

(меш) 1 к
Туризм

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра міжнародного бізнесу та економічної теорії

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

проректор з науково-
педагогічної роботи

Антон ПАНТЕЛЕЙМОНОВ



« _____ 2020 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ТУРИЗМІ

Рівень вищої освіти: **другий (магістерський)**

Галузь знань: **24 «Сфера обслуговування»**

спеціальність **242 «Туризм»**

Освітня програма **«Туризм»**

Вид дисципліни: **обов'язкова**

факультет **Міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу**

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
«28» серпня 2020 року, протокол № 1


РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

д.е.н., проф., проф. кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії І.В.Шкодін

Програму схвалено на засіданні кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії

Протокол від «27» серпня 2020 року № 1

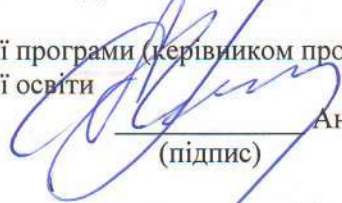
В.о. завідувача кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії



(підпис) Ірина ДЕРІД
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми (керівником проектної групи) «Туризм» другого (магістерського) рівня вищої освіти

Гарант освітньо-професійної програми (керівником проектної групи) «Туризм» другого (магістерського) рівня вищої освіти

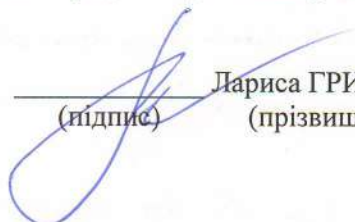


(підпис) Анатолій ПАРФІНЕНКО
(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від «28» серпня 2020 року № 1.

Голова науково-методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу



(підпис) Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА
(прізвище та ініціали)

Вступ

Програма навчальної дисципліни «Бізнес-планування в туризмі» складена відповідно до освітньо-професійної програм «Туризм» підготовки магістрів за спеціальністю 242 «Туризм».

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є формування компетенцій з питань бізнес-планування основних напрямків діяльності підприємства, озброєння майбутніх фахівців туристичного ринку сучасною науковою методологією, передбачення економічних наслідків управлінських рішень, та їх обґрунтування на підставі використання принципів і методів планування.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є

- *формування наступних загальних компетентностей:*

ЗК 1. Здатність планувати та управляти часом

ЗК 2. Здатність планувати та управляти проектами

ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт

ЗК 5. Використання методологічного апарату наукових досліджень для вирішення теоретичних і прикладних завдань, що постають перед фахівцями туристичної галузі

- *формування наступних фахових компетентностей:*

ФК 2. Знання методів і технологій маркетингових досліджень у сфері обігу продукції галузей нематеріального виробництва

ФК 4. Розуміння організаційно-економічного механізму підвищення конкурентоспроможності галузей національної економіки, зокрема тих, що відносяться до сфери послуг

ФК 5. Усвідомлення теоретичних засад та моделей функціонування надпросторових макрорегіонів, причинно-наслідкових зв'язків міжвищами та подіями, що спонукаються процесами глобалізації і регіоналізації

ФК 6. Уміння досліджувати сучасні тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг, динаміку та структуру міжнародних туристичних потоків, виділяти та оцінювати їх якісні характеристики

ФК 7. Здатність проводити аналіз конкурентоспроможності національного туристичного продукту; розробляти, обґрунтовувати та впроваджувати стратегії зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств

ФК 8. Здатність розробляти регіональні програми підтримки туристичної галузі, формувати інформаційно-комунікаційну мережу між представниками органів влади різних рівнів, громадськими організаціями та суб'єктами підприємницької діяльності

ФК 9. Уміння будувати збалансовані схеми експортно-імпортних операцій та міжрегіональних трансфертів за участі туристичної та супутніх галузей, відстежувати тенденції функціонування ринку та приймати заходи із передбачення можливих криз, упроваджувати ефективну інвестиційну політику на різних рівнях господарювання

1.3. Кількість кредитів – 4.

