

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Львівський національний університет імені Івана Франка**  
Кафедра економічної теорії

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

В.о. декана факультету

\_\_\_\_\_ доц. Михайлишин Р.В.

\_\_\_\_\_ 2022 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**“СТРАТЕГІЇ БІЗНЕСУ ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ”,**

спеціальність  
спеціалізація  
факультет

051 “Економіка”  
“Бізнес-економіка”  
економічний

2022–2023 навчальний рік

Робоча програма навчальної дисципліни “Стратегії бізнесу та економіки” для студентів спеціальності 051 “Економіка” (спеціалізації “Бізнес-економіка”)

Розробник: .к.е.н., доцент кафедри економічної теорії ЛНУ ім. І.Франка  
**Кудин Соломія Ігорівна**

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економічної теорії

Протокол № \_\_\_\_ від. “ \_\_\_\_ ” серпня 2022 р.

Завідувач кафедрою економічної теорії

\_\_\_\_\_ (проф. Островерх П.І.)  
(підпис)      прізвище та ініціали  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ р

Ухвалено Вченою радою економічного факультету

Львівського національного університету імені Івана Франка

Протокол від серпня 2022 р. №

© Кудин С.І., 2022  
© Львівський національний  
університет імені Івана Франка,  
2022

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів, – 3	Спеціальність 051 «Економіка» (шифр, назва)	Нормативна	
Модулів – 1	Спеціалізація «Бізнес економіка» (шифр, назва)	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2	Спеціальність (професійне спрямування)	1-й	-й
Курсова робота		<i>Семестр</i>	
Загальна кількість годин - 120		2-й	-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 5,5	Освітньо-кваліфікаційний рівень: магістр	<i>Лекції</i>	
		16 год.	год.
		<i>Практичні, семінарські</i>	
		16 год.	год.
		<i>Лабораторні</i>	
		год.	год.
		<i>Самостійна робота</i>	
		88 год.	год.
ІНДЗ:			
Вид контролю: екзамен			

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить 27 % до 73 %.

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Метою викладання** навчальної дисципліни є формування цілісного розуміння сутності й сфери стратегічного планування, змісту бізнес середовища та його впливу на стратегічну діяльність підприємства; в процесі вивчення курсу студенти теоретично обґрунтовують та практично оцінюють основні бізнес стратегії загалом, та цінову функціональну стратегію зокрема.

**Основними завданнями** вивчення дисципліни є розвиток здатності до стратегічного аналізу і проектування стратегій підприємства. Оволодіння навиками формулювання місії підприємства та постановки цілей. Визначення конкурентної позиції компанії на ринку та оцінка чинників зовнішнього середовища.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

**знати:**

- основні цілі фірми в ринковій економічній системі та способи їх досягнення;
- місце і роль стратегічного управління в структурі фірми;
- сукупність та особливості конкурентних стратегій;
- особливості бізнес моделей в інтернет-економіці;
- основні стратегії ціноутворення, процедури прийняття рішень щодо визначення ціни, особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні;

**вміти:**

- аналізувати хід процесів у ринковій економіці, пов'язаних з виробництвом та споживанням товарів;
- прогнозувати негативні та позитивні наслідки впливу прийнятих рішень на діяльність підприємства;
- розрізняти види стратегічних завдань в процесі діяльності підприємств;
- аналізувати, оцінювати і співставляти різні стратегії ціноутворення залежно від ринкової ситуації; застосовувати здобуті знання в аналізі прикладних проблем.

### Загальні компетентності (ЗК):

<b>ЗК 1</b>	Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
<b>ЗК 2</b>	Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу

### Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)

<b>СК 1</b>	Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень.
<b>СК 6</b>	Здатність формулювати професійні задачі в сфері економіки та розв'язувати їх, обираючи належні напрями і відповідні методи для їх розв'язання, беручи до уваги наявні ресурси.
<b>СК 7</b>	Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання

### Спеціальні компетентності спеціалізації (СКС)

<b>СКС 4</b>	Здатність обирати ефективні стратегії фірм на місцевих та глобальних ринках та здійснювати диференціацію цінової політики з урахуванням чинників внутрішнього і зовнішнього середовища.
--------------	---

