

Міністерство освіти і науки України
Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова
Херсонський навчально-науковий інститут

Кафедра економіки

О7821

ЗАТВЕРДЖЕНО
Заступник директора з
навчальної роботи



 к.т.н., проф. Дудченко О.М.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Program of the Discipline

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА

Enterprise strategy

рівень вищої освіти *перший (бакалаврський)*

тип дисципліни *обов'язкова*

мова викладання *українська*

Херсон – 2023

Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» є однією із складових комплексної підготовки фахівців галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність 051 «Економіка», освітня програма «Економіка підприємства».

«15» листопада 2023 року. – 23 с.

Розробник: Руснак А.В., доктор екон. наук, професор, професор кафедри економіки

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» узгоджено з гарантом освітньої програми

Гарант освітньої програми

«Економіка підприємства»

канд. екон. наук, професор




Н.Г. Ревенко

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» розглянуто на засіданні кафедри економіки

Протокол № 4 від «15» листопада 2023 р.

В.о. завідувача кафедри

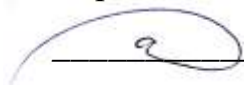


А.В. Руснак

Проект робочої програми навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» розглянуто методичною радою ХННІ НУК.

Протокол № 4 від «16» листопада 2023 р.

Голова МР ХННІ НУК



О.М. Дудченко

ЗМІСТ

Вступ	4
1. Опис навчальної дисципліни.....	5
2. Мета вивчення навчальної дисципліни.....	6
3. Передумови для вивчення дисципліни.....	6
4. Очікувані результати навчання.....	6
5. Програма навчальної дисципліни.....	7
6. Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методи їх демонстрування	15
7. Форми поточного та підсумкового контролю.....	16
8. Критерії оцінювання результатів навчання.....	18
9. Засоби навчання.....	
10. Рекомендовані джерела інформації	19
Додаток.....	21

ВСТУП

Анотація

Освітньою програмою «Економіка підприємства» підготовки бакалаврів передбачено набуття здобувачами вищої освіти знань теоретичних засад стратегічного планування, а також вмінь застосовувати інструментарій стратегічного аналізу і формування стратегій підприємства в практичній діяльності.

Програма навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» розрахована на здобувачів вищої освіти, які вивчили регіональну економіку, економіку підприємства, менеджмент, маркетинг. Програма передбачає комплексне застосування набутих компетенцій для розв'язання прикладних задач щодо формування стратегій підприємства.

Дисципліна «Стратегія підприємства» носить міждисциплінарний характер, вона забезпечує підготовку здобувачів вищої освіти до вивчення навчальних дисциплін «Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків», «Потенціал і розвиток підприємства», «Управління витратами», а також розробку відповідних розділів атестаційної випускної роботи бакалавра.

Ключові слова: стратегія, стратегічний аналіз, стратегічне управління, підприємство, економіка.

Annotation

The educational program «Economics of Enterprise» for bachelors provides for the acquisition of higher education students' knowledge of the theoretical foundations of strategic planning, as well as the ability to apply the tools of strategic analysis and formation of enterprise strategies in practice.

The program of the discipline «Enterprise Strategy» is designed for applicants for higher education who have studied regional economics, business economics, management, marketing. The program provides a comprehensive application of the acquired competencies to solve applied problems in the formation of enterprise strategies.

The discipline «Enterprise Strategy» is interdisciplinary in nature, it provides training for higher education students to study the disciplines «Rationale for business decisions and risk assessment», «The potential and development of the enterprise», «Cost Management», as well as the development of relevant sections of the bachelor's thesis.

Keywords: strategy, strategic analysis, strategic management, enterprise, economy.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність (освітня програма), освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4,0	Галузь знань 05 – Соціальні та поведінкові науки	Обов'язкова	
Модулів – 3		Рік підготовки	
Змістових модулів – 3		4-й	4-й
Електронний адрес РНПД на сайті ХННІ НУК: http://www.kb.nuos.edu.ua/Licensing%20and%20accreditation%20specialties/business-economics-b.html	Спеціальність 051 – «Економіка» Освітня програма «Економіка підприємства»	Семестр	
Індивідуальне науково-дослідне завдання - немає		7-й	7-й
Загальна кількість годин - 120		Лекцій	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4;		30 год.	12 год.
самостійної роботи студента – 4.		Практичні, семінарські	
		30 год.	12 год.
		Лабораторні	
	Самостійна робота		
	60 год.	96 год.	
	Індивідуальні завдання: - год.		
	Вид контролю: екзамен		
	Форма контролю: комбінована		

2. Мета навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» є формування у здобувачів вищої освіти відповідно до освітньої програми таких компетентностей:

1) інтегральну компетентність:

- здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки;

2) загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;

ФК11. Здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію;

ФК12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення;

ФК13. Здатність проводити економічний аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, оцінку їх конкурентоспроможності;

ФК14. Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

3. Передумови для вивчення дисципліни

Передумовами для вивчення даної дисципліни є дисципліни: «Регіональна економіка», «Економіка підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг».

