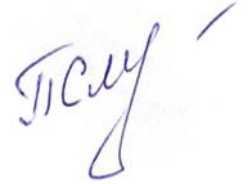


Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедр маркетингу, менеджменту та управління бізнесом

«ЗАТВЕРДЖУЮ»



Завідувач кафедри

Подзігун С. М.

«22» серпня 2023 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Стратегічний менеджмент сфери послуг»

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Спеціальність 242 Туризм і рекреація

Освітня програма «Туризм»
другий (магістерський) рівень вищої освіти

Умань – 2023

Робоча програма дисципліни «Стратегічний менеджмент сфери послуг» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 242 Туризм і рекреація.

Розробник:

Подзігун С. М., к. е. н., доцент кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри маркетингу, менеджменту та управління бізнесом

Протокол № 2 від «22» серпня 2023 року

Завідувач кафедри

(Подзігун С. М.)

Робочу програму розглянуто та затверджено на засіданні науково-методичної комісії НН інституту економіки та бізнес-освіти

Протокол № 1 від «24» серпня 2023 року

Голова науково-методичної комісії НН інституту економіки та бізнес-освіти

(підпис)

(Пачева Н.О.)
(прізвище та ініціали)

Пролонговано

на 20__ / 20__ н.р. _____ (_____) «__» __ 20__ р., протокол № __
(підпис) (прізвище та ініціали)

на 20__ / 20__ н.р. _____ (_____) «__» __ 20__ р., протокол № __
(підпис) (прізвище та ініціали)

на 20__ / 20__ н.р. _____ (_____) «__» __ 20__ р., протокол № __
(підпис) (прізвище та ініціали)

на 20__ / 20__ н.р. _____ (_____) «__» __ 20__ р., протокол № __
(підпис) (прізвище та ініціали)

Опис навчальної дисципліни

	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни (обов'язкова чи вибіркова)	Обов'язкова	Обов'язкова
Мова викладання навчання та оцінювання	українська	українська
Загальний обсяг у кредитах ЄКТС/ годинах	4/120	4/120
Курс	1	1
Семестр	2	2
Кількість змістовних модулів із розподілом:	2	2
Аудиторні:	40	12
Лекційні	20	6
Семінарські/Практичні	20	6
Лабораторні		
Самостійна робота	80	108
Індивідуальні завдання	-	-
Форма семестрового контролю	екзамен	екзамен

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до
самостійної індивідуальної роботи становить
(%):

для денної форми навчання –
95,7 % для заочної форми
навчання – 36,4 %

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни: розширити і поглибити знання студентів у сфері стратегічного управління; сформувати уміння і навички у майбутніх фахівців в сфері туризму і рекреації; виробити стійку переконаність у необхідності стратегічного підходу до управління організаціями.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК5. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК4. Здатність організовувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду.

СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

3. Результати навчання за дисципліною

Очікувані результати навчання:

РН4. Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

РН5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

РН6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

РН7. Організовувати співпрацю зі стейкхолдерами, формувати механізми взаємодії суб'єктів туристичного ринку з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

РН8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.

РН10. Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.

РН12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи стратегічного менеджменту сфери послуг

Тема 1. Загальна характеристика стратегічного менеджменту сфери послуг

Сутність і особливості стратегічного менеджменту. Порівняльна характеристика стратегічного й оперативного управління. Зміст і структура стратегічного менеджменту. Рівні розробки стратегії в організації. Переваги та обмеження стратегічного управління

Тема 2. Еволюція стратегічного управління

Етапи розвитку стратегічного управління. Наукові підходи до визначення ролі та змісту стратегічного управління. Дизайнерський підхід. Формальний підхід. Аналітичний підхід. Підприємницький підхід. Навчальний підхід. Політичний підхід. Трансформаційний підхід.

