

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота студентів (СРС) займає провідне місце у системі сучасної вищої освіти. З усіх видів навчальної діяльності СРС значною мірою забезпечує формування самостійності як провідної риси особистості студента. Самостійна робота завершує завдання усіх інших видів навчальної діяльності. Адже знання, що не стали об'єктом власної діяльності, не можуть вважатися дійсним надбанням людини. Тому СРС має навчальне, особисте та суспільне значення. СРС – це багатоаспектне та поліфункціональне явище з двоєдиністю цілей: – формування самостійності студента; – розвиток здібностей, вмінь, знань та навичок студентів. Завдяки СРС відбувається перехід від переважно виконавчої репродуктивної діяльності студентів до пошукового, творчого начала на всіх етапах навчання у ВНЗ. Самостійна робота з дисципліни “Бенчмаркінг публічного врядування” припускає її здійснення в наступних видах: самостійне вивчення теоретичного матеріалу, виконання практичних завдань.

Самостійна робота виконується студентами під керівництвом викладача, який здійснює аудиторну роботу в навчальній групі. Самостійна робота студентів повинна мати такі головні ознаки: - бути виконаною особисто студентом; - бути закінченою розробкою, де розкриваються й аналізуються актуальні проблеми з певної теми або її окремих аспектів; - демонструвати достатню компетентність автора в розкритті питань, що досліджуються; - мати навчальну, наукову, й/або практичну спрямованість і значимість; - містити певні елементи новизни; - самостійна письмова робота оформляється відповідно до вимог кафедри.

Поради із планування й організації часу, необхідного для виконання самостійної роботи Раціональне планування і організація самостійної роботи студентів є найважливішою умовою її ефективності. Планування самостійної роботи направлено на формування логічно вибудованої, прозорої, зрозумілої, доступної і ефективної системи організації самостійної роботи та її оцінки.

При цьому необхідно пам'ятати, що самостійна робота студентів виконує в навчальному процесі кілька функцій: – розвиваючу (підвищення культури розумової праці, привчання до творчих видів діяльності, вдосконалення інтелектуальних здібностей студентів); – інформаційно-навчальну (навчальна діяльність на аудиторних заняттях, непокріплена самостійною роботою, стає мало результативною); – орієнтуючу і стимулюючу (процесу навчання надається прискорення і мотивація); – виховну (формується і розвиваються професійні якості фахівця); – дослідницьку (новий рівень професійно-творчого мислення). В основі самостійної роботи студентів лежать наступні принципи: розвиток творчої діяльності, цільове планування, особистісно-діяльнісний підхід. Самостійну роботу можна назвати ефективною тільки в тому випадку, якщо вона організована і реалізується в освітньому процесі як цілісна система на всіх етапах навчання. Можна виділити кілька об'єктивних закономірностей організації самостійної роботи студентів: – творча складова самостійної роботи зростає в міру навчання; – в процесі організації самостійної роботи виникає потреба в методичному забезпеченні; – застосування інформаційних технологій стає частиною організації і моніторингу самостійної роботи студентів на всіх її етапах. У процесі самостійної роботи студент набуває навиків самоорганізації, самоконтролю, самоврядування, саморефлексії і стає активним самостійним суб'єктом навчальної діяльності. Самостійна робота повинна давати важливий вплив на формування особистості майбутнього фахівця. Кожен, хто навчається самостійно планує режим своєї роботи з урахуванням часу роботи бібліотеки, профільних лабораторій, комп'ютерних класів і т.п. Він виконує самостійну роботу за особистим індивідуальним планом, в залежності від його підготовки, часу та інших умов. Першим завданням в організації позааудиторної самостійної роботи є складання розкладу, що відображає час занять і їх характер, перерви на обід, вечір, відпочинок, сон, проїзд і т.п. Із самого початку студенту не потрібно прагнути робити відразу найважчу її частину. Доцільно вибрати щось середнє за складністю. Після цього, перейти до більш

