

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ВК 10 Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг

(шифр і назва навчальної дисципліни)

спеціальність _____ **073 «Менеджмент»** _____

(шифр і назва спеціальності)

Освітня програма _____ **«Менеджмент»** _____

(назва спеціалізації)

інститут, факультет, _____ **документальних комунікацій, менеджменту,
технологій та фізики** _____

(назва інституту, факультету,)

2020 – 2021 навчальний рік

Робоча програма Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг для здобувачів вищої освіти

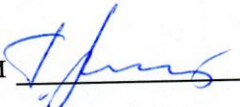
за спеціальністю / освітньою програмою 073 «Менеджмент»/ Менеджмент

Мова навчання українська

Розробники: к.е.н., доцент кафедри менеджменту Савченко О.Р.

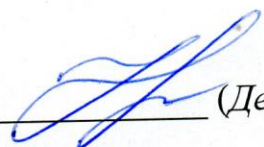
Робоча програма затверджена на засіданні кафедри менеджменту

Протокол від "31" серпня 2020 року № 08

Завідувач кафедри  (Микитин Т.М.)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики Рівненського державного гуманітарного університету

Протокол від "01" вересня 2020 року № 01

Голова навчально-методичної комісії  (Дейнега І.О.)

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань <i>07 «Управління та адміністрування»</i>	Вибіркова	
Модулів – 2	Спеціальність: <i>073 «Менеджмент»</i>	Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		1-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання <i>не передбачено</i>		Семестр	
Загальна кількість годин – 120		2-й	2-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи здобувача вищої освіти – 4	Освітній ступінь: <i>магістр</i>	Лекції	
		20 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		20 год.	6 год.
		Лабораторні	
		- год.	- год.
		Самостійна робота	
		80 год.	108 год.
		Індивідуальні завдання:	
		год.	
Вид контролю:			
залік	залік		
Передумови для вивчення дисципліни: <i>методологія і методи наукових досліджень (за професійним спрямуванням), публічне адміністрування, менеджмент організацій, фінансовий менеджмент, управління змінами, комп'ютерно-інформаційні технології бізнесу</i>			

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета навчальної дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» полягає в поглибленні теоретичних знань сутності стратегічного менеджменту галузевих підприємств, оволодінні сучасним методичним інструментарієм стратегічного аналізу, визначенні ринкових позицій, організаційно-ресурсного потенціалу торговельних суб'єктів ринку, розробленні стратегій діяльності і засобів їх реалізації, практичних умінь та навичок

використання концепції стратегічного менеджменту в діяльності вітчизняних організацій торгівлі та сфери послуг.

Завдання навчальної дисципліни:

- ознайомлення з понятійним апаратом, концепціями, принципами, характеристиками та процесами стратегічного управління;
- отримання знань та вироблення практичних навичок оцінювання ринкового середовища підприємствами торгівлі та сфери послуг, внутрішнього потенціалу його підсистем системи менеджменту та конкурентоспроможності;
- засвоєння сучасного інструментарію розроблення і впровадження стратегій діяльності на всіх рівнях управління підприємствами;
- набуття навичок аналізу і розвитку організаційної культури підприємства, організаційного проектування стратегічного типу.

Предметом дисципліни є пізнання та свідоме використання сучасних концепцій, методичних підходів щодо оцінки зовнішнього середовища, стратегічних зон господарювання, внутрішнього потенціалу торговельного підприємства, його конкурентоспроможності, визначення та обґрунтування місії, мети, цілей та завдань стратегії, моделювання процесів реалізації стратегії підприємства.

У процесі опанування даної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних **загальних компетентностей (ЗК)**:

ЗК4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

спеціальних (фахових) компетентностей (СК):

СК2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани;

СК7. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.

СК10. Здатність до управління організацією та її розвитком.

3. Очікувані результати навчання

За результатами вивчення навчальної дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» здобувачем вищої освіти другого (магістерського) рівня мають бути набуті наступні **програмні результати навчання**:

P4. Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї

P5. Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах

P13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).

4. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи стратегічного управління підприємствами торгівлі та сфери послуг

Тема 1. Концептуальні засади теорії стратегічного управління

Предмет, зміст і завдання курсу. Концепція стратегічного управління. Предмет та об'єкт стратегічного управління підприємством. Система стратегічного управління. Поняття «стратегія підприємства». Принципи стратегічного управління. Стратегічні рішення на підприємствах та фактори впливу на їх прийняття. Ключові гіпотези стратегічного управління: випадковості; залежності від зовнішнього середовища; відповідності; стратегії, здібності та діяльності; багатоелементності; збалансованості. Задачі стратегічного управління. Моделі стратегічного управління. Практика використання теорії стратегічного управління підприємствами торгівлі та сфери послуг в сучасних умовах.

