

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра бібліотекознавства та інформології

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
С.Б. Жильцов
“ 21 ” 2021 року



**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ**

для студентів

спеціальності 061 «Журналістика»
освітнього рівня другого (магістерського)
освітньо-професійної програми «Реклама та звязки з громадськістю»

Київ – 2021

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
Ідентифікаційний код 02136554
Начальник відділу
моніторингу якості освіти
Програма № 0310/21
Жильцов
(підпис) (прізвище, ім'я, по-батькові)
« 21 » р.

ЗМІСТ

1. Опис предмета навчальної дисципліни.....	4
2. Мета та завдання навчальної дисципліни.....	4
3. Результати навчання за дисципліною.....	5
4. Структура навчальної дисципліни.....	7
5. Програма навчальної дисципліни.....	8
Змістовний модуль I	8
Змістовний модуль II	9
Змістовний модуль III.	9
Змістовний модуль IV	10
6. Контроль навчальних досягнень	11
6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів.....	11
6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання.....	11
6.3. <i>Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання.....</i>	13
6.4 <i>Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання</i>	16
6.5. <i>Шкала відповідності оцінок.....</i>	16
7. Навчально-методична карта дисципліни «Стратегічний менеджмент інформаційної діяльності».....	17
8. Рекомендована література	
<i>Законодавчі і нормативно-правові документи.....</i>	19
<i>Базова.....</i>	19
<i>Додаткова.....</i>	20
Додаток 1.....	22

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	4/120	-
Курс	5	-
Семестр	9	-
Кількість змістових модулів з розподілом	4	-
Обсяг кредитів	4	-
Обсяг годин, в тому числі:	120	-
Аудиторні	32	-
Модульний контроль	8	-
Самостійна робота	50	-
Семестровий контроль	30	-
Форма семестрового контролю	екзамен	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Програма вивчення нормативної навчальної дисципліни «Стратегічний менеджмент інформаційної діяльності» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістрів галузь знань за напрямом підготовки 061 «Журналістика», галузі знань «Журналістика», освітньо-професійної програми «Реклама та зв'язки з громадськістю».

Мета дисципліни – поглиблене вивчення магістрантами концепцій та змісту, процедур і методик стратегічного менеджменту інформаційної діяльності та надання магістрантам ґрунтовних знань у сфері стратегічного управління інформаційною діяльністю в сучасних політичних, соціальних та економічних умовах.

Завдання дисципліни: надати теоретичні та практичні знання про теоретико-методологічні засади стратегічного управління інформаційною діяльністю, основні поняття та зміст стратегічного та інформаційного менеджменту, засади та пріоритети розвитку державної інформаційної політики, моделі і концепції розвитку національної інформаційної політики; конкретні програми і проекти, спрямовані на розвиток інформаційної діяльності в умовах розбудови суспільства знань; сформувані практичні навички у розробленні проектів стратегічних документів.

Дисципліна спрямована на формування таких **фахових (спеціальних) програмних компетентностей** освітньої програми підготовки:

ЗКУ-3	Здатність працювати як в команді, так і одноосібно, формувати стратегії роботи команди, координація дій з іншими.
ЗКУ-4	Здатність до управління: уміти знаходити переконливі аргументи, вербальні і невербальні засоби впливу в дискусіях з колегами, партнерами, клієнтами для досягнення комунікаційної мети, створення сприятливого

	суспільного середовища, формування власного іміджу і визнання результатів своєї праці; здатність організовувати власну фахову діяльність у різних організаціях
ЗКУ-8	Здатність до комплексного розв'язання проблем; формулювання суджень і ухвалення рішень, здатність грамотно ставити завдання, ефективно їх виконувати для досягнення високого результату
ФКУ-1	Здатність розуміти особливості суспільних процесів; мати знання з правових та етичних засад журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю; володіти процесами журналістської діяльності; здатність до прогнозування майбутнього журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю; здатність до виокремлення проблеми в професійній діяльності; здатність до володіння науковими методами збору даних; уміння застосовувати методи аналізу та обробки даних у галузі реклами та зв'язків з громадськістю; здатність до впровадження новітніх інформаційних технологій
ФКУ-2	Здатність чітко оцінювати потреби медіаринку шляхом проведення моніторингової діяльності, аналізуючи контекст, формуючи відповідний контент
ФКУ-4	Здатність розуміти економічні умови, що лежать в основі професії; проявляти ініціативу (створювати власний конкурентний продукт); здатність до аналізу та прогнозування медіаринку; знання практичних аспектів економічної діяльності фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю; спроможність просувати медійний продукт, аналізувати роль ринку споживачів та роль аудиторії для рекламного продукту, підтримувати загальні й спеціалізовані знання на сучасному рівні.
ФКУ-7	Здатність проводити заходи з підвищення іміджу особи, організації, до контролю, оцінювання ефективності та коригування стратегій, планів, кампаній і окремих заходів у сфері реклами та зв'язків з громадськістю
ФКУ-8	Здатність використовувати новітні положення теорії соціальної комунікації задля обґрунтованого відбору технологій, стратегій створення й просування рекламних, PR-продуктів
ФКУ-9	Здатність застосовувати методи менеджменту й маркетингу для здійснення обґрунтованого відбору технологій та стратегій створення й просування рекламних, PR-продуктів
ФКУ-10	Здатність до розроблення стратегічних концепцій рекламних та PR-проектів, керівництво проектною діяльністю

