

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет исторических и политических наук

УТВЕРЖДЕНО:

Декан

Ж.А. Рожнева

Оценочные материалы по дисциплине

Конкурентоспособность туристского предприятия

по направлению подготовки

43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки:

«Организация и управление туристским и гостиничным бизнесом»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

Год приема

2025

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

И.В. Муравьев

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-1 Способен организовать и управлять деятельностью предприятия туристского и гостиничного бизнеса и его отдельных функциональных подразделений.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК-1.1 Осуществляет планирование и организацию деятельности предприятия туристского и гостиничного бизнеса и его отдельных функциональных подразделений

ИПК-1.2 Применяет современные методы и технологии в управлении деятельностью предприятия туристского и гостиничного бизнеса и его отдельных функциональных подразделений

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Примерные тесты для входного контроля:

1. Понятие «конкуренции» означает:

- а) освобождение экономики от дефицита товаров и услуг;
- б) ситуация, при которой происходит превращение экономики в эффективную функционирующую систему;
- в) соперничество, борьба между организациями, отраслями, регионами за достижение лучших результатов.

2. Упорядочите основные типы рынка по степени возрастания развитости конкуренции:

- а) чистая конкуренция;
- б) олигополия;
- в) монополия;
- г) монополистическая конкуренция.

3. Конкурентное преимущество - это всё, кроме:

- а) основа успешной деятельности компании на рынке конкретного товара;
- б) некоторая комбинация большей потребительной ценности и меньших издержек по её доставке;
- в) способность бизнеса организации реагировать на изменения внешних условий при реализации концепции раннего предупреждения;
- г) родовые преимущества, связанные с типичным позиционированием, обеспечиваемым за счет относительного превосходства в навыках и ресурсах, имеющихся у организации.

4. К внешним факторам конкурентоспособности предприятия не относится фактор:

- а) налоговые ставки в стране и регионах;
- б) наличие доступных и дешевых природных ресурсов;
- в) миссия организации;
- г) климатические условия и географическое положение страны или региона;
- д) уровень конкуренции во всех областях деятельности в стране;
- е) государственная поддержка малого и среднего бизнеса в стране и регионах.

5. К внутренним факторам конкурентоспособности продукции предприятия не относится фактор:

- а) патентоспособность (новизна) и уровень патентно-правовой защиты конструкции (структуры, состав) товара;

б) уровень организации производства, труда и управления у потребителей товара, выпускаемого предприятием;

в) конкурентоспособность персонала организации;

г) прогрессивность информационных технологий;

д) прогрессивность технологических процессов и оборудования;

е) научный уровень системы управления (менеджмента);

ж) обоснованность миссии организации.

6. Конкурентоспособность предприятия - это...

а) способность удовлетворить требования конкретного потребителя в определенный период времени по показателям качества информации, технического уровня и затратам потребителя на приобретение и эксплуатацию;

б) способность предприятия выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке;

в) реальная и потенциальная способность предприятия в соответствующих условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов;

г) полезность предприятия для потребителя.

7. Направление повышения конкурентоспособности организации, к которому относят переподготовку кадров, соблюдение требований научных подходов:

а) повышение качества управления на основе применения инструментов новой экономики;

б) совершенствование предприятия инновационной деятельности;

в) внедрение (проведение) стратегического маркетинга «выхода» и «входа» предприятия;

г) совершенствование связей с внешней средой.

8. Направление повышения конкурентоспособности, к которому относят мониторинг основных параметров макро-, мезо- и микросреды предприятия:

а) совершенствование связей с внешней средой;

б) повышение качества управления на основе применения инструментов новой экономики;

в) совершенствование предприятия инновационной деятельности;

г) внедрение (проведение) стратегического маркетинга «выхода» и «входа» предприятия.

9. Субъектами конкуренции могут выступать ...

а) товары

б) регионы

в) потребители

г) отрасли

д) предприятия

е) страны

10. Факторы, формирующие конкурентное окружение:

а) потребители

б) СМИ

в) поставщики

г) контактные аудитории

д) потенциальные хозяйствующие субъекты

- е) рынок рабочей силы
- ё) замещающие товары
- ж) существующие хозяйствующие субъекты

Примерные тесты для текущего контроля:

Тест «Выберите верный вариант ответа»

1. Методы оценки конкурентоспособности предприятия:

- а) основанные на теории эффективной конкуренции
- б) динамические
- в) матричные
- г) процессные
- д) структурные

2. Конкурентные преимущества классифицируются следующим образом:

- 1) преимущество по издержкам и преимущество по различию;
 - 2) устойчивое и неустойчивое конкурентное преимущество;
 - 3) операционное и стратегическое конкурентное преимущество;
 - 4) преходящее и постоянное конкурентное преимущество.
- а) 2, 3, 4;
 - б) 1, 2, 3;
 - в) 1, 3, 4.