Тема 2. Рівні та етапи стратегічних рішень підприємств. Класифікація стратегій

Обґрунтування мети, місії, цілей та завдань у процесі стратегічного управління підприємствами торгівлі та сфери послуг. Корпоративний, діловий, функціональний та операційний рівні стратегічних рішень. Характеристика етапів процесу стратегічного управління: стратегічне планування, стратегічний аналіз; стратегічний вибір; реалізація стратегії. Сутність реалізації стратегії підприємства. Характеристика стратегічно орієнтованого підприємства. Загальна типологія стратегій підприємствам торгівлі та сфери послуг.

Тема 3. Значення потенціалу підсистем системи менеджменту підприємств торгівлі та сфери послуг у процесі стратегічних змін

Стратегічне управління як запорука ефективності системи менеджменту підприємств торгівлі та сфери послуг. Сутнісні характеристики та принципи формування базису для проведення стратегічних змін. Суб'єкт управління, об'єкт управління, вхід та вихід системи, зв'язки управління, підсистеми. Значення економічного, матеріально-ресурсного, технічно-виробничого, соціального, інформаційного та комерційного забезпечення в процесі стратегічних змін. Поняття «стратегічний потенціал підприємства». Елементи стратегічного потенціалу та фактори впливу на його формування і розвиток. Технології формування та розвитку конкурентних переваг підприємства. Вплив змін у стратегічному потенціалі підприємства на розвиток та зміцнення його конкурентних переваг на ринку.

Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз, вибір і реалізація стратегій підприємств торгівлі та сфери послуг

Тема 4. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства

Зовнішнє середовище торгівлі в сучасних умовах, його можливості та загрози. Сутність та об'єкти стратегічного аналізу в процесі прийняття стратегічних рішень. Специфіка загального, галузевого, операційного та внутрішнього середовища підприємства. Особливості та значення аналізу зовнішнього середовища підприємств торгівлі та сфери послуг в процесі стратегічного управління. Методики стратегічної діагностики зовнішнього середовища підприємства. Стратегічний аналіз галузевого середовища підприємства. Особливості галузевого розвитку у часі. Модель життєвого циклу галузі. Визначення ключових факторів успіху (КФУ) підприємств торгівлі та сфери послуг.

Тема 5. Стратегічне управління на різних етапах життєвого циклу підприємств торгівлі та сфери послуг

Поняття життєвого циклу підприємств торгівлі та сфери послуг. Вплив масштабів діяльності і обраного сегменту ринку на вибір і обґрунтування стратегії. Характеристика поля стратегій. Типи стратегій з урахуванням умов конкуренції та обсягів залучених ресурсів. Зв'язок стратегії та стратегічного набору з етапом життєвого циклу підприємства. Управління на різних етапах життєвого циклу. Впровадження змін на різних етапах життєвого циклу організації.

Тема 6. Ринкові позиції підприємств торгівлі та сфери послуг

Поняття, характеристика, параметри стратегічних позицій та зони господарювання підприємства. Ключові фактори успіху стратегічної зони господарювання, оцінка її привабливості. Значення сегментації та ємності ринку в процесі стратегічного управління підприємства. Методики оцінки стратегічних позицій підприємства (портфеля продукції) шляхом використання матриць «Бостонської консультативної групи», «МакКінзі», «Shell» - DPM, моделі ADL, інших.

Тема 7. Організація стратегічного управління підприємствами торгівлі та сфери послуг

Особливості управлінської діяльності в системі стратегічного управління. Девіантний та превентивний характер системи управління. Системи управління в умовах стабільного, динамічного зовнішнього оточення та в умовах кризової ситуації. Відповідність організаційної структури підприємства обраній стратегії. Роль організаційного потенціалу у реалізації стратегії. Типи реакцій

організаційної структури управління за Мінцбергом та Ансоффом. Стратегічна спрямованість організаційних структур управління (реакція на зміну умов зовнішнього середовища, децентралізація, гнучкість тощо). Загальна характеристика основних етапів процесу організаційного проектування стратегічного типу. Нові форми організаційних структур управління підприємствами торгівлі та сфери послуг.

