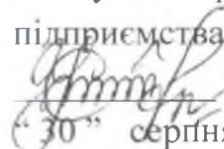


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Львівський національний університет імені Івана Франка**  
**Кафедра економіки підприємства**

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

Завідувач кафедри економіки  
підприємства

 проф. Світлана УРБА  
"30" серпня 2022 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Стратегічне управління бізнесом**

(шифр і назва навчальної дисципліни)

освітній рівень другий «магістерський» рівень

галузь знань 07 "Управління та адміністрування"

(шифр і назва галузі знань)

спеціальність 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність"

(шифр і назва напрямку підготовки)

освітня програма Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

факультет Економічний

(назва факультету)

**2022 – 2023 навчальний рік**

Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» для студентів галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Розробник: **Залога Зіновія Михайлівна**, доцент кафедри економіки підприємства, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки підприємства  
Протокол від “30” серпня 2022 р. № 1

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань <u>07 «Управління та адміністрування»</u> (шифр, назва)	Нормативна	
Модулів – 2	Спеціальність <u>076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»</u> (шифр, назва)	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2	Освітня програма <u>«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»</u>	1-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання		Семестр	
Загальна кількість годин - 150		1-й	1-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 6	Освітній рівень:  другий (магістерський)	32 год.	12 год.
		Практичні, семінарські	
		16 год.	8 год.
		Самостійна робота	
		102 год.	130 год.
		Індивідуальні завдання: год.	
Вид контролю: іспит			

## ***2. Мета та завдання навчальної дисципліни***

Метою викладання дисципліни “Стратегічне управління бізнесом” є набуття студентами навиків системного аналізу, формування системи стратегічного управління бізнесом, дослідження ринку і прогнозування кроків конкурентів.

Основні завдання дисципліни полягають у наступному:

- забезпечення теоретичних знань методології і методики розробки стратегії фірми;
- вивчення особливостей вітчизняного та зарубіжного досвіду вибору та реалізації стратегії;
- формування системи практичних і теоретичних знань з проведення аналізу галузі та рівня конкуренції в ній, обґрунтування оптимальних варіантів стратегії розвитку бізнесу та розробка альтернативних планів з використанням сучасного інструментарію стратегічного аналізу;
- набуття навиків самостійного, творчого використання теоретичних знань у практичній діяльності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» у студента мають бути сформовані такі компетентності:

### **загальні:**

- здатність до адаптації та дії у новій ситуації;
- вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми;

### **спеціальні:**

- здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур;
- здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності;
- здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.

У результаті вивчення дисципліни студент повинен:

**Знати:**

- суть та структуру стратегічного управління бізнесом;
- етапи розвитку і особливості стратегічного управління;
- поняття та види конкурентних переваг;
- детальний аналіз зовнішнього середовища: макро- і мікросередовища;
- конкурентні сили, що діють у галузі та міру їх впливу;
- суть аналізу внутрішнього потенціалу фірми;
- поняття місії, цілей і стратегічного бачення;
- процес формування стратегії фірми;
- поняття, основні складові продукту і стратегії на окремих фазах життєвого циклу продукту;
- поняття корпоративної культури як фактора реалізації стратегії фірми;
- основні завдання лідера та роль стратегічного лідерства у реалізації стратегії;
- види конкурентних стратегій, які формують конкурентні переваги фірми та її продукції;
- роль і місце людини в системі стратегічного управління;
- підходи до формування взаємодії людини і організаційного оточення.

**Вміти:**

- аналізувати управлінські процеси в структурі стратегічного управління;
- аналізувати зовнішнє середовище та вплив конкурентних сил на фірму в галузі;
- оцінювати основні складові внутрішнього середовища;
- формувати місію та визначати цілі фірми;
- розробляти стратегію фірми на різних ієрархічних рівнях;
- аналізувати організаційну структуру як об'єкт стратегічних змін;
- аналізувати концепцію продукту у стратегічному управлінні;
- обґрунтувати стратегії конкуренції;
- формувати стратегію використання людського потенціалу;

- аналізувати процес формування стратегії фірми як основної складової стратегічного управління;

- оцінювати вплив стратегічного лідерства як фактора реалізації стратегії;

- визначати стратегії створення нового продукту;

- формувати стратегії низьких витрат та диференціації;

- розробляти наступальні стратегії;

- використовувати оборонні стратегії для захисту конкурентних переваг;

- аналізувати процес взаємодії людини і організації;

- оцінювати систему показників стратегічного контролю виконання стратегії фірми;

- аналізувати вплив особистості на формування системи стратегічного управління.