3. Стратегия дифференциации, способствующая формированию конкурентных преимуществ, особенно успешна:

- а) в условиях массового спроса;
- б) когда многие покупатели заинтересованы в особых характеристиках товара;
- в) когда предпочтения покупателей сильно отличаются в зависимости от половозрастной принадлежности;
- г) когда дифференциация рыночных ниш сочетается с высокой эластичностью спроса по доходу.

4. На «высоту» входного барьера, определяющего вероятность вступления потенциальных конкурентов из других отраслей в конкурентную борьбу на чужом для них рынке, не относится фактор:

- а) параметры производственного и маркетингового эффектов масштаба и освоения, характеризующие положение конкурентных товаров на данном рынке;
- б) наличие патентов или лицензий на конкурентные товары, сроки действия которых не заканчиваются к моменту выхода на рынок потенциальных конкурентов;
- в) существующие предпочтения и преданность потребителей в отношении торговых марок конкурентных товаров;
- г) качество или внешний вид товара - заменителя;
- д) наличие действующих и/или стоимость создания и обеспечения функционирования новых каналов сбыта, поставок;
- е) уровень тарифных и таможенных ограничений.

5. Из перечисленных конкурентных преимуществ предприятия к базовому преимуществу относится:

- а) развитая рыночная инфраструктура страны или региона дислокации предприятия;
- б) активы предприятия;
- в) высокая квалификация персонала предприятия;

г) допуск на рынок дешевых трудовых, материально-вещественных, информационных и финансовых ресурсов;

д) использование традиционных и проверенных практикой нововведений при модернизации товара или технологий их изготовления и продвижения на рынки.

6. Какими двумя основными свойствами должен обладать продукт, чтобы иметь конкурентные преимущества?

а) продукт должен быть интересен покупателю настолько, что он готов отдать за него деньги;

б) продукт должен быть новым на рынке;

в) продукт должен быть интересен покупателю более, чем аналогичный или схожий по потребительским качествам продукт, производимый другими фирмами;

г) продукт должен быть хорошо разрекламирован.

7. Назовите три основные стратегии создания конкурентных преимуществ:

а) расширение номенклатуры товаров;

б) лидерство в цене;

в) концентрация внимания на интересы конкретных потребителей;

г) послепродажное обслуживание и отслеживание проданного товара;

д) дифференциация.

8. Научный подход к формированию механизма конкурентоспособности организации, позволяющий повысить качество и эффективность управляемых объектов, на основе применения методологии исследования объектов как систем, метод выживания на рынке, метод превращения сложного в простое, восхождения от абстрактного к конкретному - это:

а) системный подход;

б) логический подход;

в) инновационный подход;

г) комплексный подход;

д) глобальный подход;

е) интеграционный подход.

9. Научный подход к формированию механизма конкурентоспособности организации, ориентированный на активизацию инновационной деятельности в области базовых наукоемких отраслей, являющихся двигателями развития экономики. Факторы производства и инвестиций должны быть средствами научно обоснованной инновационной деятельности, а не её целью. Это - ...

а) системный подход;

б) логический подход;

в) инновационный подход;

г) комплексный подход;

д) глобальный подход;

е) интеграционный подход.

10. Фактор, определяющий конкурентную силу поставщика организации:

а) темпы инфляции и нормы налогообложения

б) материально-техническая база поставщика

в) уровень специализации поставщика

г) кадровая политика поставщика

11. Укажите, какие показатели являются основой при построении матрицы БКГ:

- а) рентабельность продаж;
- б) темпы роста рыночной доли;
- в) число путей достижения конкурентного преимущества;
- г) перспективы развития рынка;
- д) доля рынка;
- е) размер конкурентного преимущества.

12. Какие из перечисленных показателей могут использоваться для оценки конкурентного преимущества организации при построении матрицы МакКинси?

- а) доля рынка;
- б) прибыльность отрасли;
- в) производственный потенциал;
- г) интенсивность конкуренции.

13. Построение карты рынка, согласно методике Г.Л. Азоева, осуществляется по показателям:

- а) конкурентоспособность товара;
- б) рентабельность реализованной продукции;
- в) доля рынка;
- г) рейтинговое число;
- д) рентабельность капитала;
- е) темпы роста рыночной доли.