4. Очікувані результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти таких результатів навчання:

ПР5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).

ПР10. Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

ПР12. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.

ПР17. Виконувати міждисциплінарний аналіз соціально-економічних явищ і проблем в однієї або декількох професійних сферах з врахуванням ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

ПР21. Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб'єктів.

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Методологічний інструментарій формування стратегії.

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції.

Підприємство як відкрита система. Поняття стратегії. Визначення стратегії. Походження терміну «стратегія». Авторські визначення стратегії. Етапи розвитку підприємства у межах стратегічної моделі.

Класифікація стратегій. Підходи до опрацювання стратегії. Можливості стратегії. Принципи формування стратегічної моделі. Особливості стратегічних управлінських рішень.

Сутність стратегічних перетворень на підприємстві. Альтернативи інтенсивного зростання підприємства. Інфраструктурне забезпечення опрацювання стратегічної моделі.

Джерела інформації: [2, с. 8-15; 16, с. 12-18].

Тема 2. Місія та цілі підприємства.

Визначення місії підприємства. Образ і кредо. Чинники, що впливають на організаційну (корпоративну) культуру підприємства. Ешпрідська модель місії підприємства. Значення місії для підприємства. Основні аспекти, що мають відобразитися у місії підприємства. Положення про місію. Чинники, що впливають на формування місії підприємства.

Цілі підприємства. Класифікація цілей. Чинники, що враховуються при формуванні цілей підприємства. Характеристичні риси цілей підприємства. Вимоги до цілей. Встановлення цілей. Особливості відносин між цілями. Конфлікти цілей та можливості їх розв'язання.

Функції цілей. Етапи визначення цілей. Причини невідповідності цілей умовам ринку (за Д.Міллером і М. Старром). Ідентифікація та адаптація цілей. Система цілей («дерево цілей») підприємства. Носії інтересів, що мають вплив на формування цілей підприємства.

Джерела інформації: [2, с. 20-25; 7, с. 22-28; 17, с. 15-25].

Тема 3. Стратегічний контекст підприємства.

Прояви можливостей стратегії. Ознаки недостатньо обґрунтованої стратегії. Ключові характеристики стратегії. Індикатори стратегічних досягнень. Напрямки аналізу внутрішнього середовища економічної системи. Характерні можливі зміни економічної системи, що можуть бути закладеними у стратегічну модель. Чинники, що впливають на зміну організаційної структури підприємства. Проблеми формування організаційної культури підприємства.

Завдання управління реалізацією стратегії. Навчання персоналу. Альтернативна вартість та критерій Парето-ефективності у формуванні стратегічної моделі.

Опір змінам. Причини виникнення опору змінам. Чинники, що впливають на формування опору змінам. Боротьба з опором змінам.

Джерела інформації: [2, с. 26-31; 6, с. 30-35; 20, с. 32-41].

Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства.

Визначення, характеристика та структура зовнішнього середовища. Чинники, що зумовлюють складність дослідження зовнішнього середовища. Мікросередовище та макросередовище впливу зовнішнього оточення на підприємство.

Характеристика моделей зовнішнього середовища. Етапи проведення аналізу зовнішнього середовища. Схема проведення аналізу зовнішнього середовища.

Методи оцінки і прогнозування зовнішнього середовища. Сканування середовища, основні його напрямки. Інструментарій, що використовується для сканування. Моніторинг зовнішнього середовища. Прогнозування зовнішнього середовища.

Джерела інформації: [7, с. 42-58; 13, с. 52-59; 19, с. 28-41].

Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства.

Стратегічний аналіз як основа оцінки стратегічного потенціалу підприємства. Гарвардська модель стратегічного аналізу. Класифікація внутрішньовиробничих резервів підприємства. Принципи діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі.

Алгоритм діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі. Оцінка маркетингової позиції підприємства. Схема оцінки конкурентних позицій підприємства.

Класифікація складу ресурсів підприємства як економічної системи. Розбіжності між тактичним і стратегічним плануванням. Кроки, які необхідні у плануванні для досягнення стратегічних цілей підприємства.

Джерела інформації: [1, с. 71-75; 2, с. 65-72; 6, с. 75-85].

Змістовий модуль 2. Характеристика різновидів стратегії.

Тема 6. Стратегії бізнесу.

Завдання створення стратегічної бази підприємства. Чинники, що впливають на опрацювання стратегії бізнесу. Правила вибору стратегії за умов ризику за І. Ансоффом.

Характеристика найбільш розповсюджених стратегій бізнесу. Комбінована стратегія. Портфельна стратегія. Стратегія фокусування. Стратегія диференціації. Стратегія лідерства у зменшенні витрат. Стратегія конкурентних переваг. Стратегія захоплення ринку. Стратегія розвитку ринку. Стратегія розвитку продукту. Стратегія відторгнення. Стратегія ліквідації.

Визначення стратегії бізнесу (ділової стратегії) за А.А. Томпсоном і А.Дж.Стріклендом. Встановлення та зміцнення довготермінової конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку.

Джерела інформації: [3, с. 89-93; 7, с. 88-95; 16, с. 59-71].