Викладання дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» повинно забезпечити такі програмні результати навчання:

- визначати, аналізувати проблеми підприємництва, торгівлі та біржової діяльності і розробляти заходи щодо їх вирішення;

- вміти розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети;

- вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність;

- визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності;

- розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької, торгівельної та біржової діяльності.

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

#### **Змістовий модуль 1**

#### **Стратегічне управління бізнесом: суть та структура**

##### **Тема 1. Загальна характеристика стратегічного управління.**

Суть стратегічного управління. Етапи розвитку стратегічного управління та основні підходи до визначення поняття. Порівняння оперативного і стратегічного управління.

Конкурентні переваги. Поняття та види конкурентних переваг. Стратегії створення конкурентних переваг.

Особливості стратегічного управління.

Зміст та структура стратегічного управління. П'ять взаємопов'язаних управлінських процесів.

##### **Тема 2. Аналіз зовнішнього середовища та впливу конкурентних сил.**

###### **Внутрішнє середовище.**

Аналіз макросередовища. Економічна складова. Політична та правова складова. Соціальна компонента. Технологічна компонента. Підхід до вивчення складових макросередовища.

Аналіз мікросередовища. Покупці. Постачальники. Конкуренти. Ринок трудових ресурсів.

Конкурентні сили, що діють у галузі, та міра їх впливу. Модель п'яти конкурентних сил М. Портера.

Аналіз внутрішнього середовища. Кадри. Організаційний аспект. Виробництво. Маркетинг. Фінанси. Аналіз сильних та слабких сторін фірми.

##### **Тема 3. Формування місії та визначення цілей фірми.**

Поняття місії. Носії інтересів. Фактори визначення місії. Мета формування місії.

Цілі підприємства. Поняття та види цілей. Напрями встановлення цілей.  
Ієрархія цілей. Цілі зростання. Вимоги до цілей.

Визначення цілей. Фази встановлення цілей. Способи встановлення цілей.  
Форми прийняття рішень.

Фінансові та стратегічні цілі.

#### **Тема 4. Процес формування стратегії.**

Поняття стратегії. Роль стратегії в діяльності фірми.

Розвиток стратегічного бачення.

Елементи стратегії: корпоративна місія, конкурентні переваги, організація бізнесу, продукція, ринки, ресурси, структурні зміни, програми розвитку, культура і компетентність управління.

Створення стратегії.

Аналіз стратегії: ідеологічна основа, зовнішня ефективність, внутрішня ефективність, стратегічне лідерство.

Розробка стратегій. Побудова стратегічної піраміди: корпоративна стратегія, ділова стратегія, функціональна та операційні стратегії.

#### **Тема 5. Реалізація та контроль стратегії фірми.**

Основні завдання виконання стратегії. Функції вищого керівництва.  
Стратегічні наміри.

Організаційна структура як об'єкт стратегічних змін: типи організаційних структур; фактори вибору організаційної структури; особливості окремих типів структур.

Організаційна культура. Поняття та фактори, які впливають на організаційну структуру.

Стратегічні зміни на фірмі. Стили проведення змін. Формування і мобілізація ресурсів.

Стратегічний контроль. Визначення показників. Система виміру параметрів. Порівняння і оцінка результатів. Проведення коректування.



## **Змістовий модуль 2**

### ***Формування стратегії – основна складова стратегічного управління. Види стратегій.***

#### **Тема 6. Концепція продукту у стратегічному управлінні.**

Поняття продукту. Фактори, що визначають розуміння продукту.

Еволюція поглядів на продукт.

Основні складові продукту: функціональні властивості і якості; марка; імідж; гарантії.

Стратегії продукту на окремих фазах його життєвого циклу.

Стратегії створення нового продукту. Підходи до створення. Етапи створення нового продукту.