важкої роботи, легке залишивши наостанок. Розумову працю необхідно не тільки правильно організувати, а й стимулювати. Важливо вміти підтримувати стійку увагу до досліджуваного 5 матеріалу. Вироблення уваги вимагає значних вольових зусиль від студента. Стійка увага з'являється тоді, коли людина ставиться до справи з інтересом. Слід правильно організувати свої заняття за часом: 50 хвилин – робота, 5-10 хвилин – перерва, після 3 годин роботи перерва – 20-25 хвилин. Інакше наростаюча втома спричинить нестійкість уваги. Організація активного відпочинку передбачає чергування розумової та фізичної діяльності, що відновлює працездатність людини. Опис послідовності дій студента при виконанні самостійної роботи Організацію самостійної роботи можна умовно розділити на три етапи: – планування навчальної діяльності та її методична підготовка; – здійснення цієї діяльності та її супровід; – контроль, аналіз результатів (з можливими змінами в плануванні самостійної роботи).

Рекомендації щодо роботи з літературою

Найважливішим інформаційним джерелом вивчення навчальної дисципліни “Бенчмаркінг публічного врядування” є ресурси мережі Інтернет. Основна частина матеріалу в Інтернеті розрахована на професіоналів, тому при вивченні навчальної дисципліни спочатку необхідно користуватися літературою навчального характеру. При опрацюванні матеріалу потрібно дотримуватись таких правил:

1. Зосередитися на тому, що читаєш.
2. Виділити головну думку автора.
3. Виділити основні питання тексту від другорядних.
4. Зрозуміти думку автора чітко і ясно, що допоможе виробити власну думку.
5. Уявити ясно те, що читаєш.

У процесі роботи над темою тлумачення незнайомих слів і спеціальних термінів слід знаходити у фаховій літературі, термінологічних словниках.

Незрозумілі місця, фрази, вирази доречно перечитувати декілька разів, щоб зрозуміти їх зміст.

Після прочитання тексту необхідно:

1. Усвідомити зв'язок між теоретичними положеннями і практикою.
2. Закріпити прочитане у свідомості.
3. Пов'язати нові знання з попередніми у даній галузі.
4. Перейти до заключного етапу засвоєння і опрацювання –записам.

Записи необхідно починати з назви теми та посібника, прізвища автора, року видання та назви видавництва. Якщо це журнал, то рік і номер видання, заголовки статті. Після чого скласти план, тобто короткий перелік основних питань тексту в логічній послідовності теми. Складання плану, або тез логічно закінченого за змістом уривка тексту, сприяє кращому його розумінню. План може бути простий або розгорнутий, тобто більш поглиблений, особливо при опрацюванні додаткової літератури за даною темою. Записи необхідно вести розбірливо і чітко. Вони можуть бути короткі або розгорнуті залежно від рівня знань студента, багатства його літературної і професійної лексики, навичок самостійної роботи з книгою. Для зручності користування записами необхідно залишати поля для заміток і вільні рядки для доповнень. Записи не повинні бути одноманітними. В них необхідно виділяти важливі місця, головні слова, які акцентуються різним шрифтом або різним кольором шрифтів, підкреслюванням, замітками на полях, рамками, стовпчиками тощо. Записи можуть бути у вигляді конспекту, простих або розгорнутих тез, цитат, виписок, систематизованих таблиць, графіків, діаграм, схем.

Завдання самостійної роботи

Завдання 1.

Обрати із поданного списку стратегію бенчмаркінгу та охарактеризувати особливості, переваги і недоліки, принципи впровадження стратегії в життя. А також провести аналогію з українськими компаніями. Чи використовують українські фірми той чи інший тип стратегії? Якщо так, то

які? Результати дослідження оформити у вигляді звіту та презентації Power Point.

1. Бенчмаркінг стратегій бізнесу

- Стратегії організацій (General Electric, SMH, Citizen)
- Шлях до успіху (IBM, балансування на лезі бритви, позиція голоду і спраги)
- Стратегія в умовах невизначеності (Credit Lyonnais, UMC, USA Today, Palm, Qualcomm)
- Мережеві стратегії (Kraft Foods, Syngenta)
- Творчі стратегії (Cisco Systems, Gillette)
- Стратегія як мистецтво думати (Benetton)
- Ефективні моделі бізнесу, логіка розвитку бізнесу (Skoda A.S., Guinness, Nestle)
- «Кругова піраміда» Семлера (Semco)
- Місія виконана - AT&T, British Airways, Campbell Soup, Compaq, Gillette, Kodak, Lucent Technologies, Hewlett Packard, Motorola, Xerox