3. Результати навчання за дисципліною

Дисципліна спрямована на формування таких **фахових (професійних) програмних компетентностей** освітньої програми підготовки:

РНУ-03	Організовувати роботу команд або розроблювати стратегії одноосібного виконання поставленого завдання.
РНУ-04	Формувати план роботи команди, здійснювати керівництво командною роботою при виконання професійних завдань.
РНУ-08	Комплексно підходити до вирішення професійних завдань з метою досягнення високого результату
РНУ-11	Аналізувати стан і тенденції розвитку громадської думки, розробляти стратегію дослідження громадської думки, застосовувати отримані знання у практичній діяльності управління соціальними процесами. Організовувати процес збору, оброблення, збереження, продукування, передачі професійно важливої інформації з урахуванням політичного,

	економічного та соціокультурного контекстів. Прогнозувати перспективи розвитку медіа ринку.
РНУ-12	Проводити професійний моніторинг запитів ринку рекламного та PR-продукту з метою формування конкурентоспроможного продукту.
РНУ-14	Аналізувати економічні умови, визначати стратегію просування рекламного та PR-продукту в певних економічних, соціальних, політичних умовах. Аналізувати стан і тенденції розвитку громадської думки, розробляти стратегію дослідження громадської думки, застосовувати отримані знання у практичній діяльності
РНУ-17	Організації заходів з підвищення іміджу особи, організації.
РНУ-18	Розробляти ідеї та технології створення рекламного чи PR-продукту на основі сучасних інфокомунікаційних технологій, новітніх знань у галузі
РНУ-19	Застосовувати навички менеджменту та маркетингу для здійснення обґрунтованого вибору технологій, стратегій створення і просування рекламних і PR-продуктів.
РНУ-20	Розв'язувати складні проблеми та вирішувати практичні завдання у сфері реклами та PR, керувати проектною діяльністю

Міждисциплінарні зв'язки: «Культура і комунікація», «Менеджмент телерадіокомунікацій», «Управління інформацією».

Викладання дисципліни розраховано на *один семестр* та завершується *екзаменом*.

4. Структура навчальної дисципліни

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							Підсумковий контроль
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семинарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	
Змістовий модуль I. ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ									
1.1	Теоретичні основи стратегічного менеджменту	12	2	2				10	
1.2	Стратегії розвитку бізнесу	2	2	2					
1.3	Стратегічний менеджмент: сутність, основні категорії, еволюція наукових підходів	2	2			2			
1.4	Стратегії розвитку рекламно-інформаційних агенцій або установ	12	2		2			10	
	<i>Модульна контрольна робота 1</i>	2							2
Разом		30	8	4	2	2		20	2
Змістовий модуль II. КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ									
2.1	Конкурентні стратегії підприємств	12	2	2				10	
2.2	Основні етапи розробки стратегії. Місія	4	2		2				
2.3	Основні етапи розробки стратегії. Стратегічні цілі	2	2		2				
	<i>Модульна контрольна робота 2</i>	2							2
Разом		20	6	2	4			10	2
Змістовий модуль III. НАЦІОНАЛЬНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА									
3.1	Базова модель національної інформаційної політики ЮНЕСКО	24	4	2		2		10	
3.2	Модель національної інформаційної політики ЮНЕСКО	2	2		2				
3.3	Наукові розробки у сфері НІП	2	2		2				
	<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
Разом		20	8	2	4	2		10	2
Змістовий модуль IV. ПРОГРАМИ І ПРОЕКТИ СТРАТЕГУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ									
4.1	Державна політика України у сфері сталого розвитку та інформатизації	12	2	2				10	
4.2	Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020»: змістовно-структурний аналіз	2	2		2				
4.3	Інформаційне забезпечення Цілей Сталого Розвитку ООН	2	2		2				
4.4	Реалізація Стратегії інформаційного суспільства в Україні	2	2			2			
	<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
	Екзамен	30							30
Разом		40	8	2	4	2		10	2
Разом за навчальним планом		120	32	10	16	6		50	8/30

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Змістовий модуль I ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Тема 1. Теоретичні основи стратегічного менеджменту (2 год.)

Об'єкт, предмет, мета, завдання, міждисциплінарні зв'язки курсу. Структура і зміст курсу, організація навчального процесу.

Сутність і основні категорії стратегічного менеджменту. Зміст і структура стратегічного менеджменту: аналіз середовища; визначення місії та стратегічних цілей; вибір і оцінка стратегій; реалізація і контроль виконання стратегії. Рівні розробки стратегії в організації. Взаємозв'язок корпоративних, ділових, функціональних та операційних стратегій. Переваги і обмеження стратегічного менеджменту.

Базові елементи стратегічного менеджменту організації: стратегія, як сукупність управлінських рішень щодо перспективного її розвитку; організаційна структура – відповідна структура управління, зорієнтована на розроблення і впровадження стратегії; організаційна культура.

Етапи розвитку стратегічного менеджменту: бюджетування, довгострокове планування, стратегічне планування, стратегічний менеджмент. Наукові підходи до визначення ролі та змісту стратегічного менеджменту: дизайнерський, формальний, аналітичний, підприємницький, навчальний, політичний, трансформаційний.

Тема 2. Стратегії розвитку бізнесу (2 год.)