Тема 8. Генерування стратегій та управління процесом їх реалізації

Критерії вибору стратегічних альтернатив. Використання матричних моделей (І. Ансоффа, М. Портера та ін.) у процесі генерування стратегій підприємства. Стратегічний набір підприємства та вимоги до його формування. Забезпечення відповідності підсистем системи менеджменту підприємств торгівлі та сфери послуг ефективному стратегічному управлінню. Управлінська та організаційна підсистеми (визначення основних функцій; оцінка залежності та взаємозв'язків стратегічно важливих функцій і підрозділів; групування стратегічних підрозділів у основні організаційні блоки; встановлення рівня централізації влади, розподіл повноважень; координація діяльності підрозділів; побудова ефективної організації; вибір структури). Економічна та матеріально-технічна підсистеми (концентрація ресурсів на стратегічних завданнях; погодження бюджетів і програм у процесі реалізації стратегії; основні завдання розміщення ресурсів). Соціальна та інформаційна підсистеми (забезпечення загальної довіри до стратегічного плану; мотивація підрозділів і працівників до виконання стратегічного плану; створення ефективних мотиваційних систем; побудова корпоративної культури підтримки стратегії; розроблення внутрішніх адміністративних систем підтримки; збір стратегічно важливої інформації (підхід MBWA); стратегія та адміністративний вплив; конструкція 7-S McKinsey; нормативно-правове, методичне та інформаційне забезпечення реалізації стратегії).

5. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб.	інд.	с. р.	л		п	лаб.	інд.	с. р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи стратегічного управління підприємств торгівлі та сфери послуг												
Тема 1. Концептуальні засади теорії стратегічного управління	14	2	2	-	-	10	14	1	1	-	-	12
Тема 2. Рівні та етапи стратегічних рішень підприємств торгівлі та сфери послуг.	16	3	3	-	-	10	14	1	1	-	-	12

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб.	інд.	с. р.	л		п	лаб.	інд.	с. р.	
Класифікація стратегій												
Тема 3. Значення потенціалу підсистем системи менеджменту підприємств торгівлі та сфери послуг у процесі стратегічних змін	16	3	3	-	-	10	14	1	1	-	-	12
Разом за змістовим модулем 1	46	8	8	-	-	30	42	3	3	-	-	36
Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз, вибір і реалізація стратегій підприємств торгівлі та сфери послуг												
Тема 4. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства	16	3	3	-	-	10	16	1	1	-	-	14
Тема 5. Стратегічне управління на різних етапах життєвого циклу підприємств торгівлі та сфери послуг	16	3	3	-	-	10	14	1	1	-	-	12
Тема 6. Ринкові позиції підприємств торгівлі та сфери послуг	14	2	2	-	-	10	16	1	1	-	-	14
Тема 7. Організація стратегічного управління підприємствами торгівлі та сфери послуг	14	2	2	-	-	10	16	-	-	-	-	16
Тема 8. Генерування стратегій та управління процесом їх реалізації	14	2	2	-	-	10	16	-	-	-	-	16
Разом за змістовим модулем 2	74	12	12	-	-	50	78	3	3	-	-	72
Усього годин	120	20	20	-	-	80	120	6	6	-	-	108
Модуль 2												
ІНДЗ		-	-	-	9	-		-	-	-	-	-
Усього годин	120	20	20	-	9	80	120	6	6	-	-	108

6. Теми семінарських занять

Не передбачені

7. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин: денна/заочна
1	Тема 1. Концептуальні засади теорії стратегічного управління	2/1
2	Тема 2. Рівні та етапи стратегічних рішень підприємств торгівлі та сфери послуг. Класифікація стратегій	3/1
3	Тема 3. Значення потенціалу підсистем системи менеджменту підприємств торгівлі та сфери послуг у процесі стратегічних змін	3/1
4	Тема 4. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства	3/1

№ з/п	Назва теми	Кількість годин: денна/заочна
5	Тема 5. Стратегічне управління на різних етапах життєвого циклу підприємств торгівлі та сфери послуг	3/1
6	Тема 6. Ринкові позиції торговельних підприємств	2/1
7	Тема 7. Організація стратегічного управління підприємствами підприємств торгівлі та сфери послуг	2/-
8	Тема 8. Генерування стратегій та управління процесом їх реалізації	2/-
	Разом	20/6