2. Бенчмаркінг стратегій маркетингу

- Зона цінності споживача (Hilton, Xerox Business Service, AutoNation, SYSCO)
- Радикальний маркетинг (P&G, Harley-Davidson, Philip Morris, Boston Beer Company)
- Машина творчості. Особливості створення брендів-лідерів (Sony, Panasonic, Samsung, LG, BBH)
- Маркетингові комунікації. Стратегія інсайтів (IKEA, DMB&B)
- Вірусний маркетинг (Granite Rock, Cemex)
- Тотальне управління грошима

3. Бенчмаркінг стратегій управління персоналом

- Внутрішні секрети успіху компаній (TMI, Skandia)
- Типи комунікаційних моделей

- Створення функціональної робочої обстановки
- Як оточити себе великими людьми (Nike, Starbucks, Microsoft, Sun, Dell, Body Shop)
- Управління змінами
- Парадигма лідерства

Рекомендована література

Основна:

1. Арефьева Е.В. Бенчмаркинг: Учеб. пособие. Киев : Изд-во Европейского ун-та, 2003. 57 с.
2. Бенчмаркінг доброго врядування: практичний посібник. Київ : Юстон, 2018. 60 с.
3. Минкина, Н.В. Лекции по дисциплине Бенчмаркинг: Учебно-практическое пособие для студентов. Брянск : Изд-во БИУБ, 2009. 62 с.
4. Михайлова Е.А. Бенчмаркинг. Москва : Благовест-В, 2012. 176 с.
5. Новітній маркетинг: Навч. посіб. За ред. д.е.н., проф. Є.В. Савельєва. Київ : Знання, 2008. 420 с.
6. Рейдер Р.. Бенчмаркинг как инструмент определения стратегии и повышения прибыли. Москва : Стандарты и качество, 2007. 247 с.
7. Кэмп Р. С. Бенчмаркинг бизнес-процессов: технологии поиска и внедрения лучших решений. Москва : Изд-во: Баланс-Клуб. 2004. 562 с.
8. Харрингтон, Х. Дж. Бенчмаркинг в лучшем виде. Санкт-Петербург: Питер, 2014. 176 с.

Додаткова:

1. Желіховська М.В. Бенчмаркінг – інструмент удосконалення стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 4. Т. 3 С.269-272.
2. Мартинова О.В. Бенчмаркінг як інструмент удосконалення управління стратегічним розвитком підприємства. *Вісник ЖДТУ*. 2011. № 3 (57). С. 327-329.
3. Панчишин Т.В. Регіональний бенчмаркінг як інструмент муніципального та державного управління. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2017. №2. С. 84-92.
4. Яшкіна. Н. В. Об'єктивна необхідність застосування бенчмаркінгу. *Економіка АПК*. 2010. № 8. С.46-49.
5. Bendell T., Boulter L., Goodstadt P. Benchmarking for competitive advantage. L.: Pitman Publishing, 1998.
6. Cusumano M., Selby R. Microsoft Secrets: How the world's most powerful software company creates technology shapes markets and manages people. N.Y.: The Free press, 1995. 512 p.

7. Smith P., Reinertsen D. Developing products in half the time. N.Y.: Van Nostrand Reinhold, 1991. 119 p.

Інформаційні джерела:

1. Бенчмаркінг як метод конкурентного аналізу: переваги та недоліки.
URL: <http://sesia.in.ua/archives/96>
2. Продукт або послуга: конкуренція і бенчмаркінг. URL:
<https://tqm.com.ua/ua/likbez/uaarticles/benchmarking-ua>
3. Бенчмаркінг для компаній та інтернетмаркетингу. URL:
<https://lemarbet.com/ua/razvitie-internetmagazina/benchmarking/>
4. Бенчмаркінг, як ефективна технологія впровадження інформаційного бізнесу. URL:
https://pidru4niki.com/74015/marketing/benchmarking_efektivna_tehnologiya_vprovadzhenня_informatsiyного_biznesu#58
5. Бенчмаркінг – сучасна, ефективна маркетингова технологія.
URL:http://www.confcontact.com/2017-imenedzhment/5_romanishin.htm