Тема 3. Конкурентні переваги як основа стратегії

Сутність і роль конкурентних переваг у процесі стратегічного управління. Типи конкурентних переваг. Складові конкурентоспроможності регіону та країни. Методи аналізу конкурентних переваг підприємств: SWOT, GAP, LOTS, PIMS, McKinsey, бенчмаркінг.

Тема 4. Стратегії відносно продукту

Зміст і умови застосування стратегії низьких витрат. Концепція ланцюга цінностей. Способи зменшення витрат. Ризики застосування стратегії низьких витрат.

Сутність і умови застосування стратегії диференціації. Напрями диференціації. Сутність і умови застосування стратегії фокусування. Варіанти стратегії фокусування.

Змістовий модуль II. Типи стратегій розвитку туристичного бізнесу

Тема 5. Стратегії інтеграції підприємств сфери послуг

Економічна сутність і мотиви інтеграції підприємств. Класифікація стратегій інтеграції: за принципом об'єднання; за напрямом зростання і об'єднання; за бажанням учасників тощо.

Організаційні форми інтеграції підприємств: картельного типу, договірні, статутні, інституційні. Стратегічні альянси. Переваги і недоліки стратегії інтеграції.

Тема 6. Стратегії диверсифікації

Сутність і умови проведення диверсифікації. Типи стратегій диверсифікації. Способи проникнення в іншу галузь. Проблема подолання галузевих бар'єрів при диверсифікації. Стратегічні підходи до управління диверсифікованою компанією

Тема 7. Конкурентні стратегії підприємств сфери послуг

Економічна сутність конкуренції. Конкурентні стратегії підприємств залежно від стадії розвитку галузевого ринку. Конкурентні стратегії підприємств залежно від частки галузевогоринку.

Тема 8. Міжнародні стратегії

Мотиви та ризики виходу на міжнародні ринки. Типи міжнародних стратегій за способами проникнення на зарубіжні ринки Типи міжнародних стратегій за ступенем пристосування до умов зарубіжних ринків.

Тема 9. Фінансова стратегія підприємств сфери послуг

Сутність і роль фінансової стратегії. Процес розробки та реалізації фінансової стратегії. Операційні фінансові стратегії.

Тема 10. Маркетингова стратегія підприємств сфери послуг

Сутність, особливості та загальна класифікація маркетингових стратегій. Стратегії управління ринковим попитом. Стратегії сегментації ринку. Товарні стратегії підприємства. Збутові стратегії підприємства. Стратегії організації сервісу. Комунікаційні стратегії.

4.1. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин									
	денна форма					заочна форма				
	усього	у тому числі				усього	у тому числі			
		л	п	інд.	с. р.		л	п	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Модуль 1										
Тема 1. Загальна характеристика стратегічного менеджменту сфери послуг	12	2	2		8		3	3		8
Тема 2. Еволюція стратегічного управління	12	2	2		8					8
Тема 3. Конкурентні переваги як основа стратегії	12	2	2		8					8
Тема 4. Стратегії відносно продукту	12	2	2		8					10
Разом за змістовим модулем 1	48	8	8		32	40	3	3		34
Модуль 2										
Тема 5. Стратегії інтеграції	12	2	2		8		3	3		12
Тема 6. Стратегії диверсифікації	10	2	2		6					10
Тема 7. Конкурентні стратегії підприємств сфери послуг	10	2	2		6					10
Тема 8. Міжнародні стратегії	10	2	2		6					12
Тема 9. Фінансова стратегія підприємств сфери послуг	15	2	2		11					15
Тема 10. Маркетингова стратегія підприємств сфери послуг	15	2	2		11					15
Разом за змістовим модулем 2	72	12	12		48	80	3	3		74
Усього годин										
Модуль 2										
Усього годин	120	20	20		80	120	6	6		108

