурної діяльності**»
Перший (бакалаврський) рівень

Спеціальність **028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»**

Галузь знань **02 «Культура і мистецтво»**

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “30” серпня 2019 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Компетентності
5. Результати навчання
6. Організація навчання курсу
7. Система оцінювання курсу
8. Політика курсу
9. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Конкуренція в сервісній діяльності
Викладач	Орлова Віра Василівна
Контактний телефон викладача	+38099 4464 144
E-mail викладача	v-orlova@ukr.net
Формат дисципліни	Змішаний (<i>blended</i>) – очно-дистанційний
Обсяг дисципліни	Кредити ЄКТС –3 (90 год.) год
Посилання на сайт дистанційного навчання	
Консультації	Обговорення питань, що виникають у студентів під час вивчення тем.
2. Анотація до курсу	
<p>Навчальна дисципліна охоплює весь спектр питань аналізу конкурентних позицій підприємств соціокультурної сфери - від дослідження видів, інтенсивності та розвитку конкуренції на ринку соціокультурних послуг до визначення інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства соціокультурної сфери.</p>	
3. Мета та цілі курсу	
<p>Мета – теоретична та практична підготовка студентів для подальшої активної роботи на підприємствах соціокультурної сфери в умовах конкуренції, формування у студентів цілісної системи знань та вмінь оцінювання та забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання сфери соціокультурної сфери, сучасного типу ділового мислення, підприємливості, ініціативності тощо. Це забезпечить надання якісних та конкурентоспроможних послуг, гарантуватиме відповідний рівень та якість сервісу для вітчизняних та іноземних споживачів, найбільш повне задоволення їхніх потреб, високий рівень конкурентоспроможності соціокультурних послуг на різних сегментах ринку соціокультурних послуг.</p> <p>Цілі:</p> <ul style="list-style-type: none"> • прищеплення знань та практичних навичок використання методів і методик оцінювання конкурентоспроможності підприємства соціокультурної сфери та окремих його складових – соціокультурного продукту та персоналу - в практичній діяльності із застосуванням комп'ютерних технологій як інструмента дослідження; • формування вмінь щодо розробки обґрунтованої стратегії та пропозицій удосконалення механізму управління конкурентоспроможністю і забезпечення конкурентних переваг підприємств в умовах ринкової невизначеності. 	
4. Компетентності	
<p>ЗК1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК2. Здатність планувати та управляти часом.</p> <p>ФК2. Здатність аналізувати економічні, екологічні, правові, політичні, соціологічні, технологічні аспекти формування ринку культури.</p> <p>ЗК3. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ФК5. Здатність аналізувати і структурувати організаційну, управлінську проблеми та знаходити конструктивні рішення.</p>	

ФК6. Здатність планувати, управляти та контролювати виконання поставлених завдань та прийнятих рішень.

ЗК7. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК8. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ФК10. Здатність здійснювати ефективні комунікації та розв'язувати конфліктні ситуації у професійній діяльності.

ЗК13. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК14. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

5. Результати навчання

6. Класифікувати та знаходити інноваційні рішення для створення, реалізації і забезпечення соціокультурних потреб людини.

7. Здійснювати проектувальну роботу.

9. Оцінювати сучасну соціокультурну ситуацію.

10. Вивчати, узагальнювати та адаптовувати найкращий досвід соціокультурної розбудови.

11. Виявляти, генерувати і впроваджувати креативні ідеї в професійну діяльність.

13. Обґрунтовувати управлінські рішення.

14. Оцінювати наслідки прийнятих організаційно-управлінських рішень.

15. Вміти встановлювати діалог з різними професійними суб'єктами та групами.

16. Знати як застосувати сучасні технології управління людськими ресурсами.

6. Організація навчання курсу

Обсяг курсу

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	20
семінарські заняття / практичні / лабораторні	20
самостійна робота	20

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
VII	Менеджмент соціокультурної діяльності	4	вибіркова

Тематика курсу

Тема, план	Форма заняття	Література	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
Тема 1 . <i>Теоретичні основи конкурентних відносин</i> 1. Конкуренція: сутність і види. Еволюція ПОГЛЯДІВ на конкуренцію 2. Конкуренція як рушійна сила ринку. Елементи механізму конкурентної боротьби 3. Конкуренція й підприємство	лекція; практичні роботи	3, 4,5	завдання відповідно до вказівок практичних робіт; вивчення тематичного матеріалу (4 год + 2 год с.р.)	2 бали	протягом семестру згідно з розкладом занять