Стратегії щодо продукту. Стратегія низьких витрат: зміст і умови застосування. Класифікація витрат підприємства. Концепція “ланцюга цінностей” М. Портера. Шляхи зниження витрат. Переваги і обмеження стратегії низьких витрат.

Стратегія диференціації: сутність, умови застосування, напрями, переваги і ризики. Стратегія фокусування (спеціалізації): сутність і умови застосування, варіанти фокусування (спеціалізації), переваги і ризики.

Стратегії інтеграції. Економічна сутність і мотиви інтеграції підприємств. Класифікація стратегій інтеграції: за принципами об'єднання; за напрямками зростання і об'єднання; за бажаннями учасників. Організаційні форми інтеграції підприємств: картельного типу, договірні, статутні, інституційні. Стратегічні альянси. Переваги і недоліки стратегії інтеграції.

Стратегії диверсифікації. Економічна сутність і умови проведення диверсифікації. Типи стратегій диверсифікації. Особливості профільної, непрофільної, транснаціональної диверсифікацій. Способи проникнення в іншу галузь. Проблема подолання галузевих бар'єрів при диверсифікації. Стратегічні підходи до управління диверсифікованою компанією. Переваги і недоліки стратегії диверсифікації.

Практична робота №1. Стратегії розвитку рекламно-інформаційних агенцій або установ. (2 год.)

Семінар 1. Стратегічний менеджмент: сутність, основні категорії, еволюція наукових підходів. (2 год.)

**Змістовий модуль II
КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ**

Тема 3. Конкурентні стратегії підприємств (2 год.)

Економічна сутність конкуренції. Конкурентні ринкові моделі: чиста (досконала), монополістична конкуренція, олігополія, чиста монополія.

Конкурентні стратегії підприємств залежно від стадії розвитку галузевого ринку. Стратегії на нових, зрілих і неперспективних галузевих ринках.

Конкурентні стратегії підприємств залежно від частки галузевого ринку. Стратегії лідерів, підприємств – переслідувачів лідерів, послідовників, підприємств-аутсайдерів. Особливості конкурентних стратегій у різних галузях ринку.

Конкурентні стратегії у сфері інформаційної діяльності.

Поняття інформаційного менеджменту. Сфера, основні задачі та цілі інформаційного менеджменту. Правові аспекти інформаційного менеджменту. Інформація для стратегічних рішень. Інформація для тактичних рішень. Інформація для вирішення оперативних питань.

Практична робота №2-3. Основні етапи розробки стратегії. Місія підприємства. (4 год.)

Практична робота №4. Основні етапи розробки стратегії. Стратегічні цілі підприємства. (2 год.)

**Змістовий модуль III
НАЦІОНАЛЬНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА**

**Тема 4. Базова модель національної інформаційної політики
ЮНЕСКО (2 год.)**

Стратегічний план Програми ЮНЕСКО «Інформація для всіх» на 2008–2013 рр. Поняття «національна інформаційна політика». Універсальна модель національної інформаційної політики (НІП) і стратегії побудови інформаційного суспільства.

Пріоритети НІП і стратегії у сфері знань. Інформація для розвитку. Інформаційна грамотність. Збереження інформації. Інформаційна етика. Доступність інформації.

Триєдина мета НІП. Компоненти базової схеми НІП. Центральні компоненти (політика, стратегія та законодавча база НІП). Супутні компоненти (промислова та економічна політика, технологічна політика, політика у сфері телекомунікацій, соціальні питання і соціальна політика). Об'єднуючий компонент – наукові дослідження і розробки.

Державна політика у галузі інформаційної діяльності. Зміст поняття, об'єкти і суб'єкти впливу. Основні вектори розвитку в період розбудови інформаційного суспільства.

Аналіз компонентів НІП в соціально-економічних і політичних реаліях України. Політика, стратегія та законодавча база у сфері інформаційної діяльності. Промислова та економічна політика, технологічна політика, політика у сфері телекомунікацій, соціальна політика у розвитку інформаційної діяльності та інформаційних технологій.

Практична робота №5. Модель національної інформаційної політики ЮНЕСКО. Адаптація моделі до українських реалій. (2 год.)

Практична робота №6. Рекламна кампанія для моделі НІП. (2 год.)

Семінар 2. Державна політика інформаційної діяльності в Україні. (2 год.)

Змістовий модуль IV

ПРОГРАМИ І ПРОЕКТИ СТРАТЕГУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 5. Державна політика України у сфері сталого розвитку та інформатизації (2 год.)

Державна політика у галузі інформаційної діяльності. Національна програма інформатизації (1998), зміст, завдання, шляхи реалізації. Формування системи національних інформаційних ресурсів. Концепція формування системи національних електронних інформаційних ресурсів (2003). Національний реєстр електронних інформаційних ресурсів.

Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 рр.» (2007).

Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні (2013). Проблеми розвитку інформаційного суспільства в Україні. Інформаційна безпека держави. Електронне урядування. Цифрова нерівність у використанні інформаційно-комунікаційних технологій. Рейтинги України за окремими індексами, що стосуються впровадження інформаційно-комунікаційних технологій.

Умови розвитку інформаційного суспільства. Мета, принципи та завдання Стратегії. Впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у державне управління, охорону здоров'я, культуру, освіту, науку, охорону навколишнього природного середовища, бізнес. Розвиток електронної економіки. Розвиток електронної демократії. Забезпечення комп'ютерної та інформаційної грамотності громадян шляхом створення системи освіти, орієнтованої на використання новітніх ІКТ, забезпечення неперервності навчання. Розвиток національної інформаційної інфраструктури та її інтеграція до світової інфраструктури. Удосконалення інформаційного законодавства. Поліпшення стану інформаційної безпеки.

