

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Самостійна робота студентів є основним засобом оволодіння навчальним матеріалом у час, вільний від обов'язкових навчальних дисциплін.

Положенням про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах України передбачено, що навчальний час, відведений для самостійної роботи студентів, визначається робочим навчальним планом і повинен становити не менше 1/3 та не більше 2/3 від загального обсягу навчального часу, відведеного студенту для вивчення конкретної дисципліни.

Самостійна робота студентів - це спланована пізнавальна, організаційно і методично направлена діяльність, яка здійснюється без прямої допомоги викладача, на досягнення результату.

Мета самостійної роботи студентів:

- розвиток творчих здібностей та активізація розумової діяльності студентів;
- формування в студентів потреби безперервного самостійного поповнення знань;
- розвиток морально-вольових зусиль;
- самостійна робота студентів як результат їх морально-вольових зусиль.

Завдання самостійної роботи студентів:

- навчити студентів самостійно працювати з літературою;
- творчо сприймати навчальний матеріал і осмислювати його;
- сформувати навички щоденної самостійної роботи з метою одержання та узагальнення знань, умінь і навичок.

Організація самостійної роботи студентів

Зміст самостійної роботи студентів з конкретної дисципліни визначається навчальною програмою дисципліни та робочою навчальною програмою вивчення дисципліни.

На самостійну роботу може виноситись:

- частина теоретичного матеріалу, менш складного за змістом;
- окремі практичні роботи, що не потребують безпосереднього керівництва викладача.

Самостійна робота студентів забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених для вивчення конкретної навчальної дисципліни:

- основна література (підручник, конспект лекцій викладача, навчальні та методичні посібники);
- додаткова література (наукова, фахова, монографічна, періодична);
- методичні матеріали (методичні вказівки щодо виконання самостійної роботи студентів).

Самостійна робота над засвоєнням навчального матеріалу з конкретної дисципліни може виконуватися у бібліотеці, навчальних кабінетах,

комп'ютерних класах, а також у домашніх умовах.

При використанні студентами складного обладнання чи устаткування, складних систем доступу до інформації передбачаються можливості отримання необхідної консультації або допомоги з боку викладача.

Система навчально-методичних засобів для забезпечення самостійної роботи студентів

Під час самостійного опрацювання навчального матеріалу велике значення для студента має навчально-методичний пакет, зміст якого передбачає:

- навчальну програму з дисципліни з чітким визначенням змісту й обсягу аудиторної і позааудиторної навчальної роботи;
- конспект лекцій, опорний конспект;
- основні поради студентам щодо вивчення конкретної дисципліни (у письмовій формі) з вимогами до оцінки знань із даної дисципліни;
- методичні рекомендації щодо вивчення окремих тем чи набуття практичних навичок;
- перелік питань, що виносяться на семінарські заняття;
- пакет контрольних завдань, запитань, тестів для самоперевірки;
- перелік літератури;

Види завдань для самостійної роботи.

Залежно від особливостей дисципліни викладач може давати студентам різні види завдань самостійної роботи:

- переробка інформації, отриманої безпосередньо на обов'язкових навчальних заняттях;
- робота з відповідними підручниками та особистим конспектом лекцій;
- самостійне вивчення окремих тем або питань із розробкою конспекту;
- робота з відповідною літературою;
- написання рефератів, повідомлень;
- творчі завдання (доповіді, проекти, огляди тощо);
- виконання підготовчої роботи до лабораторних та практичних занять;
- виконання індивідуальних графіків, розрахункових завдань;
- підготовка письмових відповідей на проблемні питання;
- виготовлення наочності;
- складання картотеки літератури за змістом фахової діяльності;

Цей вид навчальної діяльності студентів умовно можна розділити на три рівні:

- доаудиторна самостійна робота;
- аудиторна самостійна робота;
- позааудиторна самостійна робота.

Самостійна робота як вид навчальної діяльності матиме ефективність за таких умов:

якщо ця робота чітко організована;

якщо вона є складовою навчально-виховного процесу, а не епізодичним явищем;

якщо за самостійною роботою студентів здійснюється педагогічний контроль (оцінка і корекція знань).

Успішність самостійної роботи студентів визначається перш за все підготовленістю їх до такої навчальної діяльності. За своєю суттю самостійна робота передбачає максимальну активність студентів у різних аспектах: організація розумової праці, пошук гармонії, прагнення зробити значення переконаннями.

Позитивна сутність самостійної роботи усіх трьох рівнів лежить у свідомому ставленні до навчання.

Основними правилами самостійної роботи студентів можуть бути такі:

* у самостійну роботу слід входити послідовно;

* вироблення власного режиму життя, навчальної діяльності з першого дня навчання;

* послідовність у вирішенні будь-яких справ, зокрема навчальних проблем;

* установлення власного інтересу до знань як основи майбутньої професії. Пошук персонального інтересу в навчанні.

З часом навички розумової праці переходять у звички і стають природною потребою особистості.

Викладач не обмежується у виборі інших завдань для самостійної роботи за умови відповідності змісту завдання до робочої навчальної програми дисципліни.

Успішне виконання самостійної роботи можливе за умови наявності у студентів певних навичок: уміння працювати з книгою (складати план, конспект, реферат); проводити аналіз навчального матеріалу (складати різні види таблиць, проводити їх аналіз).