<p>Тема 2 Теоретичні аспекти конкуренції на ринку соціокультурних послуг</p> <p>1. Поняття конкуренції, її функції та роль у розвитку соціокультурної діяльності</p> <p>2. Ринок соціокультурних послуг як передумова розвитку конкуренції між підприємствами соціокультурної сфери</p> <p>3. Види конкуренції.</p>	лекція; практичні роботи	1, 2, 3, 7-11	завдання відповідно до вказівок практичних робіт; вивчення тематичного матеріалу (4 год+ 2 год с.р.)	2 бали	протягом семестру згідно з розкладом занять
<p>Конкурентоспроможність підприємств соціокультурної сфери</p> <p>План</p> <p>1. Поняття й види конкурентоспроможності підприємств соціокультурної сфери</p> <p>2. Фактори впливу на конкурентоспроможність соціокультурних підприємств</p>	лекція; практичні роботи	4, 5, 6, 11	завдання відповідно до вказівок практичних робіт; вивчення тематичного матеріалу (4 год+ 2 год с.р.)	4 бали	протягом семестру згідно з розкладом занять
<p>Тема 4. Конкурентні переваги підприємств соціокультурної сфери на ринку послуг</p> <p>1. Поняття конкурентної переваги.</p> <p>2. Конкурентні переваги підприємств на ринку соціокультурних послуг</p> <p>3. Модель п'яти сил конкуренції в галузі.</p> <p>4. Види стратегій по підтримці конкурентних переваг по М.Портеру</p>	лекція; практична робота	4, 6, 5	завдання відповідно до вказівок практичних робіт; вивчення тематичного матеріалу (4 год+ 2 год с.р.)	2 бали,	протягом семестру згідно з розкладом занять
<p>Тема 5. Методологічні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємств соціокультурної сфери</p>	лекція; практичні роботи	1, 6, 5,	завдання відповідно до вказівок практичної роби; вивчення тематичного	5 балів, 5 балів,	протягом семестру згідно з розкладом занять

<p>1. Послідовність та принципи оцінювання конкурентоспроможності підприємств соціокультурної сфери</p> <p>2. Критерії та показники конкурентоспроможності підприємств соціокультурної сфери</p> <p>3. Методи визначення конкурентоспроможності підприємств соціокультурної сфери</p>			<p>матеріалу (4 год+ 2 год с.р.)</p> <p>Тестовий контроль</p>		
<p>Тема 6. Конкурентоспроможність персоналу на підприємствах соціокультурної сфери та її оцінювання</p> <p>1. Конкурентоспроможність персоналу та її особливості у соціокультурній сфері</p> <p>2. Критерії та показники визначення конкурентоспроможності працівників соціокультурної сфери</p> <p>3. Порядок оцінювання конкурентоспроможності персоналу підприємств соціокультурної сфери</p> <p>5.</p>	<p>лекція; практичні роботи</p>	<p>3,4,5</p>	<p>завдання відповідно до вказівок практичних робіт; вивчення тематичного матеріалу (4 год+ 2 год с.р.)</p>	<p>5 балів;</p>	<p>протягом семестру згідно з розкладом занять</p>
<p>Тема 7. Стратегії конкуренції підприємств на ринку соціокультурних послуг.</p> <p>План</p> <p>1. Конкурентна стратегія, її значення та умови використання в соціокультурній сфері.</p> <p>2. Стратегія зниження собівартості послуги</p> <p>3. Стратегія диференціації</p>	<p>лекція; практична робота</p>	<p>4, 5, 6,11</p>	<p>завдання відповідно до вказівок практичних робіт; вивчення тематичного матеріалу, (4 год+ 2 год с.р.)</p> <p>Тестовий контроль</p>	<p>5 балів; 5 балів</p>	<p>протягом семестру згідно з розкладом занять</p>

