

# ПРОГРАММА СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

## по курсу “Стратегический менеджмент”

### Семинарское занятие 1.

**Тема: Базовые стратегии конкуренции. Факторы формирования конкурентных преимуществ туристического предприятия на рынке выездного, въездного и внутреннего туризма Беларуси.**

1. Стратегия дифференциации качества.
2. Стратегия минимизации издержек
3. Стратегия фокусирования на узком сегменте рынка.
4. Место базовых стратегий конкурентоспособности в системе стратегий различных иерархических уровней туристской компании.

#### Рекомендуемая литература:

1. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. - Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.
2. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. - Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002.
3. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. - Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.

### Семинарское занятие 2.

**Тема: Выбор рыночной ниши, местоположения туристического предприятия (ситуация коммерческой организации). Территориальный и экономический подходы к выбору местоположения бизнеса.**

1. Предпосылки для выбора хозяйственной деятельности: состояние рынка; степень насыщения предпринимательской туристской деятельностью; льготы и привилегии, препятствия и ограничения туристской деятельности, условия инвестирования в отрасль.

2. Источники первичной информации для определения хозяйственной ниши туристского предприятия (официальная статистика, законодательные акты об условиях предпринимательской деятельности и инвестировании, отчеты банков и страховых обществ, специальная литература).

3. Различия между понятиями «рыночная ниша» и «сегмент рынка».

4. Факторы выбора местоположения туристского предприятия. Общий выбор макро- и микрорасположения туристского предприятия. Критерии выбора местоположения бизнеса.

5. Специфические факторы выбора местоположения туристской фирмы: потребительский профиль района, транспортные связи, уровень и динамика спроса на туристские услуги, размещение действующих конкурентов.

#### Рекомендуемая литература:

1. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. - Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.
2. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. - Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002.
3. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. - Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.
4. Левицкая Э.В. Организация предпринимательства в туризме. – Учебное пособие. – Донецк, 2000.

5. Карпова Г.А. Практика туристского бизнеса. Опыт работы фирмы «Селена» на рынке международного туризма. – М. – Санкт-Петербург: Торговый дом Герда, 2000.
6. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. – Учебное пособие. - М.: Нолидж, 1996.
7. Квартальнов В.А. Туризм. - Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001.
8. Квартальнов В.А., Зорин И.В., Ильина Е.Н. Основы туристской деятельности. – М.: Советский спорт, 2000.

### **Семинарское занятие 3.**

**Тема: Организационная структура управления. Роль организационной структуры в реализации стратегии развития туристского предприятия. Принципы создания эффективной организационной структуры**

1. Понятие и структура организационной культуры. Этические стандарты. Постулаты веры.
2. Методы исследования культуры организации.
3. Роль организационной культуры в реализации стратегических целей турфирмы.
4. Факторы создания здоровой корпоративной культуры. Особенности нездоровой корпоративной культуры.
5. Адаптируемый тип корпоративной культуры. Кодекс поведения. Система ценностей и этических норм компании.
6. Характеристика стилей руководства туристским предприятием. Демократический, авторитарный, либеральный стили управления предприятием. Организационно-административные методы управления.
7. Экономические методы управления. Социально-психологические методы управления. Самоуправление.

#### **Рекомендуемая литература:**

1. Хомич С.А., Кондрикова Я.Н., Липченко У.Г., Ячная М.А. Организация и управление туристским предприятием.- Конспект лекций для студентов факультета международных отношений, обучающихся по специальности Е1-26 02 02. – Мн.: БГУ, 2008. – 86 с.
2. Егоршин А.П. Управление персоналом. Нижний Новгород: НИМБ, 1999.
3. Десслер Г. Управление персоналом /Пер. с англ. яз. – М.: Бином, 1997.
4. Основы управления персоналом: Учебник для вузов /Под ред. Б.М. Генкина. – М.: Высшая школа, 1996.
5. Гришко Н.И. Управление персоналом: Учебно-практическое пособие. – Минск: БГЭУ, 2000.
6. Кабушкин Н.И. Менеджмент в туризме. – Минск: БГЭУ, 1999.
7. Управление персоналом организации /Под ред. Проф. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА, 1997.
8. Журавлев П.В. Персонал. Словарь понятий и определений. – СПб: «Экзамен» - 20, 2000.

### **Семинарское занятие 4.**

**Тема: Информационно-рекламные материалы в деятельности туристского предприятия. Туристский каталог как основной носитель информации для продвижения туристского продукта.**

1. Печатная реклама. Классификация и особенности печатной рекламы. Виды печатной рекламы
2. Каталоги. Проспекты и брошюры. Буклеты. Плакаты. Рекламные листовки. Рекламно-подарочные издания. Книжная реклама. Аудиовизуальная, радио- и телереклама. Рекламные кино- и видеофильмы.
3. Радиообъявление, радиоролик, радиорепортаж. Телеролики, телеобъявления, рекламные телепередачи, телезаставки. Прямая почтовая реклама. Разновидности прямой почтовой рекламы. Компьютеризированная реклама. Рекламный сервер. Веб-страница.
4. Генеральные и служебные каталоги. Требования к текстовому материалу каталога. Формат каталога. Варианты ценовых таблиц в каталогах. Основные требования, предъявляемые к каталогу.

**Рекомендуема литература:**

1. Дурович А.П. Реклама в туризме. – Учебное пособие. – Минск, БГЭУ, 2000.
2. Дурович А.П. Продвижение туристского продукта на рынок. – Учебное пособие. – Минск, БГЭУ, 1999.

**Семинарское занятие 5.**

**Тема: Стратегия финансирования как основа финансового менеджмента туристского предприятия. Определение и реализация ценовой стратегии туристского предприятия.**

1. Финансово-экономические аспекты в деятельности турпредприятия. Два типа источников финансирования предприятия.
2. Прибыль как интегральный показатель эффективности основной деятельности коммерческой организации. Себестоимость. Издержки производства. Расчетная прибыль. Чистая прибыль. Остаточная прибыль
3. Планирование финансовой деятельности туристского предприятия (аналитическая часть, план прибыли, убытков, балансовая ведомость, финансовый план, расчет показателей платежеспособности и ликвидности, прогноз эффективности инвестиционных проектов).
4. Бюджет туристского предприятия. Доходная часть. Расходная часть. Бюджет с профицитом. Бюджет с дефицитом. Сбалансированный бюджет. Активы баланса. Пассивы баланса.
5. Налогообложение, бухгалтерский учет, отчетность туристских предприятий.

**Рекомендуема литература:**

1. Состав и учет затрат в туризме. – М.: Издательство «Ось-89», 2000.
2. Яцковская Т.С. Бухгалтерский учет в туризме. - Учебно-практическое пособие. – Минск, БГЭУ, 2000.
3. Горбылева З.М. Экономика туризма. – Учебно-методическое пособие. – Минск, БГЭУ, 1999.

4. Экономика и организация туризма. Международный туризм /Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев и др.; под ред. И.А. Рябовой, Ю.В. Забаева, Е.Л. Драчевой. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2005.- 576 с.