1.4. Загальна кількість годин – 120

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов'язкова	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
1-й	1-й
Лекції	
30 год.	14 год.
Практичні, семінарські заняття	
15 год.	год.
Лабораторні заняття	
год.	год.
Самостійна робота	
75 год.	106 год.
Індивідуальні завдання	
-	

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають досягти наступних результатів:

ПРН1: працювати з іноземними джерелами інформації, розробляти план наукових досліджень;

ПРН2: планувати діяльність туристичного підприємства, координувати роботу його підрозділів, виконувати управлінські функції у межах підприємства;

ПРН4: розробляти та впроваджувати новий туристичний продукт, оцінювати рівень його конкурентоспроможності;

ПРН5: використовувати та впроваджувати інноваційні технології у поточну діяльність суб'єктів туристичного ринку;

ПРН8: оцінювати потенціал національного туристичного продукту на світовому ринку;

ПРН9: організовувати співпрацю із іноземними контрагентами;

ПРН10: проводити дослідження туристичного ринку та оцінювати перспективи його розвитку у цілому та у рамках окремих видів туризму / географічних напрямів;

ПРН13: виявляти проблемні ситуації та прогнозувати ймовірні ризики;

ПРН14: приймати обгрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності;

ПРН15: демонструвати виконання професійних завдань у стандартних та невизначених ситуаціях.

2. Тематичний план дисципліни

Тема 1. Сутність бізнес-планування та особливості його здійснення на підприємствах туристичної галузі

Особливості бізнесу в туристичній галузі. Імперативи розвитку туристичної галузі. Тенденції розвитку бізнесу в туризмі.

Зміст та предмет бізнес-планування діяльності підприємства. Підприємство як суб'єкт ринку та виробничо-ринкова система. Економічні параметри підприємства (активи, пасиви, витрати виробництва, дохід, прибуток).

Методологія планування на підприємствах туристичної галузі. Функції та цілі розробки бізнес-плану. Формування інформаційного поля бізнес-плану. Загальна методологія розробки бізнес-плану. Програмне забезпечення процесу бізнес-планування (Project Expert, MS Project, Primavera SureTrack).

Тема 2. Система планів підприємства

Основні елементи системи планування. Місія. Стратегія. Тактика. Принципи бізнес-планування. Методи планування – нормативний, індикативний, оптимізацій, балансовий, програмно-цільовий метод, дослідно-статистичний та ін. Види планування та їх взаємозв'язок.

Вибір стратегії розвитку. Загальні стратегії розвитку, напрями та методи. Етапи стратегічного планування. Характеристика ринку туристичних послуг України та стратегії провідних туроператорів та турагентств.

Тема 3. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану

Основні етапи формування бізнес-плану. Визначення мети бізнес-плану. Збір інформації. Інформаційна база. Вибір структури бізнес-плану. Стислий бізнес-план. Повний та оперативний бізнес-план.

Структура бізнес плану. Міжнародні стандарти до бізнес-плану. Вимоги до написання бізнес-плану: вимоги до оформлення його як документу та вимоги до його структури і змісту основних розділів. Послідовність розробки бізнес-плану.

Тема 4. Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги продукції (послуг)

Поняття конкуренції та конкурентоспроможності. Механізм конкуренції. Основні складові конкурентного середовища. Види конкурентного середовища. Модель піти сил конкуренції Портера. SWOT та SNW- аналіз. Схема аналізу профілю конкурента. Конкурентні війни. Опис базових галузевих параметрів. Інвестиційна привабливість галузі.

Загальна характеристика підприємства та його продукції (послуг). Конкурентоспроможність товару (послуги). Методи оцінки конкурентоспроможності товару (послуги): аналітична та графічні. Особливості послуг в туристичному бізнесі.

Дослідження та аналіз ринку збуту продукції (послуг). Сегментація ринку та її методи. Методи прогнозування обсягів реалізації продукції (надання послуг). Конкурентні стратегії підприємства (стратегії бізнесу)

Тема 5. Маркетинг-план

Логіка розроблення плану маркетингової діяльності. Сутність та види маркетингових досліджень. Маркетингова товарна політика. Планування нових товарів.

Оцінка привабливості ринкових сегментів. Матриця Бостонської консультативної групи. Багатофакторна портфельна матриця «Мак-Кінсі» «привабливість-конкурентоспроможність». Матриця АДЛ (фірми Артура Д.Літла).

Стратегії маркетинг. Цінові стратегії. Інтернет-маркетингові стратегії. Методи визначення ефективності маркетингових стратегій. Маркетингова політика комунікацій. Реклама в туризмі: сутність, функції та види.

Тема 6. Виробничий план

Цілі та завдання виробничого плану. Структура виробничого плану. Ресурсні обмеження. Витрати: сутність а їх види. Калькуляція собівартості продукції (послуги). Прогнози виробництва: песимістичний, оптимістичний, найбільш ймовірний. Виробничі потужності.

Виробнича програма підприємства. Взаємозв'язок процесу виробництва з ризиками. Індикативні параметри виробничої програми.

Особливості формування виробничої програми в індустрії гостинності. Виробничі потужності, матеріально-технічний, кадровий потенціал. Оптимізація виробничої програми.