14. Целями оценки конкурентоспособности товара являются:

- а) определение положения вновь разрабатываемого изделия в ряду аналогов организаций отрасли;
- б) увязка научно-технической и производственно-коммерческой стратегии организации с запросами четко выявленных совокупностей потребителей;
- в) разработка мер по повышению уровня конкурентоспособности товара;
- г) изменение состава и структуры выпускаемого ассортимента продукции;
- д) установление цен на товары;
- е) ориентация всей маркетинговой деятельности на конкретного потребителя.

15. Продолжите фразу: «Уровень конкурентоспособности товара — это..»

- 1) ...относительная количественная характеристика товара удовлетворять требованиям конкретного рынка по сравнению с товарами конкурентов»;
- 2) ...совокупность качественных характеристик товара, которая отражает его отличие от товара-образца и обеспечивает этому товару преимущества на конкурентном рынке»;
- 3) ...совокупность стоимостных характеристик товара, которая отражает его отличие от аналогичных товаров и обеспечивает этому товару преимущества на конкурентном рынке»;
- 4) ...комплексная многоаспектная его характеристика, определяющая предпочтение товара на рынке по сравнению с аналогичным товаром конкурентов как по степени соответствия конкретным потребностям потребителей, так и по затратам на их удовлетворение».

Критерии оценки текущего контроля 1 и 2:

«отлично» (6,8-8 балла), повышенный уровень

Правильные ответы даны на 85-100% вопросов «хорошо» (5,3-6,7 балла), пороговый уровень

Правильные ответы даны на 66-84% вопросов

«удовлетворительно» (4 - 5,2 балл), пороговый уровень
Правильные ответы даны на 50-65% вопросов
«неудовлетворительно» (0-3,9 балла), уровень не сформирован
Правильные ответы даны на менее 50% вопросов

Дискуссия (обсуждение вопросов по теме)

Тема 1. Введение в теорию конкуренции и конкурентоспособности туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Дайте определение понятию «конкуренция». Что является объектом и субъектом конкуренции? Перечислите виды конкуренции и дайте им краткую характеристику.
2. Раскройте содержание понятия «конкурентоспособность». В чем заключаются функции конкурентоспособности?
3. Раскройте содержание основных типов конкуренции. Приведите примеры.
4. В чем различие ценовой и неценовой конкуренции? Перечислите основные формы неценовой конкуренции и определите их роль.
5. Охарактеризуйте свойства многоуровневости формирования конкурентоспособности субъектов рынка. Приведите примеры.
6. Назовите факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского предприятия. Приведите примеры.

Тема 2. Диагностика конкурентной среды туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Дайте определение конкурентной среде. Назовите основные составляющие конкурентной среды предприятия.
2. В чем заключаются особенности конкурентной среды туристского предприятия?
3. Каковы цель и задачи исследования отрасли при проведении оценки уровня конкурентоспособности туристского предприятия?
4. Охарактеризуйте содержание основных этапов исследования конкурентной среды туристского предприятия.
5. Приведите примеры сегментации конкурентов с учетом цены и качества продукции (услуг).
6. Приведите примеры необходимого минимума информации о конкурентах.
7. В чем заключаются особенности применения специальных источников информации о конкурентной среде туристского предприятия?
8. Дайте характеристику методам диагностики конкурентной среды туристского предприятия.

Тема 3. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Назовите показатели конкурентоспособности туристского предприятия.
2. Дайте характеристику методам оценки конкурентоспособности туристского предприятия. Определите их преимущества и недостатки.
3. Что такое многоугольник конкурентоспособности? Назовите правила его построения.

Тема 4. Формирование конкурентных преимуществ туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Дайте определение понятию «конкурентное преимущество». Какие факторы конкурентного преимущества существуют?

2. В чем заключается различие между тактическим и стратегическим факторами конкурентного преимущества? Приведите примеры стратегических факторов конкурентного преимущества.
3. Какими характеристиками должны обладать конкурентные преимущества?
4. Перечислите виды конкурентных преимуществ и их источники. В чем заключается анализ конкурентного преимущества?
5. Охарактеризуйте модель пяти сил конкуренции М. Портера.
6. Что такое «конкурентный статус фирмы»? Назовите типы конкурентного статуса предприятия
7. Что такое «конкурентная карта рынка»? Назовите правила построения конкурентной карты рынка.