Державна політика України у сфері сталого розвитку. Концепція сталого розвитку як парадигма суспільного зростання у XXI ст. Зміст поняття «сталий розвиток». Заснування Комісії ООН зі сталого розвитку (1992). «Декларація тисячоліття» ООН (2000). Цілі Сталого Розвитку 2016-2030 ООН – глобальне бачення нових орієнтирів розвитку країн світу для забезпечення сталого майбутнього на період до 2030 року.

Рівні сталого розвитку: індивідуальний, локальний, національний, глобальний.

Державна політика України у сфері сталого розвитку. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» (2015). Мета, вектори руху, дорожня карта, першочергові пріоритети та індикатори належних оборонних, соціально-економічних, організаційних, політико-правових умов становлення та розвитку України. Програма популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. Розвиток інформаційного суспільства та медіа. Програма розвитку національної видавничої справи.

Семінар-дискусія 3. Реалізація Стратегії інформаційного суспільства в Україні. (2 год.)

Практична №7. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020»: змістовно-структурний аналіз. (2 год.)

Практична №8. Рекламно-інформаційне забезпечення Цілей Сталого Розвитку ООН. (2 год.)

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за оціню	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	4	2	2	1	1	1	1	1	1
Відвідування семінарських занять	1	1	1			1	1	1	1
Відвідування на практичному занятті	1	1	1	3	3	2	2	2	2
Робота на семінарському занятті	10	1	10			1	10	1	10
Робота на практичному занятті	10	1	10	3	30	2	20	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20	2	10	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>			69		69		69		69
Максимальна кількість балів	276								
Розрахунок коефіцієнта	Розрахунок: $276:60 = 4,6$ Студент набрав: 200 балів Оцінка: $200:4,6 = 44$ бали + max 40 балів екзамен								

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
Змістовий модуль I ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ			
1. Проаналізувати визначення понять стратегічне управління, стратегічний менеджмент, наукові підходи, стратегічні цілі, оцінка стратегії, функціональні стратегії, операційні стратегії, вказати джерело інформації	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	I
2. Проаналізувати 2 наукові статті 2015-2017 рр., присвячені стратегічному менеджменту	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	I
3. Ознайомитися з основними позиціями стратегічного менеджменту в роботах І. Ансоффа	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	II
4. Ознайомитися з основними підходами щодо стратегії конкуренції в роботах М. Портера	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	II
Змістовий модуль II КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ			
5. Самостійно ознайомитися з методами аналізу середовища для підприємства: SWOT-аналіз; матриці можливостей і загроз; здійснити SWOT-аналіз для власного підприємства	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	2	III
6. Самостійно ознайомитися з методами аналізу середовища для підприємства: STEP-аналіз; здійснити STEP-аналіз для власного підприємства	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	3	III
7. Ознайомитися з теоретичним матеріалом з питань розробки місії та стратегічних цілей. Підготувати матрицю для формулювання місії власного підприємства на практичній роботі	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	2	IV
8. Ознайомитися з теоретичним матеріалом з питань: стратегічні цілі підприємства, їх види, ієрархія. Підготувати матрицю для формування «Дерева цілей» власного підприємства на практичній роботі	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	3	IV
Змістовий модуль III НАЦІОНАЛЬНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА			
9. Ознайомитися із змістом Моделі	Семінарське заняття, модульний	5	V

національної інформаційної політики ЮНЕСКО. Створити графічну матрицю складових та рівнів НП, яку можна буде використовувати на практичній роботі	контроль, екзамен		
10. Проаналізувати стан законодавчого забезпечення національної інформаційної політики в Україні за період 1991-2021 рр., результати представити у вигляді таблиці	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	VI
Змістовий модуль IV ПРОГРАМИ І ПРОЕКТИ СТРАТЕГУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ			
11. Використовуючи сайт представництва ООН в Україні, ознайомитися із Цілями Розвитку Тисячоліття 2000-2015 та Цілями Сталого Розвитку 2016-2030. відповідно до 17 ЦСР створити матрицю, яку можна буде використати під час практичного заняття	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	VIII
12. Обрати одну з ЦСР та створити орієнтовний план рекламної кампанії загальноукраїнського рівня	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	VIII
Разом: 50 годин	Разом: 50 балів		

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем у робочій програмі. Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 4, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Змістовий модуль I ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

1. Поняття стратегічного управління.
2. Стратегічний менеджмент як галузь знань.
3. Зміст поняття стратегічний менеджмент.
4. І. Ансофф і поняття стратегічного менеджменту.
5. М. Портер і стратегії конкуренції.
6. Стратегічний менеджмент організації як система.
7. Стратегія організації.
8. Організаційна структура.
9. Організаційна культура.