#### **Тема 7. Стратегії створення конкурентних переваг. Стратегії конкуренції.**

Класичний підхід до формування стратегії конкуренції.

П'ять загальних стратегій конкуренції.

Стратегія низьких витрат.

Стратегія диференціації.

Стратегія найкращої вартості.

Сфокусовані стратегії низьких витрат і диференціації.

Наступальні стратегії: дії, спрямовані на те, щоб протистояти сильним сторонам конкурента або переважати їх; дії, спрямовані на використання слабостей конкурента; одночасний наступ на декількох фронтах; захоплення незайнятих просторів; партизанська війна; випереджуючі удари.

Використання оборонних стратегій для захисту конкурентних переваг.

Стратегія вертикальної інтеграції та конкурентоспроможність.

## **Тема 8. Корпоративна культура і стратегічне лідерство як фактор реалізації стратегії.**

Формування культури, яка сприяє стратегії: джерело культури фірми; значення культури; міцні і слабкі культурні традиції; неефективні або нездорові культури; адаптивні культури; забезпечення відповідності стратегії і культури.

Формування етичних норм і цінностей.

Орієнтація культури на високі результати.

Стратегічне лідерство. Шість основних завдань лідера: управління шляхом огляду фірми; формування клімату і культури, які сприяють стратегії; підтримка на підприємстві здатності впроваджувати новації; ставлення до політики фірми; вимога етичної поведінки; керівництво процесом коректування.

## **Тема 9. Стратегія використання людського потенціалу.**

Взаємодія людини та організації. Підходи до формування взаємодії людини і організаційного оточення.

Способи встановлення взаємодії людини і організації: організаційне оточення; очікування індивіда і організації; відповідність ролі і місця людини.

Роль і місце людини в системі організації: якість і прийнятність ролі; ситуації, які породжують конфлікти; способи ліквідації конфліктів; людина і її роль в організації.

## **Тема 10. Вхід людини в організацію. Особистісні основи поведінки людини в організаційному оточенні.**

Навчання при входженні людини в організацію. Вплив організації на процес входження. Розвиток почуття відповідальності перед організацією. Сприйняття норм і цінностей організації новим співробітником.

Сприйняття людиною оточення: відбір і систематизація інформації; фактори, які впливають на сприйняття; сприйняття людини оточенням: характеристики ситуації сприйняття.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	ср		л	п	лаб	інд	ср
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Змістовий модуль 1</b>												
<i>Стратегічне управління бізнесом: суть та структура</i>												
Тема 1. Загальна характеристика стратегічного управління	18	4	2			12	15,5	1,5	1,0			13
Тема 2. Аналіз зовнішнього середовища та впливу конкурентних сил. Внутрішнє середовище.	16	4	2			10	15,5	1,5	1,0			13
Тема 3. Формування місії та визначення цілей фірми.	13	2	1			10	14,5	1	0,5			13
Тема 4. Процес формування стратегії	16	4	2			10	15,0	1	1			13
Тема 5. Реалізація та контроль стратегії фірми	13	2	1			10	13,5	1	0,5			12
<b>Разом – зм. модуль 1</b>	<b>76</b>	<b>16</b>	<b>8</b>			<b>52</b>	<b>74,0</b>	<b>6,0</b>	<b>4,0</b>			<b>64</b>
<b>Змістовий модуль 2.</b>												
<i>Формування стратегії – основна складова стратегічного управління. Види стратегій.</i>												
Тема 6. Концепція продукту у стратегічному управлінні	16	4	2			10	15,5	1,5	1,0			13
Тема 7. Стратегії створення конкурентних переваг. Стратегії конкуренції.	16	4	2			10	16,5	1,5	1,0			14
Тема 8. Корпоративна культура і стратегічне лідерство як фактор реалізації стратегії	16	4	2			10	15,0	1	1,0			13
Тема 9. Стратегія використання людського потенціалу	13	2	1			10	14,5	1	0,5			13
Тема 10. Вхід людини в організацію. Особистісні основи поведінки людини в організаційному оточенні	13	2	1			10	14,5	1	0,5			13
<b>Разом – зм. модуль 2</b>	<b>74</b>	<b>16</b>	<b>8</b>			<b>50</b>	<b>76,0</b>	<b>6,0</b>	<b>4,0</b>			<b>66</b>
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>	<b>32</b>	<b>16</b>			<b>102</b>	<b>150</b>	<b>12</b>	<b>8</b>			<b>130</b>