Самостійні завдання можуть виконуватись у робочому зошиті, альбомних листках у вигляді графіків, кросвордів тощо.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
для самостійного вивчення кожної теми
з дисципліни «Маркетинг»
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

1. Вступ (1,0 - 1,5 стор.): - важливість та місце навчальної дисципліни в системі професійної підготовки студентів; - цілі та завдання навчальної дисципліни.
2. Методичні рекомендації щодо самостійного вивчення окремих тем курсу, модулю .
3. Тема (назва теми та її короткий зміст)
4. Питання, які вивчаються самостійно.
5. Література: [1] стор, [2] стор... та ін. (записується порядковий номер літератури за розділом ІУ, яка необхідна тільки для відповідної теми).
6. Форма фіксації результатів самостійної роботи (план, конспект, тези, есе, коротка відповідь на найбільш важливі питання теми).
7. Питання для самоконтролю (з теми) - 5-8 запитань
8. Тести, завдання з теми.

САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ З ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ»
для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм»

№ теми	Завдання	Література	Форма контролю
Тема 1	Підготовка до практичного заняття «Сутність основних понять маркетингу та розвиток його концепції»	1; 2; 3	Конспект у відповідності до питань практичного заняття
Тема 2	Підготовка до практичного заняття «Маркетинг як відкрита мобільна система»	2; 4; 5; 6	Конспект у відповідності до питань практичного заняття
Тема 3	Підготовка до практичного заняття «Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень»	9; 10;	Конспект у відповідності до питань практичного заняття
Тема 4	Підготовка до практичного заняття «Поняття та класифікація маркетингової інформації»	7; 3;	Конспект у відповідності до питань практичного заняття
Тема 5	Підготовка до практичного заняття «Товарна політика в системі маркетингу»	2; 3;	Конспект у відповідності до питань практичного заняття

			заняття. Письмове обґрунтування.
Тема 6	Підготовка до практичного заняття «Цінова політика в системі маркетингу»	1; 7;	Конспект у відповідності до питань практичного заняття. Письмове обґрунтування.
Тема 7	Підготовка до практичного заняття «Політика розподілення в системі маркетингу»	5; 6;	Конспект наукової статті щодо даного завдання
Тема 8	Підготовка до практичного заняття «Комунікаційна політика в системі маркетингу»	4; 6;	Конспект наукової статті щодо даного завдання. Конспект у відповідності до питань практичного заняття. Письмове обґрунтування.
Тема 9	Підготовка до практичного заняття «Стратегії маркетингу підприємства»	2; 7;	Конспект наукової статті щодо даного завдання. Конспект у відповідності до питань практичного заняття. Письмове обґрунтування.

Література

Основна

1. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства: Навчальний посібник. – К.: Музична Україна, 2002. – 196 с.
2. Маркетинг в туризмі: Учеб. Пособие / А. П. Дурович. – 4-е изд., стереотип. – Минск: Новое знание, 2004. – 496 с.
3. Мунін Г. Б., Тимошенко З. І., Самарцев Є. В., Змійов А. О. Маркетингу туризму: Навч. Посібник. – Ч. I. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 324 с.
4. Мунін Г. Б., Тимошенко З. І., Самарцев Є. В., Змійов А. О. Маркетингу туризму: Навч. Посібник. – Ч. II. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 427 с.
5. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник. – [2-ге вид., перероб. і доп.] / Л.В. Балабанова. – К. : Знання, 2004. – 647 с.
6. Вачевський М.В., Скотний В.Г. Маркетинг в сферах послуг: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 232 с.

7. Гаркавенко С.С. Маркетинг. – К.: Лібра, 2002. С. 384
8. Гончарук Я.А., Павленко А.Ф., Скибінський С.В. Маркетинг: Навч. посібник у тестах.- К.:КНЕУ, 2002.- 314 с.
9. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2001. – 240 с.
10. Кардаш В.Я., Павленко А.Ф., Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика: Підручник.- К.:КНЕУ, 2002.-266 с.
11. Скибінський С.В. Маркетинг. – Ч.1: Підручник. – Львів: “Місіонер”, 2000.- 640 с.
12. Телетов О.С. Маркетинг у промисловості: Підручн. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 248 с.

Додаткова

1. Кунявский М.Е., Кублин И.М., Распоров К.О. Управление маркетингом промышленного предприятия. – М.: Международ. отношения, 2004. – 376 с.
2. Маркетинг менеджмент [Текст] : науч. издание / Под ред. д.э.н., проф. Л.В. Балабановой. – Донецк : ДонГУЭТ, 2001. – 549 с.
3. Пешкова, Е. П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы : практические рекомендации, методические основы, порядок проведения [Текст] : методика-анализ / Е. П. Пешкова. - Москва : Ось-89, 1999. - 80 с. : табл.
4. Попов Е.В. Рыночный потенциал предприятия, - М.: Экономика, 2002. – 560 с.
5. Портер М. Конкуренция. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 496 с.
6. Руделіус В., Азарян О.В. Маркетинг: Підручн. – К.: Навчально-методичний центр “Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні”, 2005. – 422 с.
7. Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование : [пер. с англ.] / Грем Хулей, Джон Сондерс, Найджел Пирси. – Днепропетровск : Баланс Бізнес Букс, 2005. – 800 с.
8. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: навч. посіб. / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.