10. Взаємозв'язок корпоративних, ділових, функціональних та операційних стратегій.
11. Концепція “ланцюга цінностей” М. Портера.
12. Стратегія диференціації: сутність, умови застосування, напрями, переваги і ризики.
13. Стратегія фокусування (спеціалізації).
14. Стратегії інтеграції. Економічна сутність і мотиви інтеграції підприємств.
15. Організаційні форми інтеграції підприємств: картельного типу, договірні, статутні, інституційні. Стратегічні альянси.
16. Стратегія диверсифікації.
17. Типи стратегій диверсифікації. Особливості профільної, непрофільної, транснаціональної диверсифікацій.
18. Подолання галузевих бар'єрів при диверсифікації.
19. Стратегічні підходи до управління диверсифікованою компанією.
20. Переваги і недоліки стратегії диверсифікації.

Змістовий модуль II

КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Економічна сутність конкуренції.
2. Конкурентні ринкові моделі: чиста, монополістична конкуренція, олігополія, чиста монополія.
3. Конкурентні стратегії підприємств.
4. Конкурентні стратегії на нових ринках.
5. Конкурентні стратегії на зрілих галузевих ринках.
6. Конкурентні стратегії підприємств залежно від частки галузевого ринку.
7. Конкурентні стратегії у сфері інформаційної діяльності.
8. Інформаційний менеджмент як складова стратегічного менеджменту.
9. Поняття інформаційного менеджменту.
10. Сфера, основні задачі та цілі інформаційного менеджменту.
11. Правові аспекти інформаційного менеджменту.
12. Інформація для стратегічних рішень.
13. Інформація для тактичних рішень.
14. Інформація для вирішення оперативних питань.
15. Консалтинг та інформаційний менеджмент.
16. Класифікація консалтингових послуг в галузі інформаційних технологій.
17. Сутність та особливості бізнес-реінжинірингу.
18. Системне проектування корпоративних інформаційних систем.
19. Основні етапи розроблення стратегії.
20. Особливості етапу реалізації стратегії.

Змістовий модуль III

НАЦІОНАЛЬНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА

1. Програма ЮНЕСКО «Інформація для всіх».
2. Поняття «національна інформаційна політика».

3. Універсальна модель національної інформаційної політики і стратегії побудови інформаційного суспільства.
4. Пріоритети НІП і стратегії у сфері знань.
5. Інформація для розвитку як пріоритет НІП.
6. Інформаційна грамотність як пріоритет НІП.
7. Збереження інформації як пріоритет НІП.
8. Інформаційна етика як пріоритет НІП.
9. Доступність інформації як пріоритет НІП.
10. Триєдина мета НІП.
11. Компоненти базової схеми НІП.
12. Центральні компоненти НІП (політика, стратегія та законодавча база НІП).
13. Супутні компоненти НІП (промислова та економічна політика, технологічна політика, політика у сфері телекомунікацій, соціальні питання і соціальна політика).
14. Об'єднуючий компонент НІП – наукові дослідження і розробки.
15. Державна політика України у галузі інформаційної діяльності.
16. Основні вектори розвитку державної інформаційної політики України в період розбудови інформаційного суспільства.
17. Аналіз компонентів НІП в соціально-економічних і політичних реаліях України.
18. Політика, стратегія та законодавча база у сфері інформаційної діяльності України.
19. Політика України у сфері телекомунікацій та ЗМІ.
20. Політика України у соціокультурній сфері.

Змістовий модуль IV

ПРОГРАМИ І ПРОЕКТИ СТРАТЕГУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 рр.» (2007).
2. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні (2013).
3. Проблеми розвитку інформаційного суспільства в Україні.
4. Інформаційна безпека держави.
5. Електронне урядування.
6. Цифрова нерівність у використанні інформаційно-комунікаційних технологій.
7. Впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у державне управління, охорону здоров'я, культуру, освіту, науку, охорону навколишнього природного середовища, бізнес.
8. Розвиток електронної економіки.
9. Розвиток електронної демократії.
10. Забезпечення комп'ютерної та інформаційної грамотності громадян.
11. Неперервне навчання, освіта протягом усього життя як складова концепту сталого розвитку.

12. Розвиток національної інформаційної інфраструктури та її інтеграція до світової інфраструктури.
13. Державна політика України у сфері сталого розвитку.
14. Концепція сталого розвитку як парадигма суспільного зростання у ХХІ ст.
15. Зміст поняття «сталий розвиток».
16. «Декларація тисячоліття» ООН (2000).
17. Цілі Сталого Розвитку 2016-2030 ООН – глобальне бачення нових орієнтирів розвитку країн світу для забезпечення сталого майбутнього на період до 2030 року.
18. Рівні сталого розвитку: індивідуальний, локальний, національний, глобальний.
19. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» (2015).
20. Мета, вектори руху, першочергові пріоритети Стратегії сталого розвитку України.

6.4 Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання
Екзамен (максимальна оцінка 40 балів).

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	75-81
Незадовільно	0-59

7. Навчально-методична карта дисципліни "Стратегічний менеджмент інформаційної діяльності"

Разом: 120 год., лекції – 10 год., семінарські заняття – 6 год.,

практичні заняття – 16 год., самостійна робота – 50 год., мк – 8 год., екзамен.

Тиждень	I	II	III	IV
Модулі	Змістовий модуль I		Змістовий модуль II	
Назва модуля	ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ		КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Кількість балів за модуль	69 б.		69 б.	
Лекції	відвідування - 2 б.		відвідування - 1 б.	
Теми лекцій	Теоретичні основи стратегічного менеджменту – 1 б.	Стратегії розвитку бізнесу – 1 б.	Конкурентні стратегії підприємств – 1 б.	
Теми семінарських занять	Стратегічний менеджмент: сутність, основні категорії, еволюція наукових підходів – 1+10 б.			
Практичні заняття	ПР №1 1+10 б.		ПР №2-3 2+20 б.	ПР №4 1+10 б.
Самостійна робота	5x4=20 б.		5x2=10 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 – 25 б.		Модульна контрольна робота 2 – 25 б.	