### Програмні результати навчання ПРН

<b>ПРН 1</b>	Формулювати, аналізувати та синтезувати рішення науково-практичних проблем
<b>ПРН 4</b>	Розробляти соціально-економічні проекти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням їх цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків,

	ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень
<b>ПРН 9</b>	Приймати ефективні рішення за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.
<b>ПРН 12</b>	Обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики.
<b>ПРН 19</b>	Обґрунтовувати місію, цілі та стратегію розвитку бізнесу, реалізовувати конкурентні переваги фірми в різних сегментах національного та глобального ринку

### **3. Програма навчальної дисципліни**

#### **Змістовий модуль 1 Основні види стратегій бізнесу**

##### **Тема 1 Суть та види стратегій підприємства**

Суть стратегії підприємства. Еволюція поняття стратегії. Етапи розвитку підприємства у межах стратегічної моделі. Класифікація стратегій. Суть стратегії за Мінцбергом. Принципи формування стратегічної моделі. Особливості стратегічних управлінських рішень, що покладаються в основу опрацювання моделі стратегії та її практичної реалізації. Приклади еталонних стратегій бізнесу.

##### **Тема 2 Місія та цілі підприємства**

Визначення місії підприємства та її призначення. Корпоративна культура, чинники, що на неї впливають. Значення місії для підприємства та ключові компоненти місії. Приклади формулювання місії одногалузевих компаній.

Визначення цілей підприємства. Класифікація цілей підприємства. Чинники, що враховуються при формуванні цілей. Характерні риси цілей підприємства. Процес визначення цілей. “Дерево цілей”, вимоги до його побудови. Технологія S.M.A.R.T. для постановки цілей.

##### **Тема 3 Вибір напрямку розвитку компанії**

Піраміда розробки стратегії. Різниця між стратегічними рівнями диференційованої та вузькоспеціалізованої компанії.

Сутність бізнес-стратегії та основні її компоненти. Розробка заходів, спрямованих на посилення конкурентоспроможності та збереження конкурентних переваг; Формування механізму реагування на зовнішні зміни; Об'єднання стратегічних дій основних функціональних підрозділів; Зусилля по вирішенню специфічних питань та проблем компанії.

Види конкурентних стратегій. Атакуючі стратегії та поведінка послідовників.

Сутність та види функціональної стратегії підприємства

##### **Тема 4 Бізнес-моделі та стратегії інтернет-економіки**

Бізнес-моделі як форми взаємодії учасників ринку та їх види.

Електронна комерція та особливості її впровадження. Особливості взаємодії економічних суб'єктів в сучасних умовах при впровадженні електронної комерції.

Зміни підходів до стратегічного управління в умовах інтернет-економіки.

#### **Змістовий модуль 2 Особливості функціональної стратегії ціноутворення**

##### **Тема 5 Формування цінової політики підприємства**

Цінова політика та її роль в сучасній економіці: зміна ролі цінової політики в сучасній економіці; крива досвіду, Трикутник цін.

Основні принципи та цілі формування цінової політики підприємства: цінові рішення та їхні наслідки для підприємства; цілі цінової політики; ціноутворення на різних типах ринків.

Ціноутворення за різних видів цінової політики: преміальна та заохочувальна цінова політика; політика виснажливих та проникаючих цін; політика в умовах вертикального та горизонтального розподілу ринку.

Ціноутворення на різних етапах життєвого циклу товару: встановлення ціни на новий продукт; особливості ціноутворення у фазі зростання; етап зрілості та спаду товару у ціновій політиці підприємства.

### **Тема 6 Маркетингові стратегії ціноутворення**

Загальна характеристика цінових стратегій: стратегічні пріоритети фірми при встановленні ціни; система подвійного ціноутворення.

Варіанти цінових стратегій: гнучкі цінові стратегії; цінові стратегії для нових товарів; цінова стратегія для гамми товарів.

Ціноутворення в міжнародному маркетингу: трансфертні ціни; види цінових стратегій на зовнішньому ринку.