Тема 7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства.

Поняття і визначення диверсифікації. Форми диверсифікації. Диверсифікація як інструмент використання переваг комбінування, проникнення у нові, найприбутковіші галузі, стабілізації господарської діяльності суб'єктів ринку.

Диверсифікація як організаційно-економічний чинник зростання

ефективності виробництва. Диверсифікація як сфера вкладення інвестицій та зменшення ступеня ризику. Спонукальні мотиви здійснення диверсифікації. Наукові гіпотези диверсифікації. Мотиви для обґрунтування необхідності диверсифікації. Джерела диверсифікаційних процесів.

Стратегія диверсифікації. Реалізація стратегії диверсифікації. Негативні наслідки диверсифікації. Основні чинники, що зумовлюють вибір стратегії диверсифікації. Різновиди стратегій диверсифікації. Аналіз рівня диверсифікації. Метод Р. Румельта. Виміри диверсифікації.

Джерела інформації: [2, с. 91-96; 4, с. 102-110; 11, с. 110-119].

Тема 8. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства.

Зовнішньоекономічна діяльність як одна з форм господарської діяльності підприємства. Стимули розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Створення спільних підприємств як прояв зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання. Цілі створення спільних підприємств. Створення спеціальних економічних зон. Види спеціальних економічних зон. Цілі вивезення капіталу за кордон. Основні переваги іноземного інвестування. Основні чинники, що враховуються при виході підприємства на зовнішній ринок.

Особливості міжнародних ринків. Аспекти, що визначають необхідність стратегій зовнішнього розвитку. Етапи процесу формування стратегії зовнішнього розвитку. Типи стратегій зовнішнього розвитку. Типи конкурентів на міжнародних ринках. Стратегічні альянси (союзи). Притулки прибутку. Критичні ринки.

Джерела інформації: [7, с. 112-125; 18, с. 123-129; 20, с. 111-119].

Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства.

Сутність корпоративної стратегії підприємства. Основні елементи, що формують корпоративну стратегію. Критерії механізму створення корпоративної стратегії. Агресивність стратегії. Завдання, що вирішуються у процесі опрацювання корпоративної стратегії.

Етапи опрацювання моделі корпоративної стратегії. Джерела інформації для опрацювання моделі корпоративної стратегії. Різновиди корпоративної стратегії. Дії, що застосовуються при опрацюванні корпоративної стратегії диверсифікованого підприємства.

Підходи до опрацювання корпоративної стратегії за М. Портером. Методи, що використовуються при опрацюванні моделі корпоративної стратегії. Теорія ігор, її значення для опрацювання моделі корпоративної стратегії. Рівновага за Нешем.

Стратегія обмеженого зростання. Стратегія зростання. Стратегія скорочення. Пряма інтеграція. Зворотна інтеграція. Горизонтальна інтеграція. Стратегія створення спільного підприємства – об'єднання з іншою компанією для проведення робіт за спеціальним проектом. Стратегія концентричної диверсифікації. Стратегія конгломеративної диверсифікації. Стратегія горизонтальної диверсифікації. Стратегія вузької спеціалізації.

Джерела інформації: [2, с. 141-152; 7, с. 156-171; 13, с. 165-175].

Тема 10. Матричні методи у формуванні корпоративної стратегії підприємства.

Критерії вибору стратегічних рішень. Етапи вибору стратегії. Матриця БКГ, її основні позиції щодо бізнесу. Вплив результатів вивчення бізнесу за матрицею БКГ на вибір стратегії. Багатофакторна матриця (модель) «Мак-Кінзі». Стратегічні альтернативи за матрицею «Мак-Кінзі». Правила вибору стратегічної позиції за матрицею «Мак-Кінзі». Модель 7S групи Мак-Кінзі. Модель Shell/DPM (матриця спрямованої політики). Модель Хофера-Шендела (Hofer/Schendel). Модель ADL/LC. Матриця «товар/ринок». Модель PIMS (Profit Impact of Market Strategies). Чинники привабливості та стратегічного стану бізнесу.

Характерні стратегії підприємства на стадії впровадження та зростання життєвого циклу товару. Основні стратегії підприємства для стадії зростання і зрілості товару. Стратегії підприємства на стадії насичення ринку певним товаром. Стратегії для стадії спаду життєвого циклу товару.

Сценарії, їх роль у формуванні стратегії підприємства. Сукупність методологічних прийомів для опрацювання сценарію. Послідовність опрацювання сценарію. Правила проектування сценаріїв.

Джерела інформації: [2, с. 161-172; 7, с. 171-175; 11, с. 162-172].

Змістовий модуль 3. Організаційні підходи до реалізації стратегії.

Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі.

Використання результатів діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі. Підвищення обґрунтованості визначення стратегічних альтернатив розвитку підприємства та виявлення можливостей впливу на зовнішнє оточення шляхом використання кількісної оцінки взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем.

Чинники, що обумовлюють складність проведення емпіричних досліджень зв'язку оточуючого середовища і стратегії підприємства.

Методичні підходи щодо формування раціональної основи визначення стратегічних альтернатив розвитку підприємства.