Тема 5. Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Дайте определения конкурентной стратегии и стратегии управления конкурентоспособностью предприятия.
2. Назовите виды и дайте характеристику стратегий конкурентного поведения компании в отрасли, предложенные М. Портером.
3. Назовите виды и дайте характеристику стратегий конкуренции предприятия, выделенные А.А. Томпсоном и А.Д. Стриклендом.
4. Назовите виды и дайте характеристику стратегий конкуренции, предложенные Г.Л. Азоевым, А.П. Челенковым.
5. В чем особенности ситуационного проектирования стратегии конкуренции для туристского предприятия?
6. Назовите особенности разработки конкурентных стратегий на различных этапах жизненного цикла туристского предприятия.

Тема 6. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью туристского предприятия

1. В чем заключается управление конкурентоспособностью предприятий? Что является объектом управления в системе управления конкурентоспособностью предприятия?
2. Какие подсистемы включает система управления конкурентоспособностью предприятий? Раскройте содержание каждой подсистемы.
3. В чем заключается управление конкурентоспособностью на основе инноваций и институциональных преобразований? Приведите примеры российской практики.
4. Какими условиями обеспечивается технологическая конкурентоспособность? Раскройте содержание каждого из условий и приведите примеры.
5. Раскройте сущность этапов процесса управления конкурентоспособностью предприятия. Какова последовательность принятия решений по управлению конкурентоспособностью предприятия?

Тема 7. Разработка и реализация программ повышения конкурентоспособности туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Каковы предпосылки разработки программ повышения конкурентоспособности предприятия?

2. Назовите этапы разработки программы повышения конкурентоспособности предприятия и охарактеризуйте их содержание.
3. Какие средства и методы можно использовать для повышения конкурентоспособности предприятия?
4. Как проводится оценка экономического эффекта мероприятий по поддержанию и повышению уровня конкурентоспособности туристского предприятия?
5. Каким образом должна быть проведена переоценка конкурентоспособности предприятия с учетом предложенных мероприятий?

Критерии оценки:

«отлично» (3 балла), повышенный уровень

При участии в обсуждении вопросов (дискуссии) студент использовал знания по теме, полученные не только на лекционных занятиях, но из основной литературы и дополнительных источников. При этом студент показал умения отстаивать свое мнение и слушать других, способности аргументировано и логически верно формулировать свои мысли. На все дополнительные вопросы и аргументы другой стороны даны верные ответы.

«хорошо» (2 балла), пороговый уровень

При участии в обсуждении вопросов (дискуссии) студент использовал знания по теме, полученные на лекционных занятиях и из основной литературы. При этом студент на должном уровне показал умения отстаивать свое мнение и слушать других, способности аргументировано и логически верно формулировать свои мысли. Отдельные вопросы и аргументы другой стороны в дискуссии, заданные студенту, вызвали затруднения.

«удовлетворительно» (1 балл), пороговый уровень

При участии в обсуждении вопросов (дискуссии) студент использовал знания по теме, полученные только на лекционных занятиях. При этом студент слабо показал умения отстаивать свое мнение и слушать других, не полностью проявил способности аргументировано и логически верно формулировать свои мысли. Вопросы и аргументы другой стороны в дискуссии, заданные студенту дополнительно, вызвали затруднения.

«неудовлетворительно» (0 баллов), уровень не сформирован

При участии в обсуждении вопросов (дискуссии) студент не показал знания по теме. При этом студент не показал умения отстаивать свое мнение и слушать других, способности аргументировано и логически верно формулировать свои мысли.

Примерные практические задачи:

Практическая задача 1 (3 балла). Выберите 5-7 финансовых и технико-экономических показателей туристского предприятия, по которым будет проводиться оценка уровня конкурентоспособности предприятия и его конкурента. Поясните свой выбор. Выбирайте показатели, которые могут быть рассчитаны на основании данных финансовой отчетности предприятий. Укажите и обоснуйте весомость каждого из выбранных показателей. Выбор конкурентов и поиск первичной информации (финансовой отчетности) - индивидуальная предварительная работа студентов. Рассчитайте уровень конкурентоспособности одного из предприятий, ход и результаты расчетов оформите в виде таблицы. Проанализируйте структуру и динамику получившегося интегрального показателя КСП.