Тема 7. Організаційний план

Основні цілі та завдання організаційного плану. Організаційно-правові форми підприємств. Структура організаційного плану.

Сутність та види організаційних структур: лінійні, функціональні та дивізіонні. Сучасні організаційні структури. Мережеві структури.

Значення людського фактора в управлінні підприємством. Мотивація праці персоналу. Теорії мотивації. Особливості мотивації персоналу в туристичному бізнесі.

Тема 8. Оцінка ризиків

Поняття ризику та невизначеності. Сутність та види ризиків. Класифікація ризиків за походженням та середовищем виникнення.

Теоретичні основи управління ризиками. Етапи управління економічними ризиками. Методи управління ризиками. Структура та цілі розроблення розділу «Аналіз потенційних ризиків».

Оцінка та формування моделі управління ризиками на підприємстві. Підходи до управління ризиками. Організація процесу управління ризиками на підприємствах туристичного бізнесу. Шляхи мінімізації ризику. Вплив інфляції на оцінку рівні ризику. Страхування ризиків.

Тема 9. Фінансовий план

Значення та зміст фінансового плану. Основні завдання розділу «Фінансовий план». Прогнозування фінансових результатів. Побудова моделі грошових потоків. Дисконтування.

Оцінка фінансового стану підприємства. Фінансовий стан як система взаємопов'язаних елементів. Інформаційна база для оцінювання фінансового стану підприємства. Класифікація і загальний порядок розрахунку основних показників фінансового стану підприємства. Фінансові коефіцієнти. Оцінка ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства

Особливості проведення аналізу інвестиційної привабливості підприємства. Фактори інвестиційної привабливості підприємства. Методи оцінки ефективності інвестицій суб'єктів господарювання.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин												
	денна форма						заочна форма						
	усь го	у тому числі					усь ого	у тому числі					
		л	п	ла б.	інд .	с. р.		л	п	лаб.	ін д.	с. р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	1 2	13	
Тема 1. Сутність бізнес-планування та особливості його здійснення на підприємстві	14	4	2			8	14	2					12
Тема 2. Система планів підприємства	12	2	2			8	12						12
Тема 3. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану	11	2	1			8	14	2					12
Тема 4. Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги продукції (послуг)	17	6	2			9	14	2					12
Тема 5. Маркетинг-план	15	4	2			9	14	2					12
Тема 6. Виробничий план	11	2	1			8	12	1					11
Тема 7. Організаційний план	11	2	1			8	12	1					11
Тема 8. Оцінка ризиків	14	4	2			8	14	2					12
Тема 9. Фінансовий план	15	4	2			9	14	2					12
Усього годин	120	30	15			75	120	14					106

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Тема 1. Сутність бізнес-планування та особливості його здійснення на підприємстві	2
2.	Тема 2. Система планів підприємства	2
3.	Тема 3. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану	1
4.	Тема 4. Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги продукції (послуг)	2
5.	Тема 5. Маркетинг-план	2
6.	Тема 6. Виробничий план	1
7.	Тема 7. Організаційний план	1
8.	Тема 8. Оцінка ризиків	2
9.	Тема 9. Фінансовий план	2
	Разом	15

5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість Год.д.ф.н.	Кількість год. з.ф.н.
1.	Підготовка студентами доповідей з теми 1. Підготовка аналітичних доповідей «Вплив COVID19 на туристичну галузь», «Характеристика ринку готельних послуг України», «Стратегії провідних ресторанів в умовах кризи». Дискусія щодо специфічних особливостей бізнес-планування в туристичному бізнесі.	8	12
2.	Підготовка доповідей студентами з теми 2. Система планів підприємства	8	12
3.	Підготовка студентами виступів з теми 3. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану	8	12
4.	Підготовка студентами доповідей з теми 4. Дискусія «Причини невдачі нової продукції (туристичних послуг) на ринку» (на конкретних прикладах), «Стратегія червоного океану проти стратегії блакитного океану»,	9	12
5.	Підготовка студентами аналітичних виступів з теми 5. Презентація проектів «Вихід нової туристичної компанії на ринок». Обговорення «Які альтернативні системи розподілу може використати туристична фірма для збуту своїх послуг?», «Від прямої конкуренції до створення блакитного океану».	9	12
6.	Підготовка студентами доповідей з теми 6. Виробничий план	8	11
7.	Підготовка студентами аналітичних доповідей з теми 7 Організаційний план. Презентація групового проекту «Мотивація праці персоналу в галузі гостинності»	8	11
8.	Підготовка студентами виступів з теми 8. Оцінка ризиків. Розв'язання задач.	8	12
9.	Підготовка студентами доповідей з теми 9. Дискусія «Фіноблік в ресторані: що обрати (ФОП + юр.особа)», «Нові правила РРО для закладів громадського харчування». Розв'язанні задач.	9	12
	Разом	75	106