Попередня оцінка цінових стратегій підприємства: основні елементи та етапи процесу розробки цінової стратегії;

### **Тема 7. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні**

Суть та основні поняття дослідження ринкової кон'юнктури: характерні риси та чинники формування ринкової кон'юнктури; підходи до проведення маркетингових досліджень; основні напрямки вивчення ринку.

Показники оцінки ринкової кон'юнктури: показники виробництва та внутрішнього товарообігу в країні; показники зовнішньої торгівлі та кредитно-грошової сфери.

Формування ціни на продукцію з урахуванням кон'юнктурних особливостей ринку: основні етапи процесу прогнозування кон'юнктури ринку; уточнення цін з урахуванням умов реальної ринкової ситуації

### **Тема 8. Ціноутворення брендів**

Необхідність стратегії управління марочними активами: суть та значення торговельної марки; марочний капітал та управління ним.

Принципи ціноутворення марочних товарів: чинники лояльності до торговельних марок; цінова премія бренду.

## **4. Структура навчальної дисципліни**

Назви тем змістових модулів	Кількість годин (денна)			
	лекції	практичні заняття	самост. та інд.робота	разом
1	2	3	4	5
<b>Змістовий модуль 1 Основні види стратегій бізнесу</b>				

Тема 1 Суть та види стратегій підприємства	2	2	11	15
Тема 2 Місія та цілі підприємства	2	2	11	15
Тема 3 Вибір напрямку розвитку компанії	2	2	11	15
Тема 4 Бізнес-моделі та стратегії інтернет-економіки	2	2	11	15
<b>Разом – зм. модуль1</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>44</b>	<b>60</b>
<b>Змістовий модуль 2 Особливості функціональної стратегії ціноутворення</b>				
Тема 5 Формування цінової політики підприємства	2	2	11	15
Тема 6 Маркетингові стратегії ціноутворення	2	2	11	15
Тема 7. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні	2	2	11	15
Тема 8. Ціноутворення брендів	2	2	11	15
<b>Разом – зм. модуль2</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>44</b>	<b>60</b>
<b>Усього годин:</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>88</b>	<b>120</b>

### **5. Темі семінарських занять**

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1 Суть та види стратегій підприємства	2
2	Тема 2 Місія та цілі підприємства	2
3	Тема 3 Вибір напрямку розвитку компанії	2
4	Тема 4 Бізнес-моделі та стратегії інтернет-економіки	2
5	Тема 5 Формування цінової політики підприємства	2
6	Тема 6 Маркетингові стратегії ціноутворення	2
7	Тема 7. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні	2
8	Тема 8. Ціноутворення брендів	2
	Разом	16

### **6. Самостійна робота**

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1 Суть та види стратегій підприємства	11
2	Тема 2 Місія та цілі підприємства	11
3	Тема 3 Вибір напрямку розвитку компанії	11
4	Тема 4 Бізнес-моделі та стратегії інтернет-економіки	11
5	Тема 5 Формування цінової політики підприємства	11

6	Тема 6 Маркетингові стратегії ціноутворення	11
7	Тема 7. Особливості дослідження ринкової кон'юнктури у ціноутворенні	11
8	Тема 8. Ціноутворення брендів	11
	Разом	88

### 7. Методи навчання

Основними методами навчання, що використовуються у процесі викладання навчальної дисципліни “Бізнес-економіка”, є:

- метод передачі і сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (лекції, презентації);
- метод практичного засвоєння курсу шляхом обговорення теоретичного матеріалу, дискусій та роботи в невеликих групах, розв'язання тестових завдань (практичні заняття);
- метод поточного контролю у формі усного опитування та періодичного складання тестів за тематикою лекційних та практичних занять;
- метод самостійного засвоєння студентами навчального матеріалу у формі опрацювання рекомендованих літературних джерел та ресурсів мережі Інтернет, підготовки до практичних занять і різних видів контролю, виконання завдань для самоконтролю задля конкретизації та поглиблення базових знань, формування необхідних умінь і практичних навичок (самостійна робота);
- методи усного та письмового контролю (практичні заняття і завдання для самоконтролю).