8. Теми лабораторних занять

Не передбачені

9. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин денна/заочна
1	Задачі стратегічного управління. Моделі стратегічного управління. Практика використання теорії стратегічного управління торговельними підприємствами в сучасних умовах.	10/12
2	Сутність реалізації стратегії підприємства. Характеристики стратегічно орієнтованого підприємства. Загальна типологія стратегій підприємств торгівлі та сфери послуг	10/12
3	Поняття «стратегічний потенціал підприємства». Елементи стратегічного потенціалу та фактори впливу на його формування і розвиток. Технології формування та розвитку конкурентних переваг підприємства. Вплив змін у стратегічному потенціалі підприємства на розвиток та зміцнення його конкурентних переваг на ринку.	10/12
4	Зовнішнє середовище торгівлі в сучасних умовах, його можливості та загрози. Особливості та значення аналізу зовнішнього середовища торговельного підприємства в процесі стратегічного управління. Методики стратегічної діагностики зовнішнього середовища підприємства. Стратегічний аналіз галузевого середовища підприємства. Особливості галузевого розвитку у часі. Модель життєвого циклу галузі. Визначення ключових факторів успіху (КФУ) підприємства.	10/14
5	Характеристика поля стратегій. Типи стратегій з урахуванням умов конкуренції та обсягів залучених ресурсів. Зв'язок стратегії та стратегічного набору з етапом життєвого циклу підприємства. Управління на різних етапах життєвого циклу. Впровадження змін на різних етапах життєвого циклу організації.	10/12
6	Значення сегментації та ємності ринку в процесі стратегічного управління підприємства.	10/14

№ з/п	Назва теми	Кількість годин денна/заочна
	Методики оцінки стратегічних позицій підприємства (портфеля продукції) шляхом використання матриць «Бостонської консультаційної групи», «МакКінзі», «Shell» - DPM, моделі ADL, інших.	
7	Роль організаційного потенціалу у реалізації стратегії. Типи реакцій організаційної структури управління за Мінцбергом та Ансоффом. Стратегічна спрямованість організаційних структур управління (реакція на зміну умов зовнішнього середовища, децентралізація, гнучкість тощо). Загальна характеристика основних етапів процесу організаційного проектування стратегічного типу. Нові форми організаційних структур управління підприємствами торгівлі та сфери послуг.	10/16
8	Управлінська та організаційна підсистеми (визначення основних функцій; оцінка залежності та взаємозв'язків стратегічно важливих функцій і підрозділів; групування стратегічних підрозділів у основні організаційні блоки; встановлення рівня централізації влади, розподіл повноважень; координація діяльності підрозділів; побудова ефективної організації; вибір структури). Економічна та матеріально-технічна підсистеми (концентрація ресурсів на стратегічних завданнях; погодження бюджетів і програм у процесі реалізації стратегії; основні завдання розміщення ресурсів). Соціальна та інформаційна підсистеми (забезпечення загальної довіри до стратегічного плану; мотивація підрозділів і працівників до виконання стратегічного плану; створення ефективних мотиваційних систем; побудова корпоративної культури підтримки стратегії; розроблення внутрішніх адміністративних систем підтримки; збір стратегічно важливої інформації (підхід MBWA); стратегія та адміністративний вплив; конструкція 7-S McKinsey; нормативно-правове, методичне та інформаційне забезпечення реалізації стратегії).	10/16
	Разом	80/108

10. Індивідуальні завдання.

Індивідуальне завдання здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня передбачає вирішення розрахункової роботи, структура та принципи виконання якої, викладені у методичних вказівках. Змістом даної роботи є проведення відповідних досліджень галузевого ринку, що виступає базою функціонування підприємства/організації чи установи, яке є об'єктом дослідження кваліфікаційної (магістерської) роботи.

11. Методи навчання.

Під час викладання навчальної дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня лектором використовуються наступні методи навчання:

МН1 – словесний метод – лекції (пояснення, бесіда, діалог), дискусії під час обговорення тем рефератів та індивідуальних завдань на практичних заняттях;

МН2 – практичний метод – рішення задач;

МН3 – наочний метод – метод ілюстрацій;

МН4 – робота з навчально-методичною літературою – конспектування лекційного матеріалу, а також завдань самостійного опрацювання; складання реферату;

МН5 – відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

МН6 – самостійна робота – розв'язання завдань передбачених структурою курсу;

МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти передбачає використання дослідницького методу.

12. Методи оцінювання.

Оцінка якості засвоєння навчальної дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» охоплює поточний контроль успішності, виконання самостійної роботи, модульний контроль та складання підсумкового заліку.

Для поточного контролю засвоєння студентами навчального матеріалу під час аудиторних занять та у процесі самостійної роботи передбачено усне та/або письмове опитування, тестування, написання та захист рефератів, порядок проведення та зміст яких доводиться до здобувачів освіти на початку семестру.

Рівень засвоєння навчальної дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» визначається за рейтинговою системою оцінювання. Підсумкова оцінка якості засвоєння навчальної дисципліни визначається за результатами заліку, порядок проведення якого визначається графіком навчального процесу.