Ранжування стратегічних проблем підприємства. Утворення портфелів, об'єктивні причини їх існування. Критерії оцінки обраної стратегії. Корпоративна культура, її складові елементи.

Джерела інформації: [8, с. 182-189; 9, с. 155-166; 14, с. 1091-201].

Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії підприємства.

Можливості підприємства як економічної системи, аналіз стану її складових елементів.

Декомпонування цілей економічної системи за етапами і елементами діяльності. Системний аналіз, його роль у процесі декомпонування стратегії. Послідовність здійснення декомпонування стратегії підприємства.

Типи програм декомпонування стратегії підприємства. Взаємозв'язок між корпоративною та функціональними стратегіями підприємства. Методи здійснення декомпонування стратегії. Інтерполятивний характер декомпонування. Інформаційне забезпечення процесу декомпонування.

Контролінг як сучасна концепція управління підприємством. Види контролінгу. Показники для оцінки виконання стратегії підприємства. Корекційні дії за результатами контролінгу.

Джерела інформації: [2, с. 180-192; 7, с. 201-220; 17, с. 211-222].

Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії.

Сутність, економічний зміст, призначення та місце функціональних стратегій. Типи та взаємозв'язок функціональних стратегій.

Стратегія маркетингової діяльності. Стратегія інноваційної діяльності підприємства. Стратегія організації виробництва. Стратегія фінансового забезпечення підприємства. Стратегія екологічної рівноваги. Стратегія соціального розвитку підприємства.

Організація формування функціональних стратегій підприємства. Здійснення контролю за процесами реалізації функціональних стратегій.

Джерела інформації: [2, с. 193-202; 7, с. 199-220; 11, с. 201-223; 13, с. 225-236].

Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства.

Компоненти внутрішнього середовища. Сутність та значення аналізу внутрішнього стану підприємства. Основні показники, що використовуються при аналізі внутрішнього стану підприємства.

Аналіз організаційної структури підприємства. Аналіз функціональних галузей підприємства.

Методологічні концепції аналізу внутрішнього стану підприємства: етапи життєвого циклу продукції; крива досвіду; ефект від масштабу тощо.

Стратегічний баланс підприємства.

Джерела інформації: [1, с. 235-245; 7, с. 256-265; 11, с. 265-269; 18, с. 271-280].

Тема 15. Сучасний стан і перспективи розвитку стратегічного управління в Україні.

Сталий розвиток економіки. Концепція сталого розвитку суспільства. Гармонізація взаємодії людини і природи як шлях до створення екологічного суспільства.

Концепція стратегічного управління, характеристичні риси її застосування. Чинники, що впливають на формування системи стратегічного управління.

Цільовий підхід у стратегічному управлінні. Поняття гармонійного розвитку підприємства.

Основні сучасні напрями стратегічного управління. Основні принципи сучасного стратегічного управління.

Проблеми та переваги стратегічного управління. Функції вищого керівництва при опрацюванні моделі стратегічної поведінки підприємства.

Прогнозування, його функції. Основні методи прогнозування. Зміст стратегічного мислення. Стратегічно орієнтоване підприємство.

Джерела інформації: [9, с. 295-299; 10, с. 258-269; 16, с. 269-285].

Тематичний план навчальної дисципліни

Назва змістових модулів і тем дисципліни	Кількість годин							
	Денна форма навчання				Заочна форма навчання			
	Разом	у тому числі			Разом	у тому числі		
		Лекції	Практична робота	Самостійна робота		Лекції	Практична робота	Самостійна робота
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 1. Методологічний інструментарій формування стратегії								
Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції	8	2	2	4	8	2		6
Тема 2. Місія та цілі підприємства	8	2	2	4	7			7
Тема 3. Стратегічний контекст підприємства	8	2	2	4	9		2	7
Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства	8	2	2	4	8	2		6
Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	8	2	2	4	8		2	6
Разом за змістовим модулем 1	40	10	10	20	40	4	4	32
Змістовий модуль 2. Характеристика різновидів стратегії								
Тема 6. Стратегії бізнесу	8	2	2	4	8	2		6
Тема 7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства	8	2	2	4	7			7
Тема 8. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства	8	2	2	4	9		2	7
Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства	8	2	2	4	8	2		6
Тема 10. Матричні методи у формуванні корпоративної стратегії підприємства	8	2	2	4	8		2	6
Разом за змістовим модулем 2	40	10	10	20	40	4	4	32

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Змістовий модуль 3. Організаційні підходи до реалізації стратегії								
Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі	8	2	2	4	8	2		6
Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії підприємства	8	2	2	4	7			7
Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії	8	2	2	4	9		2	7
Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства	8	2	2	4	8	2		6
Тема 15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні	8	2	2	4	8		2	6
Разом за змістовим модулем 3	40	10	10	20	40	4	4	32
Усього годин	120	30	30	60	120	12	12	96

Примітка. Для студентів заочної форми навчання викладаються оглядові лекції за темами змістових модулів вобсягах відповідно до таблиці.

Теми практичних занять для студентів денної та заочної форм навчання наведені в табл. 2.