1.					
<p>Тема 8. Стратегії конкуренції підприємств на ринку соціокультурних послуг.</p> <p>План</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегія сегментування ринку 2. Стратегія негайного реагування на потреби ринку <p>Стратегія впровадження нововведень</p>	лекція; практичні роботи	5,7,9,11	завдання відповідно до вказівок практичних робіт; вивчення тематичного матеріалу, (4 год+ 2 год с.р.) контрольна робота	5 балів; 10 балів	протягом семестру згідно з розкладом занять
<p>Тема 9. Аналіз діяльності конкурентів і прогноз положення підприємства соціокультурної сфери в галузі</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Технологія аналізу ринку соціокультурних послуг методом конкурентної діагностики. 2. Аналіз ринкової частки конкурентів 3. Аналіз причин та умов виникнення конкурентних переваг 	лекція; практичні роботи	3,4,5	завдання відповідно до вказівок практичних робіт; вивчення тематичного матеріалу, (4 год+ 2 год с.р.)	5 балів;	протягом семестру згідно з розкладом занять
<p>Тема 10. Напрями забезпечення конкурентоспроможності підприємств соціокультурної сфери</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проблеми підтримання конкурентоспроможності підприємств соціокультурної сфери у ринкових умовах господарювання 2. Цінові важелі забезпечення конкурентоспроможності підприємств соціокультурної сфери. 3. Підвищення якості послуг як засіб забезпечення 	лекція; практичні роботи	3,4,5	завдання відповідно до вказівок практичних робіт; вивчення тематичного матеріалу, (4 год+ 2 год с.р.)	5 балів;	протягом семестру згідно з розкладом занять

конкурентоспроможності підприємств соціокультурної сфери.					
7. Система оцінювання курсу					
Загальна система оцінювання курсу	100б = 30б (поточний контроль) + 10б(контр. роб) + 10б(теорет. контроль (тест)) + 50 б.(Підсумковий тест (екзамен)) Оцінка за поточний контроль (максимум 50 балів) – середнє арифметичне з округленням до цілого оцінок отриманих на практичних заняттях та при перевірці самостійної роботи студентів, помножених на деякий коефіцієнт. Екзамен – 50 балів				
Вимоги до письмової роботи	Виконувати чітко до вказаних інструкцій				
Практичні заняття	Оцінюється за 5-ти бальною шкалою				
Умови допуску до підсумкового контролю	Здача і захист практичних робіт, контрольної роботи та тесту з теоретичним контролем знань				
8. Політика курсу					
Політика курсу: Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення 1 і Положення 2					
9. Рекомендована література					
<ol style="list-style-type: none"> 1. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р.№ 2210-III 2. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» 3. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л.Г Агафонов — К.: Знання України, 2002. — 352 с. 4. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємства у сфері туристичного бізнесу : Навч. посіб. – К.: Київ, нац.торг.-екон.ун-т, 2006. – 180 с. 5. Должанський І.З., Загорна Т.О. Колнкурентоспроможність підприємства: Навч.посіб. – Київ: Центр навч. літ-ри, - 384 с. 6. Дейнека О. Конкуренція в роздрібному бізнесі: нові можливості маркетингу. / О.Дейнега // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2002. — №5 — С. 61-68. 7. Диніна К. Стратегія формування конкурентних переваг / К.Диніна // Персонал . – 2009. – №1. — С. 78-82 8. Забродська Л.Д. Стратегія управління, реалізація стратегії: Навч. Пос. для студентів економічних спеціальностей / Л.Д. Забродська – Харків: Консол, 2004. 9. Ковтун О.І. Стратегія підприємства : Навч.посібник. 2-ге вид.,стереотип / Ковтун О.І. – Львів: "Новий Світ – 2000" , 2006. - 388 с. 10. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: Учебное пособие - СПб. -284 с. 11. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. – 2-е изд., доп. И испр. – М.: Юрайт-М, 2001. – 224 с. 12. Мазаракі А.А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність : монографія / А.А.Мазаракі, Д.М.Пшеслінський, І.В.Смолін. – К. : Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2010. – 384 с. 13. Опанащук Ю. Я. Напрями вдосконалення оцінки якості обслуговування в готельних підприємствах / Ю.Я. Опанащук // Вісник ЛКА : збірник , наукових праць. – Львів : вид-во ЛКА, 2009. – Вип. 31. — С. 134-141. — (Серія економічна). 					

14. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: Монографія./ В.В.Пастухова. – К.: Київ. нац. Торг.-екон. Ун-т, 2002. – 302с.
15. Портер М.Е. Конкуренція: пер. С англ. – СПб.: Издат.дом. «Вільямс», 2003р.
16. Пуговкін Д. Методика використання гнучкого методу сегментації споживчого ринку / Д.Пуговкін // Маркетинг і реклама. – 2009. — №12 – С. 20-22.
17. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі: Навч. посібник. Видання 2-ге, доповнене. / К.І Редченко – Львів: «Новий Світ - 2000», , 2003, — 272с.
18. Фінансова стратегія підприємства : монографія / І.О.Бланк, Г.В. Ситник, О.В. Корольова-Казанська, І.Г.Ганечко ; за заг.наук.ред. І.О.Бланка. – К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2009. – 147 с.

Викладач:

**доцент кафедри управління
соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та
івентменеджменту**

В.В.Орлова