13. Засоби діагностики результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів є:

1. Поточний контроль знань, що здійснюється шляхом опитування та розв'язування задач на практичних заняттях.

2. Оцінка модульних контрольних робіт.

3. Контроль за виконанням індивідуального завдання забезпечується перевіркою своєчасно виконаної, належно оформленої та якісно захищеної розрахункової роботи.

4. Підсумковий контроль проводиться у формі заліку.

14. Критерії оцінювання результатів навчання.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	відмінно	зараховано
82-89	добре	
74-81		
64-73	задовільно	
60-63		
33-59	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

15. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточне тестування та самостійна робота								Індивідуальне завдання	Сума
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	30	100
9	9	9	8	8	9	9	9		

T1, T2 ... T9 – теми змістових модулів.

16. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення навчальної дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» включає:

- опорний конспект лекцій з дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг»;
- методичні вказівки до виконання розрахункової роботи з дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг»;
- наочний роздатковий матеріал (схеми, моделі).

17. Питання для підготовки до підсумкового контролю

1. Еволюція практики стратегічного управління
2. Теоретичні аспекти стратегічного управління підприємством
3. Принципи стратегічного управління
4. Стратегічні рішення на підприємствах та фактори впливу на їх прийняття
5. Ключові гіпотези стратегічного управління
6. Мета, місія, цілі та завдання у процесі стратегічного управління підприємствами торгівлі та сфери послуг
7. Корпоративний, діловий, функціональний та операційний рівні стратегічних рішень

8. Характеристика етапів процесу стратегічного управління: стратегічне планування, стратегічний аналіз; стратегічний вибір; реалізація стратегії
9. Стратегічне управління як запорука ефективності системи менеджменту підприємств торгівлі та сфери послуг
10. Сутнісні характеристики та принципи формування базису для проведення стратегічних змін
11. Елементи стратегічного потенціалу та фактори впливу на його формування і розвиток
12. Вплив змін у стратегічному потенціалі підприємства на розвиток та зміцнення його конкурентних переваг на ринку
13. Стратегічний потенціал підприємства
14. Специфіка загального, галузевого, операційного та внутрішнього середовища підприємства
15. Особливості та значення аналізу зовнішнього середовища підприємств торгівлі та сфери послуг у процесі стратегічного управління
16. Зовнішнє середовище торгівлі в сучасних умовах, його можливості та загрози
17. Визначення ключових факторів успіху (КФУ) підприємств торгівлі та сфери послуг
18. Стратегічний аналіз галузевого середовища підприємства
19. Вплив масштабів діяльності і обраного сегменту ринку на вибір і обґрунтування стратегії
20. Зв'язок стратегії та стратегічного набору з етапом життєвого циклу підприємства
21. Характеристика поля стратегій
22. Типи стратегій з урахуванням умов конкуренції та обсягів залучених ресурсів
23. Поняття, характеристика, параметри стратегічних позицій та зони господарювання підприємства
24. Ключові фактори успіху стратегічної зони господарювання, оцінка її привабливості
25. Значення сегментації та ємності ринку в процесі стратегічного управління підприємства
26. Методики оцінки стратегічних позицій підприємства (портфеля продукції)
27. Особливості управлінської діяльності в системі стратегічного управління
28. Роль організаційного потенціалу у реалізації стратегії
29. Стратегічна спрямованість організаційних структур управління (реакція на зміну умов зовнішнього середовища, децентралізація, гнучкість тощо)
30. Типи реакцій організаційної структури управління за Мінцбергом та Ансоффом
31. Критерії вибору стратегічних альтернатив

32. Забезпечення відповідності підсистем системи менеджменту підприємств торгівлі та сфери послуг здатності ефективного стратегічного управління

33. Використання матричних моделей (І. Ансоффа, М. Портера та ін.) у процесі генерування стратегій підприємства

34. Стратегічний набір підприємства та вимоги до його формування

35. Елементи системи стратегічного менеджменту

18. Рекомендована література (основна, допоміжна)

1. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посіб. К.: КНЕУ, 2003. 360 с.

2. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации: Учеб. пособ. - М.: ЗАО «Бизнесшкола; Интел-Синтез», 2004. 208 с.

3. Гевко О.Б., Шведа Н.М. Стратегічне управління: Навчальний посібник. Для студентів усіх форм навчання напряму 6.030601 «Менеджмент». Тернопіль ФОП Паляниця В.А., 2016. 152 с.