6. Індивідуальні завдання

Не передбачено

7. Методи контролю

При вивченні дисципліни застосовуються такі методи контролю: усний, письмовий, тестовий. Поточний контроль проводиться під час семінарських занять у вигляді усного або письмового опитування, виступів студентів під час обговорення питань, самостійної роботи, тестування, написання есе, рефератів тощо. Результати поточного контролю (поточна успішність) враховується під час визначення підсумкової оцінки з дисципліни у формі **заліку**.

Загальна кількість балів за успішне виконання залікової роботи – 40. **УВАГА!** У разі використання заборонених джерел на екзамені студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У разі настання / подовження дії **обставин непоборної сили** (в тому числі запровадження жорстких карантинних обмежень в умовах пандемії з заборонаю відвідування ЗВО) здобувачам вищої освіти денної та заочної форм навчання надається можливість скласти **залік в дистанційній формі** з використанням платформи **Google-Class, Zoom**.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

Критерії оцінки усного опитування на семінарських заняттях

“5” балів студент отримує, якщо його відповідь повністю відповідає визначеним критеріям. Він повинен знати відповіді на всі питання навчальної програми, продемонструвати повні і глибокі знання лекційного матеріалу, а також підручників і навчальних посібників. Студент – відмінник повинен знати як саме економічні категорії і закони проявляються в ринкових умовах на мікрорівні та на макрорівні здійснювати порівняльний аналіз, робити логічні висновки, висловлювати власне ставлення до пропонуваного йому проблем, демонструвати знання законодавчих та нормативних актів України.

“4” бали свідчать, що студент має тверді знання з дисципліни «Мікроекономіка і макроекономіка» в обсязі навчальної програми, вміє використовувати інструментарій мікроаналізу. Але у розкритті змісту питань були допущені незначні помилки у формулюванні термінів і категорій, або недостатнє висвітлення питань.

“3” бали виставляється тоді, коли знання студентів відповідають мінімуму і не нижче вимог, які існують у вищій школі і є в навчальних планах і програмах. Ці бали виставляється коли студент продемонстрував, хоча і не в повному обсязі, але в цілому, правильні знання програми курсу, виявив розуміння основного змісту питань.

“2-0” балів ставиться при наявності серйозних недоліків, коли знання студентів нижче мінімуму навчальної програми, коли вони мають хаотичний і безсистемний характер, коли у студента відсутнє розуміння не тільки другорядних, але і вузлових питань курсу.

Критерії оцінки відповідей на тестові питання на семінарських заняттях

Тестове завдання передбачає необхідність вибрати одну або кілька правильних відповідей на поставлені питання. Кожна правильна відповідь на тестові запитання оцінюється в 1 бал. На виконання одного завдання відводиться 1-2 хвилини.

Загальна оцінка за тестове завдання виставляється в залежності від набраної кількості балів:

“1” балів виставляється, якщо правильні відповіді складають 90-100%.

“0,8” бали виставляється, якщо правильні відповіді складають 74-89%.

“0,5” бали виставляється, якщо правильні відповіді складають 60 - 73%.

“0” виставляється, якщо правильні відповіді складають до 60%.

Критерії оцінювання аналітично-пошукових завдань та есе.

2 балів ставиться за умов, якщо студент продемонстрував вміння всебічно, безпомилково, в логічній послідовності проаналізувати проблему, проявив творчий підхід,

проаналізував альтернативні теоретичні погляди, проявив авторське ставлення, використав значний фактичний та статистичний матеріал, сформулював висновки;

3 бали ставиться студентові, який продемонстрував вміння всебічно та безпомилково проаналізувати проблему, проаналізував альтернативні теоретичні погляди, використав значний фактичний та статистичний матеріал, сформулював висновки, проте відсутній творчий підхід при аналізі проблем

1 бали отримує студент, який виконав завдання з незначними помилками, в недостатній мірі використав статистичний та фактичний матеріал, не виявив авторського розуміння проблеми;

0 бал виставляється студентові, який припускається грубих помилок та логічної непослідовності під час виконання завдання, не використав сучасну літературу та сучасний фактичний матеріал.

