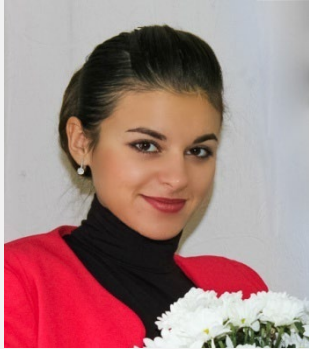


СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**«СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ І
МАРКЕТИНГ»**



*Щербак Людмила
Валеріївна
кандидат педагогічних
наук, доцент
l.v.shcherbak@npu.edu.ua*

I. Основна мета дисципліни	формування системи теоретичних знань з питань стратегічного управління підприємством, методики розробки стратегій розвитку підприємства, набуття практичних вмінь і навичок використання інструментів стратегічного менеджменту та маркетингу в діяльності підприємств.
II. Місце навчальної дисципліни в програмі підготовки фахівців	Дисципліна нормативна ОР магістр ПП03 015 Професійна освіта ОПП Професійна освіта. Туризм та готельно-ресторанна справа
III. Програмні результати навчання	РН 12. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного та готельно-ресторанного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку РН 13. Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій і видів послуг (продукції) в сфері туризму та готельно-ресторанної справи РН 14. Розробляти та реалізовувати проекти у сфері туризму та готельно-ресторанної справи на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності Здатність: <ul style="list-style-type: none">✓ здійснювати оцінку внутрішнього і зовнішнього оточення, визначати стратегічні цілі, розробки стратегії, формування стратегічного плану, організації стратегічного планування, оцінки діючої стратегії, її контролю при впровадженні;✓ розрахунку ринкової частки, застосування матричних методів вибору стратегій, розробки їх у певній стратегічній ситуації, проводити сегментування ринку, будувати позиційну схему;✓ обґрунтовувати конкурентні переваги підприємства на ринку.
IV. Короткий зміст дисципліни	Змістовий модуль I. Організація інноваційної діяльності підприємств туризму Тема 1.1. Концептуальні засади стратегічного управління розвитком підприємств. Тема 1.2. Формування та реалізація основних стратегій управління підприємством.

	<p>Тема 1.3. Стратегії поведінки підприємств в умовах конкуренції.</p> <p>Тема 1.4. Стратегічне управління технологічними інноваціями у підприємницькій діяльності</p> <p>Тема 1.5. Сутність і сфера стратегічного маркетингу.</p> <p>Тема 1.6. Міжнародна інформаційна діяльність як складова стратегічного маркетингу</p> <p>Тема 1.7. Стратегічний аналіз середовища та визначення конкурентних переваг</p>
V. Назва кафедри та викладацький склад, який буде забезпечувати викладання дисципліни	Кафедра інженерії та технологій виробництва факультету технологій та дизайну УДУ імені М.П. Драгоманова, Щербак Людмила Валеріївна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри інженерії та технологій виробництва
VI. Обсяги навчального навантаження та терміни викладання дисципліни	На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 годин (3 кредити ЄКТС), з яких: лекційних– 14 год., практичних –14 год., самостійної роботи студентів– 62 год.
VII. Основні інформаційні джерела для вивчення дисципліни	<ol style="list-style-type: none"> 1. Балабанова Л. В Маркетинг підприємства . К.: ЦУЛ, 2019. 612 с. 2. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с 3. Ковшова І. О.Маркетинговий менеджмент: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : Вишемирський В.С., 2018. 515 с. 4. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с
VIII. Система оцінювання	Поточний контроль: оцінювання на практичних,самостійної роботи, виконання індивідуально-дослідних завдань. Підсумковий контроль: екзамен.