4. Головка Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц./ За ред. М.В. Кужельного. К.: КНЕУ, 2002. 198с.

5. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: 2-ге видання. Навчальний посібник рекомендованиц МОН України. К.: ЦУЛ, 2011. 440 с.

6. Ефремов В.С. Стратегическое планирование в бизнес-системах. М.: Финпресс, 2004. 240 с.

7. Коробейников О.Л., Колесов В.Ю., Трифилова А.А. Стратегическое поведение: от разработки до реализации // Менеджмент в России и за рубежом. 2005. № 3. С. 88-129.

8. Люшкинов А.Н. Стратегический менеджмент: Учеб. пособ. для ВУЗов. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2003. 176 с.

9. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. С-Пб.: Питер, 2003. 320 с.

10. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. М.: ИНФРА-М. Новосибирск: Сибирское соглашение, 2005. 288с.

11. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегии / Пер. с англ.; Под ред. Ю.Н. Каптуревского. С.Пб.: Питер, 2003. 336 с.

12. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навч. посіб. [Електронний ресурс] / А.П. Міщенко. 2-ге вид. Дн-к: Вид-во ДУЕП, 2007. 332 с. – Режим доступу: http://libfree.com/123307881-marketingstrategichne_upravlinnya_mischenko_ap.html.

13. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучаний стан та напрямки розвитку: Монографія. К.: КНЕУ, 2001. 227с.

14. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. К., 2004. 560с.

15. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 400 с.

16. Порохня В.М. Стратегічне управління: Навчальний посібник рекомендованиц МОН України. К.: ЦУЛ, 2012. 224 с.

17. Смолін І.В. Стратегічне планування розвитку організації: Монографія. К.: Київ. торг.-екон. Ун-т, 2004. 344с.

18. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учеб. для вузов / Пер. с англ.; Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001. 576 с.

19. Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Освітньо-професійна програма «Менеджмент» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування», кваліфікація: бакалавр з менеджменту, для студентів з терміном навчання 1 рік 4 місяці / уклад. : О.Р. Савченко ; Рівнен. держ. гуманіт. ун-т. – Рівне: РДГУ, 2020.– 22 с.

2. Бібліотеки:

- РДГУ: абонемент №2 – м. Рівне, вул. Толстого, 3;
- електронна бібліотека: <http://server.rdgu-dkm.rv.ua/library/>
- обласна наукова – м. Рівне, майдан Короленка, 6, тел.22-10-63;
- міська – м. Рівне, вул. Київська, 44, тел. 24-12-47.

3. Інтернет-ресурси:

1. Сайт Верховної ради України. URL: <http://www.rada.com.ua>.
2. Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>.
3. Програма підтримки підприємництва «Будуй своє». URL: <https://buduysvoe.com/>.
4. Horwath Rich. The Origin of Strategy URL: <http://www.strategyskills.com/>
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Найбільш крупні платники податків в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL:<https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2389422-top100-najbilsih-platnikov-podatki-v-ukraini.html>; <http://officevp.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/344387.htm>
7. Регіональна стратегія (Рівненської області) до 2027 року. URL: <https://www.rv.gov.ua/storage/app/sites/11/2020/strategia-2027-proekt.pdf>

Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 20__-20__ навчальний рік на засіданні кафедри менеджменту

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від “___” _____ 20__ року № ___

Завідувач кафедри _____ (_____)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету

Протокол від “___” _____ 20__ року № ___

Голова навчально-методичної комісії _____ (_____)

Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 20__-20__ навчальний рік на засіданні кафедри менеджменту

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від “___” _____ 20__ року № ___

Завідувач кафедри _____ (_____)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету

Протокол від “___” _____ 20__ року № ___

Голова навчально-методичної комісії _____ (_____)

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	БК 10 Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	4 кредити / 120 год.
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Савченко Ольга Ростиславівна
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	https://cutt.ly/SQZxm1u
E-mail викладача	olha.savchenko@rshu.edu.ua
Посилання на освітній контент дисципліни в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі	https://drive.google.com/drive/folders/17FFJYHVUq9Wdkx-zHKMD1XN_2OsRzBxM?usp=sharing
Мова викладання	українська
Консультації	За графіком, розміщеним за посиланням: https://cutt.ly/uQZCuAf

ЦІЛІ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» полягає в поглибленні теоретичних знань сутності стратегічного менеджменту галузевих підприємств, оволодінні сучасним методичним інструментарієм стратегічного аналізу, визначенні ринкових позицій, організаційно-ресурсного потенціалу торговельних суб'єктів ринку, розробленні стратегій діяльності і засобів їх реалізації, практичних умінь та навичок використання концепції стратегічного менеджменту в діяльності вітчизняних організацій торгівлі та сфери послуг.