Таблиця 2

Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції.	2	2
2	Місія та цілі підприємства.	2	
3	Стратегічний контекст підприємства.	2	
4	Оцінювання зовнішнього середовища підприємства.	2	2
5	Аналіз стратегічного потенціалу підприємства.	2	
6	Стратегії бізнесу.	2	2
7	Стратегія диверсифікації діяльності підприємства.	2	
8	Стратегії зовнішнього розвитку підприємства.	2	
9	Корпоративна стратегія підприємства.	2	2
10	Матричні методи у формуванні корпоративної стратегії підприємства.	2	
11	Альтернативність у стратегічному виборі.	2	2
12	Декомпонування корпоративної стратегії підприємства.	2	
13	Загальна характеристика функціональної стратегії.	2	
14	Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства.	2	2
15	Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні.	2	
Разом		30	12

Самостійна робота

Розподіл годин самостійної роботи для студентів денної та заочної форм навчання наведені в табл. 3.

Таблиця 3

Розподіл годин самостійної роботи

№ з/п	Вид роботи	Норматив	Кількість годин	
			Денна форма	Заочна форма
1	2	3	4	5
1	Підготовка до лекцій	1 год. на 1 лекцію	15	12
2	Підготовка до практичних робіт	підготовка до практичних занять – 1-2 год/ 1 заняття	15	6

Продовження табл. 3

1	2	3	4	5
3	Підготовка до екзамену	підготовка до контрольних заходів – 15 (30) год. на 1 захід	15	15
4	Підготовка до поточного модульного контролю		15	-
5	Виконання контрольної роботи	мінімум 15 годин на 1 роботу	-	30
6	Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції.			2
7	Тема 2. Місія та цілі підприємства.			2
8	Тема 3. Стратегічний контекст підприємства.			2
9	Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства.			2
10	Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства.			2
11	Тема 6. Стратегії бізнесу.			2
12	Тема 7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства.			2
13	Тема 8. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства.			2
14	Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства.			2
15	Тема 10. Матричні методи у формуванні корпоративної стратегії підприємства.			2
16	Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі.			2
17	Тема 12. Декомпонування корпоративної стратегії підприємства.			2
18	Тема 13. Загальна характеристика функціональної стратегії.			3
19	Тема 14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства.			3
20	Тема 15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні.			3
Разом			60	96

Примітка. У дужках для заочної форми

6. Методи навчання, засоби діагностики результатів навчання та методи їх демонстрування

Методи навчання:

для всіх видів занять:

- робота з літературою – опрацювання різних видів джерел, спрямоване на формування нових знань, їх закріплення, вироблення вмінь і навичок та реалізацію контрольної-корекційної функції в умовах формальної освіти;

для лекційних занять:

- лекція – усний виклад навчального матеріалу, який характеризується великим обсягом, складністю логічних побудов, сконцентрованою розумових образів, доведень і узагальнень;
- відеометод – використання відеоматеріалів для активізації наочно-чуттєвого сприймання; забезпечує більш легке засвоєння знань в їх образно-понятійній цілісності та емоційній забарвленості;

для практичних занять:

- практична робота – метод поглиблення і закріплення теоретичних положень навчальної дисципліни та формування вмінь і навичок їх практичного застосування шляхом виконання відповідно сформульованих завдань.

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є:

- письмовий контроль результатів навчання;
- усні відповіді на практичних заняттях;
- поточні модульні контрольні роботи у формі тестування (тестовий контроль);
- екзамен.

7. Форми поточного та підсумкового контролю

Досягнення здобувача вищої освіти оцінюються за 100-бальною системою Університету.

Підсумкова оцінка навчального курсу включає в себе оцінки з поточного контролю і оцінки заключного іспиту.

Питома вага заключного іспиту в загальній системі оцінок – **40 балів**. Право здавати заключний іспит дається здобувачу вищої освіти, якій з урахуванням максимальних балів проміжних оцінок і заключного іспиту набирає не менше **60 балів**. Підсумкова оцінка навчального курсу є сумою проміжних оцінок і оцінки іспиту.

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час виконання завдань практичних робіт.

Зарахування кредитів навчального курсу можливо тільки після досягнення результатів, запланованих РПНД, що виражається в одній з позитивних оцінок, передбачених чинним законодавством.

Форми контролю результатів навчальної діяльності здобувачів вищої освіти та їх оцінювання

Практична робота

Бал	Критерії оцінювання
3	Робота виконана у встановлений термін. Здобувач вищої освіти самостійно визначає тип задачі і раціонально розв'язує її. Може розв'язувати комбіновані задачі. Звіт відповідає встановленим вимогам.
2	Робота виконана з порушенням встановлених термінів. Здобувач вищої освіти наводить потрібні формули. Розв'язує задачу користуючись алгоритмом. Складений звіт містить неточності у висновках та помилки
1	Здобувач вищої освіти складає скорочену умову задачі, робить обчислення лише за готовою формулою.
0	Здобувач вищої освіти не розв'язує задачі.