Тиждень	V	VI	VII	VIII
Модулі	Змістовий модуль III		Змістовий модуль IV	
Назва модуля	НАЦІОНАЛЬНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА		ПРОГРАМИ І ПРОЕКТИ СТРАТЕГУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Кількість балів за модуль	69 б.		69 б.	
Лекції	відвідування - 1 б.		відвідування - 1 б.	
Теми лекцій	Базова модель національної інформаційної політики ЮНЕСКО		Державна політика України у сфері сталого розвитку та інформатизації	
Теми семінарських занять	Державна політика інформаційної діяльності в Україні – 1+10 б.		Реалізація Стратегії інформаційного суспільства в Україні – 1+10 б.	
Практичні заняття	ПР №5 1+10 б.	ПР №6 1+10 б.	ПР №7 1+10 б.	ПР №8 1+10 б.
Самостійна робота	5x2=10 б.		5x2=10 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 3 – 25 б.		Модульна контрольна робота 4 – 25 б.	
Вид контролю	Екзамен – 40 б.			

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Законодавчі і нормативно-правові документи

1. Конституція України [Електронний ресурс] : закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // Верховна Рада України : офіц. веб-сайт. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>. – Назва з екрану.
2. ДСТУ 2392-94. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення. – К. : Держстандарт України, 1994. – 53 с.
3. Про бібліотеки і бібліотечну справу : закон України від 27 січ. 1995 р. № 32/95-ВР / Відом. Верхов. Ради України. – 1995. – №7. – Ст. 45; В ред. Закону №5461-17 від 12.12.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80>.
4. Про інформацію : закон України від 2 жовт. 1992 р. № 2657-ХІІ // Відом. Верхов. Ради України. – 1992. – №48. – Ст. 650; В ред. Закону №5029-17 від 10.08.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
5. Про інформаційні агентства : закон України від 28 лютого 1995 р. № 74/95-ВР (із змінами) / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради України. - 1995. - № 13. - Ст. 83.
6. Про Національну програму інформатизації : закон України від 4 лютого 1998 р. № 74/98-ВР (Із змінами і доповненнями, внесеними Законом України від 13 вересня 2001 року № 2684-ІІІ) / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради. - 1998. - № 27-28. - Ст. 182.
7. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 рр. : закон України від 9 січ. 2007 р. № 537-У // Офіц. вісн. України. – 2007. – № 8. – С. 9.
8. Про Стратегію сталого розвитку “Україна – 2020” [Електронний ресурс] : Указ Президента України № 5/2015 від 12.01.2015 р. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/18688.html>.
9. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні [Електронний ресурс]: розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.05.2013 р. №386-р. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/386-2013>. – Назва з екрана.

Базова

10. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент : підручник / Л.В. Балабанова, Л.О. Юзик. – Донецьк, 2011. – 414 с.
11. Владимирська А. Реклама: навчальний посібник / А. Владимирська, П. Владимирський. – Київ : Кондор, 2009.
12. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / Г.І.Кіндрацька. – Київ : Знання, 2012.

13. Подольчак Н. Ю. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / Н. Ю.Подольчак. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2012.
14. Гарнавська Н., Напора О. Стратегічний менеджмент: практикум : навч. посіб. – Тернопіль ; Київ : Кондор, 2011.

Додаткова

15. Андрушків Б. та ін. Роль освіти в організації використання європейських підходів до забезпечення сталого розвитку економіки у постконфліктний період / Б. Андрушків, Н. Кирич, Л. Мельник, О. Погайдак // Вісник економічної науки України. – 2016. – № 1 (30). – С. 3–6.
16. Арістова І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти [Електронний ресурс] : монографія / І. В. Арістова ; за заг. ред. д-ра юрид. наук, проф. Бандурки О. М. – Х. : Вид-во Ун-ту внутр. справ, 2000. – 368 с. – Режим доступу: http://www.pravo.vuzlib.net/book_z1189.html. – Назва з екрану.
17. Бутенко А.І. Методологічні засади подолання диспропорцій розвитку підприємницького сектору як складової сталого розвитку економіки України / А.І. Бутенко, Н.Л. Шлафман // Вісник економічної науки України. – 2015. – № 1 (28). – С. 34–38.
18. Бровкова О. Роль стратегічного менеджменту у розвитку організації / О. Бровкова, М. Глінчук, К. Мельникова // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2015. – № 12. – С. 34–43.
19. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Стратегії розвитку бібліотечно-інформаційної сфери України: генезис, концепції, модернізація : монографія / О. В. Воскобойнікова-Гузєва ; наук. ред. Г. І. Ковальчук ; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К. : Академперіодика, 2014. – 362 с.
20. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Стратегічний менеджмент інформаційної діяльності: проблеми дослідження і формування компетентностей / О. В. Воскобойнікова-Гузєва // Бібліотека. Наука. Комунікація: формування національного інформаційного простору : матеріали Міжнар. наук. конф., м. Київ, 4–6 жовт. 2016 р. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України, Рада дир. б-к та інформ. центрів – членів МААН. – Київ, 2016. – С. 23–28.
21. Воскобойнікова-Гузєва О. В. Цілі сталого розвитку ООН до 2030 року: імплементація в освітній процес підготовки фахівців інформаційної справи. Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук. 2020. Вип. 6. С. 84-96.
22. Галушка З. І. Стратегічний менеджмент як нова управлінська філософія: сутність та етапи розвитку / З. І. Галушка // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №3 (Т. 1). – С. 20–24.