Завдання навчальної дисципліни:

- ознайомлення з понятійним апаратом, концепціями, принципами, характеристиками та процесами стратегічного управління;
- отримання знань та вироблення практичних навичок оцінювання ринкового середовища підприємствами торгівлі та сфери послуг, внутрішнього потенціалу його підсистем системи менеджменту та конкурентоспроможності;
- засвоєння сучасного інструментарію розроблення і впровадження стратегій діяльності на всіх рівнях управління підприємствами;
- набуття навичок аналізу і розвитку організаційної культури підприємства, організаційного проектування стратегічного типу.

Предметом дисципліни є пізнання та свідоме використання сучасних концепцій, методичних підходів щодо оцінки зовнішнього середовища, стратегічних зон господарювання, внутрішнього потенціалу торговельного підприємства, його конкурентоспроможності, визначення та обґрунтування місії,

мети, цілей та завдань стратегії, моделювання процесів реалізації стратегії підприємства.

В процесі опанування даної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних **компетенцій**:

ЗК4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

спеціальних (фахових) компетентностей (СК):

СК2. Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани;

СК7. Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість.

СК10. Здатність до управління організацією та її розвитком.

Основними **програмними результатами** навчання є:

Р4. Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї

Р5. Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах

Р13. Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).

ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріал таких дисциплін як «Методологія і методи наукових досліджень (за професійним спрямуванням)», «Менеджмент організацій», «Комп'ютерно-інформаційні технології у бізнесі», «Управління змінами», «Фінансовий менеджмент».

Мотивація здобувачів вищої освіти здійснюється шляхом вирішення практичних кейсів, які демонструють необхідність вивчення дисципліни «управління підприємствами торгівлі та сфери послуг».

Спільна (групова) діяльність забезпечується шляхом спільної роботи здобувачів вищої освіти над вирішенням кейсів та ситуаційних завдань, пов'язаних із проблемними моментами стратегічними управління підприємствами торгівлі та сфери послуг.

Самостійна діяльність здобувачів вищої освіти забезпечується шляхом самостійного ознайомлення ними із чинним вітчизняним та міжнародним законодавством у сфері стратегічного управління підприємствами; самостійною підготовкою доповідей та презентацій, що висвітлюють проблемні моменти стратегічного управління підприємствами; проведенням наукових досліджень стратегічного управління підприємствами торгової та сфери послуг із подальшою підготовкою тез доповідей на наукові конференції.

ПЕРЕЛІК ТЕМ

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи стратегічного управління підприємствами торгівлі та сфери послуг

Тема 1. Концептуальні засади теорії стратегічного управління

Тема 2. Рівні та етапи стратегічних рішень підприємств. Класифікація стратегій

Тема 3. Значення потенціалу підсистем системи менеджменту підприємств торгівлі та сфери послуг у процесі стратегічних змін

Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз, вибір і реалізація стратегій підприємств торгівлі та сфери послуг

Тема 4. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства

Тема 5. Стратегічне управління на різних етапах життєвого циклу підприємств торгівлі та сфери послуг

Тема 6. Ринкові позиції підприємств торгівлі та сфери послуг

Тема 7. Організація стратегічного управління підприємствами торгівлі та сфери послуг

Тема 8. Генерування стратегій та управління процесом їх реалізації

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. посіб. К.: КНЕУ, 2003. 360 с.

2. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации: Учеб. пособ. - М.: ЗАО «Бизнесшкола; Интел-Синтез», 2004. 208 с.

3. Гевко О.Б., Шведа Н.М. Стратегічне управління: Навчальний посібник. Для студентів усіх форм навчання напряму 6.030601 «Менеджмент». Тернопіль ФОП Паляниця В.А., 2016. 152 с.

4. Головка Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц./ За ред. М.В. Кужельного. К.: КНЕУ, 2002. 198с.

5. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: 2-ге видання. Навчальний посібник рекомендованиц МОН України. К.: ЦУЛ, 2011. 440 с.

6. Ефремов В.С. Стратегическое планирование в бизнес-системах. М.: Финпресс, 2004. 240 с.

7. Коробейников О.Л., Колесов В.Ю., Трифилова А.А. Стратегическое поведение: от разработки до реализации // Менеджмент в России и за рубежом. 2005. № 3. С. 88-129.

8. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент: Учеб. пособ. для ВУЗов. М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2003. 176 с.

9. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. С-Пб.: Питер, 2003. 320 с.

10. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. М.: ИНФРА-М. Новосибирск: Сибирское соглашение, 2005. 288с.

11. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегии / Пер. с англ.; Под ред. Ю.Н. Каптуревского. С.Пб.: Питер, 2003. 336 с.

12. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навч. посіб. [Електронний ресурс] / А.П. Міщенко. 2-ге вид. Дн-к: Вид-во ДУЕП, 2007. 332 с. – Режим доступу: http://libfree.com/123307881-marketingstrategichne_upravlinnya_mischenko_ap.html.

13. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучаний стан та напрямки розвитку: Монографія. К.: КНЕУ, 2001. 227с.

14. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. К., 2004. 560с.

15. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 400 с.

16. Порохня В.М. Стратегічне управління: Навчальний посібник рекомендованиц МОН України. К.: ЦУЛ, 2012. 224 с.

17. Смолін І.В. Стратегічне планування розвитку організації: Монографія. К.: Київ. торг.-екон. Ун-т, 2004. 344с.

18. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учеб. для вузов / Пер. с англ.; Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001. 576 с.

Посилання на сайти

1. Сайт Верховної ради України. URL: <http://www.rada.com.ua>.
2. Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>.
3. Програма підтримки підприємництва «Будуй своє». URL: <https://buduysvoe.com/>.
4. Horwath Rich. The Origin of Strategy URL: <http://www.strategyskills.com/>
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Найбільш крупні платники податків в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL:<https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2389422-top100-najbilsih-platnikov-podatkov-vukraini.html>; <http://officevp.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/344387.htm>

ТЕХНІЧНЕ Й ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ /ОБЛАДНАННЯ

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернету для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

ВИДИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ОЦІНЮВАННЯ

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання	Методи оцінювання результатів навчання
ЗК4	Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети	P13	Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу)	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО4, МО6, МО7, МО8, МО9, МО10
ЗК7	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу	P4. P5.	Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО4, МО6, МО7, МО8, МО9, МО10
СК2	Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани			МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО4, МО6, МО7, МО8, МО9, МО10
СК7	Здатність розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість			МН1, МН2, МН3, МН5, МН6, МН7	МО2, МО4, МО7, МО8, МО9, МО10
СК10	Здатність до управління організацією та її розвитком	P13	Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу)	МН1, МН2, МН3, МН5, МН6	МО2, МО4, МО7, МО8, МО9, МО10

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час вивчення дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» використовуються такі методи навчання:

МН1 – словесний метод – лекції (пояснення, бесіда, діалог), дискусії під час обговорення тем рефератів та індивідуальних завдань на практичних заняттях;

МН2 – практичний метод – рішення задач;

МН3 – наочний метод – метод ілюстрацій;

МН4 – робота з навчально-методичною літературою – конспектування лекційного матеріалу, а також завдань самостійного опрацювання; складання реферату;

МН5 – відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

МН6 – самостійна робота – розв’язання завдань передбачених структурою курсу;

МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти передбачає використання дослідницького методу.

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Під час вивчення дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» використовуються такі методи оцінювання:

МО2 – усне та письмове опитування

МО4 – тестування;

МО6 – реферати, есе;

МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень;

МО8 – презентації та виступи на наукових заходах;

МО9 – захист практичних робіт;

МО10 – залік.

РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг»

Поточне тестування та самостійна робота							Індивідуальне завдання	Сума	
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2						
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	30	100
9	9	9	8	8	9	9	9		

СИСТЕМА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ У РІВНЕНСЬКОМУ ДЕРЖАВНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється відповідно до Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Суми балів за 100-бальною шкалою	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
90-100	A	відмінно	здобувач вищої освіти виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	відмінно	зараховано

Суми балів за 100-бальною шкалою	Оцінка в ЄКТС	Значення оцінки ЄКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					екзамен	залік
82-89	B	дуже добре	здобувач вищої освіти вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)	добре	
74-81	C	добре	здобувач вищої освіти вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64-73	D	задовільно	здобувач вищої освіти відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)	задовільно	
60-63	E	достатньо	здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні			
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання ситуаційних завдань; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік з дисципліни «Стратегічне управління підприємствами торгівлі та сфери послуг» виставляється за результатами поточного модульного контролю.

Здобувачам вищої освіти надається право підвищувати свій рейтинг лише після завершення вивчення навчальної дисципліни.

ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ

Під час організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти.

Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.

ПОЛІТИКА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Здобувач вищої освіти, виконуючи самостійну або індивідуальну роботу, повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.