Практическая задача 2 (3 балла). Характеристика основных показателей продуктового портфеля туристской фирмы: Турпродукт А Объем реализации (у.е.)
Прошлый год - 8400000 Текущий год - 8700000 Емкость рынка в текущем году (у.е.) - 112000000
Объем реализации конкурента в текущем году (у.е.) - 24000000

Турпродукт Б Объем реализации (у.е.)
Прошлый год - 17100000 Текущий год - 19400000 Емкость рынка в текущем году (у.е.) - 86000000
Объем реализации конкурента в текущем году (у.е.) 11200000

Турпродукт В Объем реализации (у.е.) Прошлый год - 4700000 Текущий год - 5400000 Емкость рынка в текущем году (у.е.) - 114000000 Объем реализации конкурента в текущем году (у.е.) 8700000

Турпродукт Г Объем реализации (у.е.) Прошлый год - 6000000 Текущий год - 8000000 Емкость рынка в текущем году (у.е.) - 390000000 Объем реализации конкурента в текущем году (у.е.) 4300000

Определите:

- 1) конкурентоспособность каждого вида туристского продукта по отношению к аналогичным продуктам конкурентов по охвату рынка;
- 2) положение производимых фирмой видов туристских продуктов согласно матрице БКГ (Бостонской консалтинговой группы);
- 3) этап ЖЦТ для каждого вида туристских продуктов;
- 4) стратегию фирмы по дальнейшему формированию продуктового портфеля.

Критерий оценки:

«отлично» (5-4,5 балла), повышенный уровень

Студентом решена задача повышенного уровня. При этом составлен правильный алгоритм решения задачи, в логических рассуждениях, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. «хорошо» (3-4,5 балла), пороговый уровень

Студентом решена задача порогового уровня. При этом составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ. «удовлетворительно» (2,5-3 балла), пороговый уровень

Студентом решена задача порогового уровня. При этом, задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

«неудовлетворительно» (0 баллов), уровень не сформирован

Студентом задача решена неправильно, допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах.

Примерные практические задания:

Практическое задание 1 (4 балла). Дайте характеристику системе управления конкурентоспособностью предприятия, на котором вы проходили практику. Для выполнения задания необходимо представить: 1) название предприятия, форму собственности, организационно-правовой статус. Краткое описание направлений деятельности предприятия в соответствии с кодами ОКВЭД (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности); 2) характеристику управляющей подсистемы; 3) характеристику обеспечивающей подсистемы; 4) характеристику управляемой функциональной подсистемы; 5) характеристику подсистемы внутренней среды; 6) выводы.

Практическое задание 2 (4 балла). Проанализируйте конкурентную структуру сферы туризма.

Основные задачи, которые необходимо решить:

- изучение структурных компонентов модели пяти конкурентных сил М. Портера;
- исследование конкурентной структуры конкретной отрасли;
- выявление характера влияния конкурентных сил на потенциал прибыльности и привлекательности отрасли.

Критерии оценки:

«отлично» (91-100%), повышенный уровень

Практическое задание выполнено в полном объеме и правильно. При выполнении задания студент использовал конспекты лекции, основную и дополнительную литературу. Студент выполнил задание самостоятельно.

«хорошо» (75-90%), пороговый уровень

Практическое задание выполнено в полном объеме, но есть отдельные замечания по содержанию задания. При выполнении задания студент использовал конспекты лекции, основную и дополнительную литературу. Студент выполнил задание самостоятельно.

«удовлетворительно» (50-74%), пороговый уровень

Практическое задание выполнено не в полном объеме и есть замечания по содержанию. При выполнении задания студент использовал конспекты лекции, основную литературу. Студент выполнил задание самостоятельно. «неудовлетворительно» (менее 50%), уровень не сформирован

Практическое задание выполнено не в полном объеме и с ошибками. Сложно оценить самостоятельность выполнения задания.

Деловая игра

Комплексная деловая игра «Разработка стратегии повышения конкурентоспособности туристского предприятия»

Цель деловой игры: формирование у студентов практических умений и навыков в принятии решений по разработке стратегии повышения конкурентоспособности конкретного туристского предприятия, формирование навыков командной работы, навыков аналитической деятельности и аргументации.

Задачи деловой игры:

- проанализировать конкурентную ситуацию на рынке туристских услуг Республики Алтай;

- оценить конкурентоспособность туристских услуг и туристского предприятия в целом;

- обосновать и разработать стратегические направления повышения конкурентоспособности туристского предприятия. Условие игры: студенты разбиваются на группы по четыре человека, представляющие менеджеров туристского предприятия. Задание по выбору туристского предприятия, сбору необходимой информации, студенты получают заранее и выполняют в рамках самостоятельной работы.

Ход игры:

Организационный этап - ознакомление с заданиями игры, правилами проведения деловой игры, с общей характеристикой конкретного туристского предприятия, на примере которого будут выполняться задания игры.

1 этап - анализ конкурентной среды туристского предприятия. На данном этапе необходимо собрать информацию о факторах конкурентной среды туристского предприятия, проанализировать их, выявить факторы, положительно и отрицательно, влияющие на деятельность туристского предприятия. Необходимо выявить прямых и потенциальных конкурентов на рынке Республики Алтай, выбрать несколько основных конкурентов туристского предприятия на рынке, провести анализ деятельности конкурентов. Анализ конкурентов связан с ответами на следующие вопросы:

1. Какие планы существуют у конкурентов в отношении их доли рынка, повышения рентабельности и увеличения объема продаж?