Поточний модульний контроль у формі тестування

Правильних відповідей, %	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10
Бал	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Узагальнюючі результати поточного контролю знань

Форма контролю	Максимальна кількість балів	
	Денна форма	Заочна форма
Виконання практичних робіт	10 роб. × 3 бали = 30 балів	10 роб. × 3 бали = 30 балів
Поточний модульний контроль	3 МКР × 10 балів = 30 балів	-
Виконання контрольних робіт	-	1 роб. × 30 балів = 30 балів
Всього	60	60

Контрольна робота (для заочної форми)

Бал	Критерії оцінювання
30	Робота виконана у встановлений термін. Матеріал викладено у достатньому обсязі, аргументовано і у правильній послідовності. Використані не тільки рекомендовані джерела інформації, а й новітні, самостійно знайдені у періодичних виданнях та в інтернет-ресурсах. Правильно сформульовані узагальнюючі висновки. Робота достатньо ілюстрована, оформлена акуратно, з дотриманням вимог до технічної документації. Під час захисту роботи здобувач вищої освіти вільно орієнтується в матеріалах.
20	Робота виконана у встановлений термін. Матеріал викладено у достатньому обсязі, логічно. Використані рекомендовані джерела інформації. Правильно сформульовані узагальнюючі висновки. Робота оформлена акуратно, з дотриманням вимог до технічної документації. Під час захисту роботи здобувач вищої освіти орієнтується в матеріалах, у відповідях є неточності.
10	Робота виконана з порушенням встановлених термінів. Матеріал викладено у правильній послідовності, але недостатньо повно. Недостатньо використані рекомендовані джерела інформації. Висновки сформульовані формально або не зв'язані з матеріалами роботи. В оформленні роботи є порушення вимог до технічної документації. Під час захисту роботи здобувач вищої освіти в цілому орієнтується в матеріалах, у відповідях є помилки та неточності.
5	Робота виконана з порушенням встановлених термінів. Матеріал викладено безсистемно, висновки сформульовані формально або відсутні. Робота оформлена неохайно, з порушенням вимог до технічної документації. Під час захисту роботи здобувач вищої освіти слабо орієнтується в матеріалах, у відповідях є помилки.
0	Роботу не виконано

Підсумковий контроль у формі іспиту

Підсумковий контроль складається з тестування (2 тестових завдання), відповіді на 2 контрольних питання, 2 практичні завдання.

Тестування

Правильних відповідей, %	100	90	80	70	60	50	40	30	20	10
Бал	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Відповідь (1 питання – 5 балів)

Бал	Критерії оцінювання
5	Здобувач вищої освіти вільно володіє матеріалом, дає вичерпну, повну відповідь на поставлені та додаткові питання за змістом навчальної дисципліни.
4	Здобувач вищої освіти орієнтується у матеріалі, дає не досить повну відповідь на поставлені та додаткові питання за змістом навчальної дисципліни.
3	Здобувач вищої освіти має уявлення про зміст питань, дає не досить повну відповідь на поставлені та додаткові питання за змістом навчальної дисципліни.
2	Здобувач вищої освіти має уявлення про зміст питань, дає нечіткі та неточні відповіді на поставлені та додаткові питання за змістом навчальної дисципліни.
1	Здобувач вищої освіти має уявлення про зміст питань, дає нечіткі та неточні відповіді на поставлені питання, але не дає відповіді на додаткові.
0	Здобувач вищої освіти не орієнтується у матеріалах питання, не може відповісти на додаткові питання за змістом навчальної дисципліни.

8. Критерії оцінювання результатів навчання

№ змістового модуля і теми	Денна форма		Заочна форма		
	Вид роботи	Кількість балів	Вид роботи	Кількість балів	
ЗМ 1	T2	Практична робота № 1	3	Практична робота № 1	3
	T3	Практична робота № 2	3	Практична робота № 2	3
	T4	Практична робота № 3	3	Практична робота № 3	3
	T5	Практична робота № 4	3	Практична робота № 4	3
ПМК		Тест № 1	10	-	-
ЗМ 2	T6	Практична робота № 5	3	Практична робота № 5	3
	T7	Практична робота № 6	3	Практична робота № 6	3
	T10	Практична робота № 7	3	Практична робота № 7	3
	T11	Практична робота № 8	3	Практична робота № 8	3
ПМК		Тест № 2	10	-	-
ЗМ 3	T12	Практична робота № 9	3	Практична робота № 9	3
	T14	Практична робота № 10	3	Практична робота № 10	3
	-	-	-	Контрольна робота	30
ПМК		Тест № 3	10	-	-
Підсумковий контроль		Іспит, в т.ч.	40	Іспит, в т.ч.	40
		Тестування	10	Тестування	10
		Відповідь	10	Відповідь	10
		Практичні завдання	20		20
	Сума			100	

9. Засоби навчання

Технічні засоби навчання: мультимедійний проектор, персональні комп'ютери з підключенням до мережі Інтернет.

При проведенні занять за дистанційною формою навчання використовуються дистанційні платформи й інформаційно-комунікаційні технології (Moodle, Google Classroom, DingTalk, ZOOM Cloud Meetings, Skype, Viber, WeChat, Telegram, соціальні мережі тощо).