### 5. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1.	<i>не передбачено навчальним планом</i>		

### 6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1.	Тема 1. Загальна характеристика стратегічного управління.	2	1,0
2.	Тема 2. Аналіз зовнішнього середовища та впливу конкурентних сил. Внутрішнє середовище.	2	1,0
3.	Тема 3. Формування місії та визначення цілей фірми	1	0,5
4.	Тема 4. Процес формування стратегії	2	1,0
5.	Тема 5. Реалізація та контроль стратегії підприємства	1	0,5
6.	Тема 6. Концепція продукту у стратегічному управлінні	2	1,0
7.	Тема 7. Стратегії створення конкурентних переваг. Стратегії конкуренції.	2	1,0
8.	Тема 8. Корпоративна культура і стратегічне лідерство як фактор реалізації стратегії	2	1,0
9.	Тема 9. Стратегія використання людського потенціалу	1	0,5
10.	Тема 10. Входження людини в організацію. Особистісні основи поведінки людини в організаційному оточенні	1	0,5

### 7. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1.	<i>не передбачено навчальним планом</i>		

### 8. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	2	3	4
1.	Тема 1. Загальна характеристика стратегічного управління.	12	13
2.	Тема 2. Аналіз зовнішнього середовища та впливу конкурентних сил. Внутрішнє середовище.	10	13
3.	Тема 3. Формування місії та визначення цілей фірми	10	13

1	2	3	4
4.	Тема 4. Процес формування стратегії	10	13
5.	Тема 5. Реалізація та контроль стратегії підприємства	10	12
6.	Тема 6. Концепція продукту у стратегічному управлінні	10	13
7.	Тема 7. Стратегії створення конкурентних переваг. Стратегії конкуренції.	10	14
8.	Тема 8. Корпоративна культура і стратегічне лідерство як фактор реалізації стратегії	10	13
9.	Тема 9. Стратегія використання людського потенціалу	10	13
10.	Тема 10. Вхід людини в організацію. Особистісні основи поведінки людини в організаційному оточенні	10	13

### ***9. Індивідуальне навчально-дослідне завдання***

Індивідуальне навчально-дослідне завдання має форму наукової роботи, яка виконується кожним студентом за вільно обраною темою із запропонованих варіантів.

#### ***Варіанти тем наукової роботи***

№ з/п	Тема наукової роботи
1	2
1.	Стратегія фірми: зміст, концепції та етапи формування.
2.	Зміст та структура стратегічного управління
3.	Аналіз конкурентної ситуації в галузі та структури конкурентних сил.
4.	Місія та стратегічне бачення підприємства у контексті стратегічного управління.
5.	Концепція продукту у стратегічному управлінні
6.	Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища фірми як інформаційної бази для розробки стратегії.
7.	Суть конкуренції та її роль у ринковій економіці.
8.	Конкурентні стратегії та їх використання для збереження конкурентоспроможності фірми.
9.	Стратегічний аналіз фірми та його методи.
10.	Матричний аналіз корпоративної стратегії підприємства.
11.	Конкурентні переваги фірми: формування, оцінка та розвиток.
12.	Стратегія низьких витрат: проблеми розробки та впровадження.
13.	Суть та методика проведення SWOT та PEST-аналізів.
1	2
14.	Цінові стратегії та їх роль у діяльності фірми.
15.	Маркетингові стратегії підприємства в умовах ринкової економіки.
16.	Формування фінансової стратегії фірми.
17.	Стратегія управління персоналом підприємства.
18.	Стратегія продукту: особливості розробки та впровадження.
19.	Оцінка, контроль та реалізація стратегії.
20.	Стратегія диференціації та її вплив на формування конкурентних переваг.
21.	Використання наступальних стратегій для завоювання та збереження ринкових позицій фірми.
22.	Оборонна стратегія як інструмент захисту конкурентних переваг фірми.