23. Горєлов Д.О. Стратегія підприємства / Д.О Горєлов., С.Ф. Большенко. – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. – 133 с.
24. Горовий В. М. Особливості розвитку соціальних інформаційних баз сучасного українського суспільства : монографія / В. М. Горовий. – Київ : НБУВ, 2005. – 300 с.
25. Гриценко С.І. Можливості маркетингу та логістики в сталому розвитку регіонів України / С.І. Гриценко // Вісник економічної науки України. – 2017. – № 1 (32). – С. 36–39.
26. Забродська Л. М. Аутсорсинг — один із напрямів стратегічного розвитку інструментів сучасного менеджменту / Л. М. Забродська // Вісник післядипломної освіти. – 2015. – Вип. 15. – С. 44–62.
27. Інформаційна політика України: європейський контекст : монографія / Л. В. Губерський, Є. Є. Камінський, Є. А. Макаренко та ін. - К. : Либідь, 2007. – 360 с.
28. Кирич Н.Б. Сталий розвиток суб'єктів господарювання: сутність та фактори впливу (європейські акценти) / Н.Б. Кирич, Л.М. Мельник, О.Б. Погайдак // Вісник економічної науки України. – 2015. – № 2 (29). – С. 151–155.
29. Латишева О. В. Сутність сталого розвитку та сучасні екологічні напрями його забезпечення в Україні / О.В. Латишева // Вісник економічної науки України. – 2016. – № 2 (31). – С. 106–111.
30. Матвієнко О. Інформаційний менеджмент як основа концептуалізації моделі фахівця з інформаційної справи / О. Матвієнко. М. Цивін // Вісник Книжкової палати. – 2017. – №4. – С. 27-30.
31. Национальная информационная политика: базовая модель : пер. с англ. – Москва : МЦБС, 2010. – 172 с.
32. Приймак Н. С. Соціальна робота у контексті системи стратегічного менеджменту підприємства / Н. С. Приймак // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 12. – С. 52–53.
33. Стадник В. В. Концептуальні основи "менеджменту різноманітності" у системі стратегічного управління розвитком промислових підприємств / В. В. Стадник, О. В. Вешко // Проблеми економіки. – 2016. – № 3. – С. 212–218.
34. Цілі Сталого Розвитку 2016–2030 [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia>. – Назва з екрану.
35. Фомішина В. М. Управління кількісно-якісними параметрами кінцевого споживання в контексті стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» / В.М. Фомішина // Економічні інновації : зб. наук. пр. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2015. – Вип. 60, т. II. – С.235–240.

ПЛАНІ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль I.

ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Семінар 1. Стратегічний менеджмент: сутність, основні категорії, еволюція наукових підходів (2 год.)

1. Поняття стратегічного управління.
2. Стратегічний менеджмент як галузь знань. Зміст поняття стратегічний менеджмент.
3. І. Ансофф і поняття стратегічного менеджменту.
4. М. Портер і стратегії конкуренції.
5. Стратегічний менеджмент організації як система.
6. Стратегія організації.
7. Організаційна структура.
8. Організаційна культура.

Базова література: 1-9; 12- 14

Додаткова література: 18, 21, 22, 23, 30, 32, 33

Змістовий модуль III.

НАЦІОНАЛЬНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА

Семінар 2. Державна політика інформаційної діяльності в Україні (2 год.)

1. Державна політика у галузі інформаційної діяльності.
2. Зміст поняття ДІП, об'єкти і суб'єкти впливу.
3. Основні вектори розвитку ДІП в період розбудови інформаційного суспільства.
4. Нормативне забезпечення реалізації ДІП в Україні.
5. Стратегія національної безпеки України (2015).

Базова література: 1-9; 12

Додаткова література: 16, 20, 24, 27, 29, 30, 31.

Змістовий модуль IV.

ПРОГРАМИ І ПРОЕКТИ СТРАТЕГУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Семінар 3. Реалізація Стратегії інформаційного суспільства в Україні (2 год.)

1. Основні засади інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» (2007).
2. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні (2013).
3. Реалізація проектів з розвитку е-культури та е-освіт в Україні.
4. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» (2015).

Базова література: 1-9

Додаткова література: 15, 17, 25, 28, 29, 34, 35

VI. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль I ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Практична робота №1. Стратегії розвитку рекламно-інформаційних агенцій або установ (2 год.)

Мета заняття: формування менеджерських навичок у магістрів.

Завдання: використовуючи отримані на лекціях та під час виконання самостійної роботи знання зі стратегічного планування та стратегічного менеджменту:

1. Проаналізувати стратегії розвитку двох рекламних агенцій або компаній за ознаками:
 - структура;
 - візія;
 - місія;
 - цінності;
 - пріоритети/цілі;
 - перспективи.
2. Відповісти на питання чи передбачає/включає аналізована стратегія основні компоненти стратегічного менеджменту за І.Ансоффом:
 - аналітичне формулювання;
 - розвиток управлінських здібностей;
 - управління змінами?
3. Результати виконаної роботи представити у вигляді файлу або роздруківки, подати роботу на перевірку.