5. Темі семінарських / практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Загальна характеристика стратегічного менеджменту сфери послуг	2	2
2	Еволюція стратегічного управління	2	
3	Конкурентні переваги як основа стратегії	2	
4	Стратегії відносно продукту	2	2
5	Стратегії інтеграції	2	
6	Стратегії диверсифікації	2	
7	Конкурентні стратегії підприємств сфери послуг	2	
8	Міжнародні стратегії	2	2
9	Фінансова стратегія підприємств сфери послуг	2	
10	Маркетингова стратегія підприємств сфери послуг	2	
Разом		20	6

5. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Загальна характеристика стратегічного менеджменту сфери послуг	8	9
2	Еволюція стратегічного управління	8	9
3	Конкуренційні переваги як основа стратегії	8	9
4	Стратегії відносно продукту	8	9
5	Стратегії інтеграції	6	9
6	Стратегії диверсифікації	6	9
7	Конкуренційні стратегії підприємств сфери послуг	6	9
8	Міжнародні стратегії	6	9
9	Фінансова стратегія підприємств сфери послуг	6	9
10	Маркетингова стратегія підприємств сфери послуг	6	9
Разом		80	108

6. Індивідуальні завдання

1. Стратегії управління грошовими потоками підприємства
2. Стратегії управління активами підприємства
3. Стратегії управління капіталом підприємства
4. Стратегії антикризового управління фінансами підприємства.
5. Узагальнення сучасного досвіду застосування фінансових стратегій провідними компаніями світу.
6. Специфіка застосування фінансових стратегій підприємствами України.
7. Сутність, роль і місце маркетингових стратегій у системі стратегічного управління організації: основні підходи.
8. Рекламні стратегії підприємств.
9. Узагальнення сучасного досвіду застосування маркетингових стратегій провідними компаніями світу.
10. Специфіка застосування маркетингових стратегій підприємствами України.
11. Практика застосування стратегії створення нового виробництва на провідних підприємствах.
12. Практика застосування стратегії підвищення якості продукції на провідних підприємствах.
13. Практика застосування стратегії матеріально-технічного постачання на провідних підприємствах.
14. Практика застосування стратегії підвищення продуктивності виробництва на провідних підприємствах.

15. Узагальнення досвіду застосування виробничих стратегій провідними компаніями світу та України.
16. Практика застосування стратегії набору персоналу провідними організаціями.
17. Практика застосування стратегії оцінювання персоналу провідними організаціями.
18. Практика застосування стратегій мотивації персоналу провідними організаціями.
19. Практика застосування стратегії розвитку персоналу провідними організаціями.
20. Узагальнення сучасного досвіду застосування кадрових стратегій провідними компаніями світу.
21. Специфіка застосування кадрових стратегій підприємствами України.
22. Практика застосування ринкових інноваційних стратегій провідними підприємствами.
23. Практика застосування технологічних інноваційних стратегій провідними підприємствами.
24. Практика застосування продуктових інноваційних стратегій провідними підприємствами.
25. Практика застосування організаційно-управлінських інноваційних стратегій провідними підприємствами.
26. Практика застосування виробничих інноваційних стратегій провідними підприємствами.
27. Узагальнення сучасного досвіду застосування інноваційних стратегій провідними компаніями світу.
28. Організаційні механізми реалізації інвестиційних стратегій прибутку ізростання.
29. Організаційні механізми реалізації інвестиційної стратегії прямого інвестування.
30. Організаційні механізми реалізації інвестиційної стратегії непрямого інвестування.
31. Характеристики інвестиційної привабливості галузі.
32. Характеристики інвестиційної привабливості підприємства.
33. Аналіз інвестиційної привабливості галузі економіки України.
34. Узагальнення сучасного досвіду застосування інвестиційних стратегій провідними компаніями світу.
35. Специфіка застосування інвестиційних стратегій підприємствами України.

8. Методи навчання

Лекції з використанням сучасних інформаційних технологій, інтерактивні методи в процесі обговорення питань семінарського заняття (мікрофон, прес-метод, мозкова атака, акваріум, ажурна пилка і ін.).

