

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗИНА  
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

КОМПЛЕКС

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

з дисципліни «Стратегічне управління підприємств індустрії гостинності»

(назва навчальної дисципліни)

Рівень вищої освіти **другий (магістерський)**

**Галузь знань 024 «Сфера обслуговування»**

Спеціальність : **241 «Готельно-ресторанна справа»**

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Вид дисципліни **обов'язкова**

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач к.е.н., доцент Данько Н. І.

**1. Навчальний контент:** Дистанційний курс: Данько Наталя Іванівна Стратегічне управління підприємств індустрії гостинності: дистанційний курс. // Навчально-методична праця. - Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020. Режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3993>

**2. Плани практичних (семінарських) занять, завдання для лабораторних робіт, самостійної роботи:** Дистанційний курс: Данько Наталя Іванівна Стратегічне управління підприємств індустрії гостинності: дистанційний курс. // Навчально-методична праця. - Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020. Режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3993>

**3. Питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю** знань і вмінь здобувачів вищої освіти, для контрольних робіт, передбачених навчальним планом, після атестаційного моніторингу набутих знань і вмінь з навчальної дисципліни: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3993>

Замість виконання завдань (вивчення тем) можуть також додатково враховуватись такі види активностей здобувача:

– проходження тренінг-курсів чи дистанційних курсів з використання сучасних освітніх технологій на платформах Coursera (<https://ru.coursera.org/learn/strategic-business-management-microeconomics>), Prometheus тощо (за наявності відповідного документу про їх закінчення, надання копії викладачу).

#### **4. Завдання семестрових екзаменів (письмових залікових робіт):**

Підсумковий контроль засвоєння розділів здійснюється по їх завершенню на основі проведення контрольної роботи. Завданням контролю є оцінювання знань, умінь та практичних навичок студентів, набутих під час вивчення певного блоку тем.

Структура залікової роботи:

- творче питання – 20 балів;
- тести – 20 балів (10 тестових завдань x 2,0 бали).

*За бажанням студент має можливість обрати тестову форму виконання залікової роботи (білет містить 20 тестових завдань, студент одержує 2 бали за кожну вірну відповідь).*

У разі настання / подовження дії обставин непереможної сили (в тому числі запровадження жорстких карантинних обмежень в умовах пандемії з заборонаю відвідування ЗВО ) здобувачам вищої освіти надається можливість скласти залікову роботу в тестовій формі (білет містить 20 тестових завдань, здобувач одержує 2 бали за кожну вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Стратегічне управління підприємств індустрії гостинності» <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3993>

**Питання по курсу “Стратегічне управління підприємств індустрії гостинності” для підготовки до заліку:**

1. Поняття стратегії
2. Основні риси стратегії
3. Ознаки недостатньо обґрунтованої стратегії
4. Розвиток стратегічного планування
5. Що таке СЗГ (стратегічна зона господарювання)
6. Що таке стратегічний господарський центр
7. Життєвий цикл попиту та технології
8. Виділення СЗГ
9. Зони стратегічних ресурсів
10. Групи, що впливають на формування стратегії
11. Місія організації
12. Фактори, що впливають на вироблення місії організації
13. Цілі організації та їх основні напрямки
14. Цілі росту
15. Вимоги до цілей
16. Процес формування цілей організації
17. Підходи до вироблення стратегії
18. Стратегії концентрованого росту
19. Стратегії інтегрованого росту
20. Стратегії диверсифікованого росту
21. Стратегії скорочення
22. Елементи, що впливають на вибір стратегії
23. Від чого залежить конкурентний статус фірми
24. Критична точка об'єму
25. Оптимальна точка об'єму
26. Оцінка рівня стратегічних капіталовкладень
27. Оцінка привабливості СЗГ
28. Від чого залежить привабливість СЗГ
29. Процес стратегічного планування
30. Аналіз макрооточення
31. Аналіз безпосереднього оточення
32. Аналіз внутрішнього середовища
33. Матриця БКГ
34. Класифікація стратегій організації
35. Стратегічна піраміда (за А.А.Томпсоном)
36. Способи розробки стратегії
37. Визначення майбутньої ефективності діючої стратегії
38. Методика SWOT-аналізу
39. Методика діагностики галузі і конкуренції в ній
40. Визначення основних економічних характеристик галузі
41. Модель п'яти сил конкуренції Портера
42. Фактори, що впливають на інтенсивність конкуренції
43. Бар'єри, що запобігають проникненню на ринок
44. Вплив на конкуренцію в галузі товарів-субститів
45. Конкурентна сила постачальників

46. Конкурентна сила покупців
47. Стратегічна суть п'яти конкурентних сил
48. Визначення конкурентних позицій основних фірм галузі (карта стратегічних груп)
49. Концепція рушійних сил галузі
50. Аналіз поведінки фірм-конкурентів
51. Галузеві ключові фактори успіху
52. Аналіз привабливості галузі та визначення її перспектив
53. Схема проведення аналізу галузі і конкуренції
54. Визначення ефективності діючої стратегії
55. В чому сила і слабкість компанії, її можливості та загрози
56. Конкурентоспроможність цін та витрат компанії
57. Стратегічний аналіз витрат і ланцюжок цінностей
58. Конкурентна позиція компанії
59. Стратегічні проблеми компанії
60. SWOT – аналіз та його застосування для туристичної фірми
61. Основні ознаки конкурентної сили
62. Основні ознаки конкурентної слабості
63. П'ять загальних стратегій конкуренції
64. Стратегії низьких витрат
65. Стратегії диференціації
66. Стратегії оптимальних витрат
67. Сфокусовані стратегії низьких витрат і диференціації
68. Які умови впливають на успіх стратегії фірми
69. Основні способи росту фірми
70. Як можна описати конкурентну стратегію фірми
71. Стратегія “збору врожаю”
72. Фактори, що обумовлюють вибір стратегій диверсифікованого росту
73. Стратегія конгломеративної диверсифікації.