### 8. Методи контролю

Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали розподіляються таким чином:

- практичні заняття (усне опитування, робота під час практичних та семінарських занять, участь в обговоренні та дискусії): 20% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 20;
- контрольні тестування: 30% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 30;
- іспит: 50% семестрової оцінки, максимальна кількість балів – 50.

Підсумкова максимальна кількість балів – 100.

**Академічна доброчесність:** очікується, що контрольні роботи студентів будуть виконані ними особисто, без використання навчальної літератури, інших джерел інформації та взаємного консультування. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій чи контрольній роботі студента є підставою для її не зарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.



**Відвідання занять** є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів письмових робіт, передбачених курсом.

**Література.** Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

**Політика виставлення балів.** Враховуються бали набрані під час практичних (семінарських) занять, контрольних тестувань, за виконання самостійної роботи та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичних занять; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання тощо.

**Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.**

## 9. Розподіл балів, що присвоюється студентам

Модуль 1		Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2		100
Робота на семінарських заняттях (Т1-4) 15 балів (с/б * 3)	Робота на семінарських заняттях (Т5-8) 15 балів		
Модульна контрольна робота 10 балів	Модульна контрольна робота 10 балів	50 балів	

T1, T2 ... T8 – теми змістових модулів

**Таблиця 2**

**Шкала оцінювання: Університету, національна та ECTS**

Оцінка в балах	Оцінка ECTS	Визначення	За національною шкалою
			Екзаменаційна оцінка
90 – 100	A	<i>Відмінно</i>	<i>Відмінно</i>
81-89	B	<i>Дуже добре</i>	<i>Добре</i>
71-80	C	<i>Добре</i>	
61-70	D	<i>Задовільно</i>	<i>Задовільно</i>

51-60	<b>Е</b>	<i>Достатньо</i>	<i>Задовільно</i>
0-50	<b>FX</b>	<i>Незадовільно</i>	<i>Незадовільно</i>

### **10. Методичне забезпечення**

Методичне забезпечення навчальної дисципліни “Державне регулювання економіки” включає:

- 1) опорний конспект лекцій на паперовому носії;
- 2) опорний конспект лекцій на електронному носії;
- 3) друкований роздатковий матеріал;
- 4) тестові завдання;
- 5) освітньо-професійну програму підготовки магістра «Бізнес економіка», за спеціальністю 051 Економіка, галузь знань 07 Соціальні та поведінкові науки.

### **11. Рекомендована література**

#### **Основна**

1. Горелов Д.О., Большенко С.Ф. Стратегія підприємства- Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. - 133 с.
2. Дикань В.Л., Зубенко В.О., Маковоз О.В., Токмакова І.В., Шраменко О.В. Стратегічне управління: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 272 с.
3. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління. Навч. посіб. 2ге вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. 440 с.
4. Ковтун О. І. Стратегія підприємства: підручник. Вид. 2-ге, оновл. і допов. Львів : Новий Світ – 2000, 2014. 426 с.
5. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 400 с.
6. Сак Т. В. Стратегія бізнесу : методичні вказівки до практичних робіт. Луцьк: СНУ імені Лесі Українки, 2019. 80 с
7. Шершньова З. Є. Стратегічне управління — Підручник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.

#### **Додаткова**

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Стратегічний маркетинг. [текст]:підручн./– К.: Центр учбової літератури, 2012. – 612 с.
2. Верлока В. С., Коноваленко М. К., Сиволовська О. В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / Українська держ. академія залізничного транспорту. — Х. : УкрДАЗТ, 2007. — 289с.
3. Дугіна С.І. Маркетингова цінова політика. Навчальний посібник. – К.:КНЕУ, 2005. – 393 с.
4. Корінев В.Л., Корецький М.Х., Дацій О.І. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 200 с.

5. Кусумано Майкл А. Стратегії геніїв. П'ять найважливіших уроків від Білла Гейтса, Енді Гроувата Стіва Джобса. [пер. з англ. С. Новікової]. 4-те вид. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2020. 256 с.

6. Рокоча В., Одягайло Б., Терехов В. Бізнес-стратегії європейських компаній : навч. посіб. К:ВНЗ "Ун-т економіки та права "КРОК", 2018. 310 с.