2. Какой рыночной стратегии придерживаются ваши конкуренты в настоящее время?

3. С помощью каких средств обеспечивают они её реализацию?

4. Каковы её сильные и слабые стороны?

5. Какие действия можно ожидать в будущем от нынешних и возможных конкурентов?

2 этап - оценка конкурентоспособности туристского предприятия. На данном этапе необходимо определить основных конкурентов туристского предприятия и провести сравнительную оценку.

3 этап - формирование совокупности конкурентных преимуществ для туристского предприятия. На этом этапе необходимо по результатам анализа сформировать совокупность конкурентных преимуществ туристского предприятия. Необходимо систематизировать и обосновать конкурентные преимущества туристского предприятия.

4 этап - разработка матрицы обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия. На основе результатов анализа на предыдущих этапах деловой игры необходимо разработать матрицу обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия.

5 этап - разработка стратегии повышения конкурентоспособности туристского предприятия. На этом этапе необходимо на основе результатов анализа на предыдущих этапах деловой игры, разработать стратегию повышения конкурентоспособности туристского предприятия.

6 этап - обоснование и презентация программы повышения конкурентоспособности туристского предприятия. На этом этапе необходимо на основе стратегии повышения конкурентоспособности туристского предприятия, разработанной на предыдущем этапе, разработать программу мероприятий повышения конкурентоспособности предприятия. На данном этапе надо подготовить презентацию по результатам деловой игры.

7 этап - подведение итогов деловой игры, оценка результатов работы команд.

Критерии оценки:

«отлично» (6 (3) балла), повышенный уровень

Студент продемонстрировал отличное знание теории предмета, смог применить теорию на практике. Соответствие игровой роли абсолютное; во время игры правильно применены технологические особенности игровой роли, при подготовке к роли проанализирована проблема и даны обоснованные рекомендации по ее решению.

«хорошо» (4 (2) балла), пороговый уровень

Студент продемонстрировал хорошее знание теории предмета, смог применить теорию на практике. В целом соответствует игровой роли; во время игры применены некоторые технологии эффективного общения, проанализирована проблема и даны рекомендации по ее решению.

«удовлетворительно» (2 (1) балл), пороговый уровень

Студент продемонстрировал удовлетворительное знание теории предмета, смог применить некоторые положения на практике. В основном соответствует игровой роли;

«неудовлетворительно» (0 баллов), уровень не сформирован

Студент не знает теорию предмета, не соответствует игровой роли;

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Тематика эссе

1. Особенности конкуренции на туристском рынке в современных условиях
2. Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского предприятия

Критерий оценки эссе:

Требования, предъявляемые к эссе

1. Оно должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.

2. Не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия позиции, идеи автора.

3. Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.

4. Каждый абзац должен содержать только одну основную мысль.

5. Оно должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.

6. Должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

«отлично» (4 баллов), повышенный уровень

В эссе четко сформулировано понимание проблемы и ясно выражено отношение к ней автора. Проблема раскрыта на теоретическом и практическом уровнях, с приведением примеров из реальной практики. В эссе логически соединены в единое повествование термины, понятия, теоретические обобщения, относящиеся к раскрываемой проблеме. В эссе представлена четкая аргументация, доказывающая позицию автора (в виде современных социальных процессов, конкретных примеров, статистических данных и т. п.).

«хорошо» (3 балла), пороговый уровень

В эссе с неточностями представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы. Проблема раскрыта на теоретическом уровне с неточностями в использовании терминов и понятий в контексте ответа. В эссе дана аргументация своего мнения со слабой опорой на факты из практики.

«удовлетворительно» (2 балла), пороговый уровень

В эссе расплывчато представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы. В эссе проблема раскрыта с некорректным использованием терминов и понятий в контексте ответа (теоретические связи и обоснования не присутствуют или явно не прослеживаются). В эссе слабо аргументировано собственное мнение с минимальной опорой на факты из практики.

«неудовлетворительно» (0 баллов), уровень не сформирован

В эссе не прослеживается собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы. Проблема раскрыта слабо, без использования терминов. Не аргументировано собственное мнение. Эссе не предоставлено.

Тематика рефератов, доклада

1. Применение метода бенчмаркинга для оценки конкурентной среды туристского предприятия

2. Особенности конкурентной среды туристского предприятия.