10. Рекомендовані джерела інформації

Основна література

1. Балабанова Л.В., Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. К.: ВД «Професіонал». 2006. 448 с.
2. Березін О.В., Безпарточний М.Г. Стратегія підприємства [Текст]: навч. посіб. К. : Ліра-К. 2010. 222 с.
3. Богатирьова Л.Д. Стратегічний менеджмент [Текст]: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ, 2004. 384 с.
4. Гордієнко П.Л., Дідковська Л.Г., Яшкіна Н.В. Стратегічний аналіз. К.: Алерта. 2008. 478 с.
5. Господарський кодекс України. URL: www.rada.com.ua.
6. Іванов Ю.Б., Тищенко О.М., Чечетова-Терашвілі Т.М., Ревенко О.В. Стратегія підприємства [Текст] : підручник. Х. : ВД «ІНЖЕК». 2009. 560 с.
7. Ілляшенко С.М. Економічний ризик: навч. посіб. К.: КНЛ. 2004. 220 с.
8. Клівець П.Г. Стратегія підприємства [Текст]: навч. посіб. К. : «Академвидав». 2007. 320 с.
9. Ковтун І.О. Стратегія підприємства [Текст]: підручник. Львів: «Новий Світ-2000». 2009. 680 с.
10. Ковтун І.О. Стратегія підприємства: практикум [Текст]: навч. посіб. Львів: «Новий Світ-2000». 2009. 308 с.
11. Конституція України. Українська правнича фундація, 1996. 39 с.
12. Петренко С.Н. Контролінг. К.: Ника-Центр, Эльга. 2003. 328 с.
13. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства [Текст]: підручник / М.Г. Саєнко. Тернопіль: «Економічна думка». 2006. 390 с.
14. Соболев Ю.В., Дикань Л.В., Дейнека А.Г., Позднякова Л.А. Стратегія підприємства и стратегический менеджмент [Текст] : учеб. пособ. / Харьков: Олант, 2002. 416 с.
15. Сумець О.М. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека [Текст] : навч. посіб. К. : «Хай-Тек Прес». 2008. 400 с.
16. Штангрет А.М., Копилук О.І. Антикризове управління підприємством: навч. посібн. К.: Знання. 2007. 335 с.

Допоміжна література

17. Аванесова Н.Е., Марченко О.В. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом : теоретико-методичні засади : монографія. Харків: Щедра садиба плюс, 2015. 195 с.
18. Азарян О.М. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємств машинобудування : монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. 218 с.
19. Вишиванюк М.В. Стратегічне державне управління розвитком регіонів України : концептуальні положення, методологічні підходи, практика застосування: монографія. Донецьк : Юго-Восток, 2012. 434 с.

20. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання. К.: КНЕУ, 2000. 360 с.

21. Герасимчук З.В., Середа О.В. Стратегічне управління сталим розвитком міст: теорія, методологія, практика: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2014. 274 с.

22. Гончаров В.М., Макаренко Н. В. Формування стратегії управління розвитком промислового підприємства на основі показників ефективності: монографія. Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2007. 136 с.

Інформаційні ресурси в Інтернет

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

2. Case Україна. Періодичні видання, економічний огляд. – Режим доступу: <case-ukraine.com.ua>.

3. Головний економічний журнал України. – Режим доступу: <economist.net.ua>.

4. Європейський вибір України. – Режим доступу: <www.minyust.gov.ua>.

5. Сайт журналу «Бізнес Інформ». – Режим доступу: <www.businessinform.net>.

6. Сайт журналу «Проблеми економіки». – Режим доступу: <www.problecon.com>.

7. Сайт журналу «Економіка розвитку». – Режим доступу: <www.ed.ksue.edu.ua>.

8. Сайт журналу «Економічна теорія». – Режим доступу: <<http://www.etet.org.ua>>.

9. Сайт журналу «Актуальні проблеми економіки». – Режим доступу: <eco-science.net>.

10. Офіційні видання Верховної Ради України. – Режим доступу: <obcom.net.ua>.

11. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського – Режим доступу: <www.nbuv.gov.ua>.

12. Офіційний сайт Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова. – Режим доступу: <<http://nuos.edu.ua>>.

36. Офіційний сайт Харківської державної наукової бібліотеки імені В. Г. Короленка. – Режим доступу: <korolenko.kharkov.com>.

14. Офіційний сайт Національної парламентської бібліотеки України. – Режим доступу: <nplu.org>.

15. Офіційний сайт Львівської наукової бібліотеки ім. Василя Стефаника НАН України. – Режим доступу: <www.lsl.lviv.ua>.

16. Офіційний сайт Одеської державної наукової бібліотеки ім. М. Горького – Режим доступу: <odnb.odessa.ua>.