Підсумкова оцінка на семінарському занятті виставляється на основі оцінювання всіх видів робіт:

Шкала балів за видами робіт

№	Види навчальних робіт	Максимальна оцінка	Примітка
1	Відповіді на семінарах	0-5	За семінар, незалежно від кількості відповідей
2	Тестування	0-1	За одне правильно виконане завдання
3	Аналітично-пошукове завдання, есе	0-2	За один виступ

8. Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання										залікова робота	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	Разом		
7	6	6	7	7	6	7	7	7	60	40	100

9. Рекомендована література

Основна література

Алієна-Барановська В.М. Міжнародний туризм: навчальний посібник довідник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 344 с.

Волошина С.В. Бізнес-планування: конспект лекцій. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2016. 64 с.

Веретенников, В. І. Управління проектами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 280 с.

Васильців Т.Г., Качмарик Я.Д. Бізнес-планування: навч. посіб. Київ: Знання, 2013. 207 с.

Кучеренко В.Р., Карпов В.А. Бізнес-планування фірми: навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 424 с.

Македон В.В. Бізнес-планування: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2009. 236с.

Мальська М.П. В.В. Худо. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник. 2-ге вид. перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 368 с.

Мельниченко С. В., Шеєнкова К. А. Управління бізнес-процесами в туризмі: монографія. Київ: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2015. 263 с.

Цьохла С.Ю., Кожемякіна Т.В. Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів: навч. посіб. Сімферополь: ДІАЙПІ, 2011. 400с.

Додаткова література:

1. Пестушко В.М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи. *Географія та основи економіки*. 2015. С. 257.

2. Туризм в Україні: куди їдуть найбільше і які напрями потрібно розвивати. URL: <http://expres.ua/news/2020/10/05/265404-turyzm-ukrayini-kudy-yidut-naybilshe-napryamypotribno-rozvyvaty>

3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. URL: доступу: http://tourlib.net/books_ukr/dyadechko13.htm.

4. Туристичні потоки. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/tyr/tyr_u/potoki2020_u.htm.

5. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостинність. Туризм. [Текст] / Ф. Котлер, Д. Боуен, Д. Мейкенз. Москва: ЮНИТИ, 2009.

6. Угоднікова О.І., Щербаченко Т.С. Роль інформаційних технологій у розвитку менеджменту та маркетингу міжнародного туризму. *Комунальне господарство міст*. 2019, том 2, випуск 148.

7. Tourism Statistics. URL: <https://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current>

8. Tourism Industry 2020. View Trends, Analysis and Statistics. URL: [https://www.reportlinker.com/market-report/Tourism/6226/Tourism?utm_source=adwords1&utm_medium=cpc&utm_campaign=Tourism&utm_adgroup=Tourism Industry Reports&gclid=EAIaIQobChMIybjkkrqi6wIVsiB7Ch1k3AZEEAAYASAAEgJqvFD_BwE](https://www.reportlinker.com/market-report/Tourism/6226/Tourism?utm_source=adwords1&utm_medium=cpc&utm_campaign=Tourism&utm_adgroup=Tourism%20Industry%20Reports&gclid=EAIaIQobChMIybjkkrqi6wIVsiB7Ch1k3AZEEAAYASAAEgJqvFD_BwE)

9. International tourist numbers could fall 60-80% in 2020, unwto reports. URL: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>

Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Верховна Рада України. URL: www.zakon.rada.gov.ua

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Сайт Світового банку. URL: <http://www.worldbank.org>

4. Міністерство фінансів України. URL: www.minfin.gov.ua

5. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. URL: www.nbuv.gov.ua

6. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. URL: www.uaib.com.ua

7. Департамент туризму та курортів. URL: me.gov.ua

8. Туристичні потоки. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ>

9. Особливості розробки прогнозів розвитку туристичної галузі. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/orlova2.htm

11. Особливості навчання за денною формою в умовах подовження дії обставин непоборної сили (в тому числі запровадження карантинних обмежень через пандемію)

В умовах дії карантинних обмежень освітній процес в університеті здійснюється за змішаною формою навчання, а саме:

– дистанційно (за затвердженим розкладом занять) на платформі **Zoom** проводяться всі лекційні заняття;

– дистанційно на платформі **Google-Class** та **Zoom** можуть проводитись практичні (семінарські), індивідуальні заняття та консультації, контроль самостійної роботи;

– аудиторно (за затвердженим розкладом занять) можуть проводитись до **30% практичних та семінарських занять** у навчальних групах кількістю до 20 осіб з урахуванням відповідних санітарних і протиепідемічних заходів.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких карантинних обмежень з заборонаю відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість (за заявою, погодженою деканом факультету) скласти **залік в дистанційній формі** з використанням платформи **Google-Class** та **Zoom**.