3. Человеческий ресурс как фактор повышения конкурентоспособности туристского предприятия

4. Системный подход к управлению качеством в целях укрепления конкурентной позиции туристского предприятия

5. Маркетинговые технологии управления конкурентоспособностью предприятия

Критерии оценки реферата:

Требования к написанию реферата

1. Общий объем реферата должен быть не менее 15, но не более 30 страниц машинописного текста шрифта Times New Roman, размер 14, интервал 1,5, выравнивание по ширине текста при соблюдении полей в размере 3 см слева, 1,5 справа и по 2 см - сверху и снизу.

2. Первая страница - титульный лист (не нумеруется), вторая - содержание, которое в развернутом виде отражает изучаемые вопросы, далее - введение, обосновывающее актуальность выполнения реферата конкретно по выбранной теме, с указанием предмета,

объекта исследования. Основная часть реферата должна быть четко структурирована. В заключении студентом обобщаются выводы по теме, при необходимости делаются предложения, обосновывается личное мнение студента на поставленную проблему, возникшую ситуацию и т.п.

3. Список литературы должен быть оформлен в соответствии с ГОСТом, содержать не менее 5-7 источников научных и периодических изданий.

«отлично» (6 балла), повышенный уровень

Выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

«хорошо» (4 балла), пороговый уровень

Основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

«удовлетворительно» (2 балла), пороговый уровень

Имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

«неудовлетворительно» (0 баллов), уровень не сформирован

Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Критерии оценки доклада:

Доклад должен иметь следующую структуру:

- титульный лист
- оглавление (в нем последовательно излагаются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт);
- введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы);
- основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы);
- заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации);
- список использованных источников.

«отлично» (4 балла), повышенный уровень

Содержание доклада соответствует требованиям к содержанию и структуре доклада. Тема доклада раскрыта полностью. Выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, изложение материала логично, доступно. На основе представленной презентации формируется полное понимание тематики исследования, раскрыты детали. Презентация полностью соответствует установленным требованиям. При подготовке доклада использованы различные актуальные источники информации. Все ответы на вопросы по докладу при его обсуждении исчерпывающие, аргументированные, корректные. Выступление докладчика полностью соответствует критериям ораторского искусства.

«хорошо» (3 балла), пороговый уровень

Содержание доклада за исключением отдельных моментов, соответствует требованиям к содержанию и структуре доклада. Тема раскрыта в достаточной степени, но не полностью, приведены примеры из практики. Информации представлено

недостаточно; в отдельных случаях нарушена логика в изложении материала, не совсем доступно. На основе представленной презентации формируется общее понимание тематики исследования, но не ясны детали. При подготовке доклада использованы различные актуальные источники информации. Не все ответы на вопросы по докладу при его обсуждении исчерпывающие, аргументированные, корректные.

«удовлетворительно» (2 балл), пороговый уровень

Содержание доклада частично соответствует требованиям к содержанию и структуре доклада. Раскрыта малая часть темы; поиск информации проведён поверхностно; в изложении материала отсутствует логика, доступность. На основе представленной презентации не совсем понятна тематика исследования, детали не раскрыты. При подготовке доклада использованы не актуальные источники информации. При обсуждении доклада ответов на вопросы не было, или они не соответствовали заданным вопросам. Выступление докладчика частично соответствует критериям ораторского искусства. «неудовлетворительно» (0 баллов), уровень не сформирован

Содержание темы не раскрыто, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Подготовка конспектов по следующим вопросам:

1. Ситуационное проектирование стратегии конкуренции для туристского предприятия.
2. Конкурентные стратегии на различных этапах жизненного цикла туристского предприятия.

Критерии оценки:

«отлично» (1,5-2 балл), повышенный уровень

В конспекте, в том числе в конспекте-схеме в полном объеме раскрыто содержание вопроса. При этом в конспекте соблюдена логика изложения вопроса, выделены ключевые моменты вопроса. Конспект составлен понятным языком, содержит рисунки, таблицы, к которым даны все необходимые пояснения. Приведены примеры, иллюстрирующие ключевые моменты темы. «хорошо» (1-1,4 балла), пороговый уровень

В конспекте, в том числе в конспекте-схеме в полном объеме раскрыто содержание вопроса. При этом в конспекте соблюдена логика изложения вопроса, прослеживается неясность и нечеткость изложения вопроса, выделены не все ключевые моменты вопроса. Конспект составлен понятным языком, содержит рисунки, таблицы, к некоторым из которых не даны полные необходимые пояснения. Иллюстрационные примеры приведены не в полном объеме.