Розробник:
д.е.н., професор



А.В. Руснак

Питання для модульного контролю знань

Контрольні питання до 1-го модуля

1. Основні завдання підприємства як відкритої економічної системи.
2. Поняття і зміст категорії «стратегія».
3. Еволюція категорії «стратегія».
4. Класифікація стратегій.
5. Підходи до опрацювання стратегії.
6. Принципи формування стратегічної моделі.
7. Походження терміну «стратегія».
8. Концепції стратегії.
9. Методологічні основи курсу.
10. Поняття місії підприємства.
11. Чинники, що впливають на формування місії підприємства.
12. Характеристика цілей підприємства.
13. Класифікація цілей.
14. Відображення місії та цілей у моделі стратегічної поведінки підприємства на ринку.
15. Місія як концепція існування підприємства на ринку.
16. Цілі, вимоги до них.
17. Особливості відносин між цілями.
18. Аналіз внутрішнього середовища підприємства.
19. Вплив корпоративної культури на стратегію підприємства.
20. Стратегія і структура управління на підприємстві.
21. Характеристика внутрішнього середовища підприємства.
22. Методологічні підходи до аналізу внутрішнього середовища підприємства.
23. Роль корпоративної культури у формуванні стратегічної моделі підприємства.
24. Структурні компоненти зовнішнього середовища.
25. Характеристика чинників мікро- та макросередовища.
26. Відстежування впливу чинників середовища на підприємство.
27. Поняття зовнішнього середовища підприємства.
28. Сканування зовнішнього середовища.
29. Кількісна оцінка впливу зовнішнього середовища на підприємство.
30. Характеристика сильних та слабких сторін підприємства.
31. Аналіз позицій підприємства у конкурентній боротьбі.
32. Рівень системи менеджменту.
33. Оцінка стратегічного потенціалу підприємства.
34. Діагностика стану підприємства у конкурентному середовищі.
35. Оцінка відповідності системи менеджменту стратегічним цілям.

Контрольні питання до 2-го модуля

1. Класифікація стратегій.
2. Стратегія однобізнесового підприємства.
3. Стратегія багатобізнесового підприємства.
4. Проблеми створення стратегічної бази підприємства.
5. Чинники, що впливають на опрацювання стратегії бізнесу.
6. Характеристика стратегій одно- та багатобізнесового підприємства.
7. Сутність і зміст диверсифікаційних процесів.
8. Методологія диверсифікації діяльності підприємства.
9. Принципи диверсифікації.
10. Чинники, що зумовлюють вибір стратегії диверсифікації.
11. Аналіз рівня диверсифікації.
12. Форми диверсифікації діяльності підприємства.
13. Напрямки зовнішнього розвитку підприємства.
14. Зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
15. Резерви зовнішнього розвитку.
16. Характеристика змісту зовнішнього розвитку підприємства.
17. Стимули розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
18. Притулки прибутку та критичні ринки.
19. Сутність корпоративної стратегії.
20. Методи опрацювання корпоративної стратегії.
21. Організаційні чинники реалізації стратегії.
22. Чинники досягнення стратегічних цілей підприємства.
23. Опір змінам, організація боротьби з ним.
24. Механізм розвитку організаційної культури.
25. Критерії вибору с стратегічних рішень.
26. Етапи вибору стратегії.
27. Характеристика окремих моделей стратегії.
28. Чинники привабливості ринку.
29. Стадії життєвого циклу підприємства і моделі стратегії.
30. Сценарії, методологія їх опрацювання.
31. Метод БКГ.
32. Метод «мозкової атаки».
33. Метод Дельфі.

Контрольні питання до 3-го модуля

1. Механізм комплексного стратегічного планування.
2. Можливості стратегічного розвитку підприємства.
3. Критерії альтернативного відбору стратегії.
4. Стратегія як найвища форма планової діяльності підприємства.
5. Ранжування стратегічних проблем підприємства.
6. Критерії оцінки обраної стратегії.
7. Сутність декомпонування.

8. Призначення функціональних стратегій.
9. Методи декомпонування стратегій підприємства.
10. Механізм декомпонування стратегії, його елементи.
11. Роль менеджерів у процесі декомпонування стратегії.
12. Контроль за здійсненням декомпонування стратегії підприємства.
13. Місце функціональних стратегій у системі планів підприємства.
14. Межі функцій та сфер інтересів виконавців.
15. Організація формування функціональних стратегій.
16. Типи та взаємозв'язок між функціональними стратегіями.
17. Чинники, що впливають на формування функціональних стратегій.
18. Контроль за реалізацією функціональних стратегій.
19. Сутність та значення аналізу внутрішнього стану підприємства.
20. Показники, що використовуються при аналізі внутрішнього стану підприємства.
21. Зміст стратегічного балансу підприємства.
22. Методика аналізу організаційної структури підприємства.
23. Оцінка маркетингових позицій підприємства.
24. Схема оцінки конкурентних позицій підприємства.
25. Концепція сталого розвитку суспільства.
26. Характерні риси застосування концепції стратегічного управління.
27. Цільовий підхід у стратегічному управлінні.
28. Проблеми стратегічного управління.
29. Переваги стратегічного управління.
30. Стратегічне мислення менеджерів.
31. Характеристика сучасного стану національної економіки.
32. Роль держави у розвитку ринкових процесів.
33. Правове забезпечення стратегічних змін.