9. Методи контролю

Поточне оцінювання під час семінарських занять, тестування, оцінка за реферат, ІНДЗ, підсумковий контроль.

Розподіл балів, які отримують студенти

Розподіл балів для денної форми навчання

Поточне тестування та самостійна робота										Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2						20	100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10		
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8		

Розподіл балів для заочної форми навчання

Поточне тестування та самостійна робота				Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовний модуль I		Змістовний модуль II		20	100
T1	T2	T5	T8		
20	20	20	20		

T1, T2, ..., T10 – теми змістових модулів

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
69-74	D		
60-68	E	задовільно	
36-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-35	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

10. Рекомендована література

Основна:

1. Управління міжнародним бізнесом: навч. посіб.; МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини; уклад.: О. Л. Богашко, О. П. Кірдан, С. М. Подзігун. Умань: Візаві, 2021. 200 с.
2. Управління діяльністю підприємств в індустрії гостинності: навч. посіб.; МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини; уклад.: С. М. Подзігун, С. В. Тимчук, Л. М. Нецадим. Умань: Візаві, 2021. 115 с.
3. Дячков Д. В. Управлінські аспекти інформаційної безпеки: теорія, методологія, практика : монографія. Запоріжжя: Вид-во «Інтер-М», 2019. 424 с.
4. Бутко М.П. Стратегічний менеджмент. Навч. посібник. К.: ЦНЛ, 2019. 376 с.
5. Токмакова І., Дикань В., Зубенко В., Маковоз О., Шраменко О.. Стратегічне управління. Навчальний посібник рекомендовано МОН України. К.: ЦНЛ. 2019. 272 с.
6. Юркевич О. О. Стратегія розвитку підприємства. Конспект лекцій. Житомир. 2019. 146 с.

Допоміжна:

1. Богиня Д. П., Грішнова О. А. Основи економіки праці. К.: Знання-Прес, 2022. 313 с.
2. Білик О. Мотиваційні аспекти трансформації економіки України: суперечності та шляхи їх розв'язання Україна: аспекти праці (укр.). 2014. № 3. С.46-50.
3. Василенко В. О., Ткаченко Т. І. Стратегічне управління. К.: ЦУЛ, 2007. 395с.
4. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. К.: Знання, 2005. 304 с.
5. Веснин В. Р. Менеджмент персонала. М.: Элит-2020, 2013. 300с.
6. Вісящев В. А., Антошкіна Л. І., Тарлопов І. О. Маркетинговий менеджмент. Донецьк: НОРД-ПРЕС, 2009. 440с.
7. Шершньова, З. Є. Стратегічне управління: підруч. З. Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. 699 с.
8. Пономаренко, В. С. Стратегічне управління підприємством В. С. Пономаренко. – Х.: Основа, 1994. 214 с.
9. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] С.С. Гаркавенко – К.: Лібра, 1998. 384 с.
10. Ілляшенко С. М. Економічний ризик: [навчальний посібник] С.М. Ілляшенко – К.: Центр навчальної літератури, 2004. 220 с.
11. Макаренко П. М. Стратегічне планування: процес та процедура реалізації в менеджменті. Д.: ВКФ "Оксамит-Текст", 2007. 142с.
12. Мезенцев К. В., Мезенцева Н. І. Основи зовнішньоекономічної діяльності. К., 2013. 160с.
13. Корецький М. Х. Стратегічне управління М. Х. Корецький,

А. Д. Дегтяр, О.І. Дацій – К.: Центр навчальної літератури, 2007. 240 с.

14. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник Н. В. Куденко. К.: КНЕУ, 1998. 152 с.

12. Інформаційні ресурси

Ресурси

1. www.marketingmix.com.ua
2. www.kmu.gov.ua
3. www.iccua.org
4. www.dnb.com.ua
5. www.utis.com.ua
6. www.socnet.gov.ua
7. www.niss.gov.ua
8. www.meta-ukraine.com