Методи виконання завдання: індивідуальне виконання завдань, зведення отриманих відомостей, презентація результатів.

Змістовий модуль II КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Практична робота №2-3. Основні етапи розробки стратегії. Місія підприємства. (4 год.)

Мета заняття: формування у магістрів навичок стратегічного управління.

Завдання: використовуючи отримані під час виконання самостійної роботи знання зі стратегічного планування та стратегічного менеджменту, здійснити розробку місії для підприємства/установи зі сфери інформаційного або інформаційно-комунікаційного бізнесу:

1. Використовуючи теоретичні знання щодо розробки місії та стратегічних цілей підприємства (сутність місії та її значення для визначення

пріоритетів розвитку підприємства; зміст місії та вимоги до її формулювання; чинники впливу на процес розробки місії; особливості місії для малих і великих підприємств, комерційних і некомерційних організацій) сформулювати місію свого підприємства, презентувати результат, обґрунтувати вибір та формулювання.

Методи виконання завдання: робота у малих групах або індивідуально; індивідуальне виконання завдань визначених групою, зведення отриманих даних, відомостей, презентація результатів.

Практична робота №4. Основні етапи розробки стратегії. Стратегічні цілі підприємства (2 год.)

Мета заняття: формування у магістрів навичок стратегічного управління.

Завдання: використовуючи отримані під час виконання самостійної роботи знання зі стратегічного планування та стратегічного менеджменту, здійснити розробку місії та стратегічних цілей для підприємства/установи зі сфери інформаційного або інформаційно-комунікаційного бізнесу:

1. Використовуючи теоретичні знання щодо розробки стратегічних цілей підприємства, їх видів, ієрархії, побудувати “Дерево цілей” власного підприємства, презентувати результат, обґрунтувати вибір та формулювання.

Методи виконання завдання: робота у малих групах або індивідуально; індивідуальне виконання завдань визначених групою, зведення отриманих даних, відомостей, презентація результатів.

Змістовий модуль III. НАЦІОНАЛЬНА ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА

Практична робота №5. Модель національної інформаційної політики ЮНЕСКО (2 год.)

Мета заняття: формування у магістрів навичок стратегічного управління на державному рівні.

Завдання:

1. З використанням графічної матриці складових та рівнів моделі національної інформаційної політики (створена у результаті виконання самостійної роботи №3) здійснити наповнення складових відповідно до українських реалій. Зробити висновок щодо можливості адаптації або відповідності моделі НІП в Україні.

2. Результати виконаної роботи представити у вигляді файлу або роздруківки, подати роботу на перевірку.

Методи виконання завдання: робота у малих групах або індивідуально; індивідуальне виконання завдань визначених групою, контент-аналіз, моделювання, зведення отриманих даних, відомостей, презентація результатів.

Практична робота №6. Наукові розробки у сфері національної інформаційної політики (2 год.)

Мета заняття: формування у магістрів навичок організації інформаційного забезпечення задач стратегічного управління на державному рівні.

Завдання:

1. З використанням відомостей про наукові публікації у сфері НІП (результаті виконання самостійної роботи №3) зробити ментальну карту проблематики або тематико-типологічну схему, виходячи з проблематики досліджень. Зробити висновок щодо цілісності або рівня розробленості питань у відповідності до моделі НІП.

2. У разі виявлення лакун щодо інформаційного забезпечення певної складової моделі НІП, здійснити додатковий інформаційний пошук. Внести корективи у карту або схему.

3. Результати виконаної роботи представити у вигляді текстового файлу або презентації, подати роботу на перевірку.

Методи виконання завдання: робота у малих групах або індивідуально; індивідуальне виконання завдань визначених групою, інформаційний пошук, контент-аналіз, моделювання, зведення отриманих даних, відомостей, презентація результатів.

Змістовий модуль IV.

ПРОГРАМИ І ПРОЕКТИ СТРАТЕГУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Практична №7. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020»: змістовно-структурний аналіз (2 год.)

Мета заняття: формування у магістрів навичок стратегічного управління на державному рівні.

Завдання:

1. Використовуючи отримані під час виконання самостійної роботи відомості щодо змісту Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020», здійснити її змістовно-структурний аналіз у вигляді таблиці або логічної схеми.

2. Результати виконаної роботи представити у вигляді файлу або роздруківки, подати роботу на перевірку.

Методи виконання завдання: індивідуальне виконання завдання, контент-аналіз, зведення отриманих відомостей, презентація результатів.

Практична №8. Інформаційне забезпечення Цілей Сталого Розвитку ООН (2 год.)

Мета заняття: формування у магістрів навичок організації інформаційного забезпечення задач стратегічного управління на державному рівні.

Завдання:

1. Використовуючи сформовану під час самостійної роботи матрицю Цілей сталого розвитку, зробити оперативний пошук різнопланової інформації (статистичної, аналітичної, науково-дослідної) за трьома цілями. Результати оформити у вигляді таблиці.

2. Результати виконаної роботи представити у вигляді файлу або презентації, подати роботу на перевірку.

Методи виконання завдання: групове або індивідуальне виконання завдання, інформаційний пошук, контент-аналіз, зведення отриманих відомостей, презентація результатів.