«удовлетворительно» (0,5 -1,0 балла), пороговый уровень

В конспекте, в том числе в конспекте-схеме не полностью отражено содержание вопроса. В конспекте имеются нарушения логики изложения материала темы. Не выделены ключевые моменты темы. Конспект составлен небрежно и неграмотно. Не приведены иллюстрационные примеры.

«неудовлетворительно» (0 баллов), уровень не сформирован Конспект, в том числе конспект-схема не представлен.

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Вопросы к экзамену

1. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность».
2. Классические теории конкуренции и конкурентных отношений: А. Смит, Д. Рикардо, А. Маршал, Й. Шумпетер, Ф. Хайек.
3. Современные теории конкуренции: М. Портер, М. Трейси, Ф. Вирсема, Дж. Ф. Мур, и др.

4. Иерархия конкурентоспособности: национальная конкурентоспособность; конкурентоспособность регионов и отраслей; конкурентоспособность предприятия; конкурентоспособность товара.
5. Конкурентоспособность туристского предприятия. Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского предприятия.
6. Понятие и основные составляющие конкурентной среды. Особенности конкурентной среды туристского предприятия.
7. Цель и задачи исследования отрасли при проведении оценки уровня конкурентоспособности туристского предприятия.
8. Основные этапы исследования конкурентной среды предприятия.
9. Методы диагностики конкурентной среды туристского предприятия.
10. Обзор определений понятия «конкурентоспособность предприятия». Виды конкурентоспособности предприятия.
11. Показатели конкурентоспособности туристского предприятия.
12. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе рейтинговой оценки.
13. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе расчета рыночной доли.
14. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе нормы потребительной стоимости.
15. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе теории эффективной конкуренции.
16. Метод оценки конкурентоспособности предприятия на основе определения операционной эффективности и стратегического позиционирования.
17. Многоугольник конкурентоспособности.
18. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе SWOT-анализа.
19. Понятие и свойства конкурентного преимущества. Виды конкурентных преимуществ.
20. Модель пяти сил конкуренции Портера.
21. Конкурентный статус фирмы: понятие, оценка уровня. Типы конкурентного статуса предприятия. Построение конкурентной карты рынка.
22. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру: стратегия лидерства в минимизации издержек; стратегия дифференциации; стратегии фокусирования.
23. Конкурентные стратегии предприятия по А.А. Томпсону и А.Д. Стрикленду.
24. Стратегии конкуренции по Г.Л. Азоеву, А.П. Челенкову.
25. Конкурентные стратегии на различных этапах жизненного цикла туристского предприятия.
26. Комплексная модель управления конкурентоспособностью туристского предприятия.
27. Маркетинговые технологии управления конкурентоспособностью туристского предприятия.
28. Технологии управления конкурентоспособностью предприятия на основе внедрения инноваций.
29. Человеческий ресурс как фактор повышения конкурентоспособности туристского предприятия.
30. Системный подход к управлению качеством в целях укрепления конкурентной позиции туристского предприятия.
31. Концепция разработки и основные элементы программы повышения конкурентоспособности предприятия.
32. Этапы разработки программы повышения конкурентоспособности предприятия.
33. Оценка экономического эффекта мероприятий по поддержанию и повышению уровня конкурентоспособности туристского предприятия.
34. Переоценка конкурентоспособности предприятия с учетом предложенных мероприятий.

Критерии оценки:

91-100 баллов, «отлично», повышенный уровень

Студент показал прочные знания основных теоретических положений дисциплины. При ответе на вопросы экзаменационного билета студент показал умение логически рассуждать, самостоятельно делать выводы. Были приведены примеры из практики. При подготовке к экзамену были использованы конспекты лекции, основная и дополнительная литература.

76-90 баллов, «хорошо», пороговый уровень

Студент показал прочные знания основных положений дисциплины. При ответе на вопросы экзаменационного билета студент показал умение логически рассуждать, самостоятельно делать выводы. Были приведены частично примеры из практики. При подготовке к экзамену были использованы конспекты лекции, основная литература.

61-75 баллов, «удовлетворительно», пороговый уровень

Студент показал знание основных положений дисциплины. При ответе на вопросы экзаменационного билета студент частично показал умение логически рассуждать, делать выводы с помощью преподавателя. Не были приведены примеры из практики. При подготовке к экзамену были использованы в основном конспекты лекции.

Менее 61 балла, «неудовлетворительно», уровень не сформирован

При ответе студента выявились существенные пробелы в знаниях студента основных положений дисциплины. При ответе на вопросы экзаменационного билета студент не показал умение логически рассуждать, самостоятельно делать выводы. Не были приведены примеры из практики.