1	2
23.	Корпоративні стратегії диверсифікації.
24.	Корпоративна культура фірми – ключ до ефективної реалізації стратегії.
25.	Роль лідерства у забезпеченні ефективності стратегічного управління.
26.	Діагностика конкурентоспроможності продукції фірми.
27.	Аутсорсинг: суть, переваги, недоліки.
28.	Стратегічне планування на підприємстві та механізм прийняття стратегічних рішень.
29.	Формування конкурентної позиції підприємства.
30.	Етапи розвитку та особливості стратегічного управління.

### ***10. Методи навчання***

Основними методами навчання, що використовуються в процесі викладання навчальної дисципліни «*Стратегічне управління бізнесом*» є:

- метод передачі і сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (розповідь, пояснення, бесіда, лекція, ілюстрація, демонстрація, спостереження);

- метод практичного засвоєння курсу з допомогою складання тестових завдань, вирішення задач та ситуацій з метою набування умінь і практичних навиків (практична робота, вправи);

- метод модульного контролю з допомогою періодичного складання модулів за тематикою лекційних та практичних занять;

- метод самостійного засвоєння студентами навчального матеріалу у вигляді складання тестів, вирішення задач, написання наукових робіт на підставі самостійно опрацьованої базової літератури та додаткових джерел інформації (в т.ч. законодавчих актів) з метою конкретизації й поглиблення базових знань, необхідних умінь та практичних навиків (самостійна робота);

- електронні матеріали з відповідного курсу та інших пов'язаних курсів у системах (платформах) Microsoft Teams, Google Class Room, Moodle.

Під час навчання застосовуватимуться презентація, лекції, комплексні модулі та завдання, електронні матеріали з відповідного курсу, колаборативне навчання (групові проекти, спільні розробки), дискусія, підготовка кваліфікаційної роботи, написання наукових праць та розробок.

Результати навчання	Методи навчання і викладання	Методи оцінювання досягнення результатів навчання
Визначати, аналізувати проблеми підприємництва, торгівлі та біржової діяльності і розробляти заходи щодо їх вирішення.	- метод передачі і сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (розповідь, пояснення, бесіда, лекція, ілюстрація, демонстрація, спостереження);	Виконання завдань на практичних заняттях, виконання завдань самостійної роботи, письмове та усне опитування, модульне тестування, захист індивідуального завдання.
Вміти розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.	- метод практичного засвоєння курсу з допомогою складання тестових завдань, вирішення задач та ситуацій з метою набування умінь і практичних навиків (практична робота, вправи)	
Вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність.	- метод модульного контролю з допомогою періодичного складання модулів за тематикою лекційних та практичних занять;	
Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.	- метод самостійного засвоєння студентами навчального матеріалу у вигляді складання тестів, вирішення задач, написання наукових робіт на підставі самостійно опрацьованої базової літератури та додаткових джерел інформації (в т.ч. законодавчих актів) з метою конкретизації й поглиблення базових знань, необхідних умінь та практичних навиків (самостійна робота);	
Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької, торгівельної та біржової діяльності.	- електронні матеріали з відповідного курсу та інших пов'язаних курсів у системах (платформах) Microsoft Teams, Google Class Room, Moodle.	

### ***11. Методи контролю***

Для визначення рівня засвоєння студентами навчального матеріалу використовуються такі методи оцінювання знань:

- поточне тестування після вивчення кожного змістового модуля з врахуванням самостійної роботи та практичних занять;

- оцінка за самостійну роботу над вивченням теоретичного матеріалу;
- оцінка за індивідуальне завдання;
- підсумковий тестовий контроль (іспит).

Для діагностики знань використовується 100-бальна шкала.

Поточний контроль знань студентів проводиться за тестовими програмами, складеними для двох змістових модулів (теоретичних питань, тестів і практичних завдань).

Контроль самостійної роботи проводиться: шляхом перевірки теоретичного матеріалу з дисципліни та розв'язування практичних завдань.

Контроль виконання індивідуального завдання включає написання наукового реферату та його захист. Виконання та захист завдання оцінюється у 10 балів.

Підсумковий контроль знань відбувається під час іспиту у вигляді комплексних контрольних робіт (ККР), які включають два теоретичні питання і тестові завдання.

Усі форми контролю включено до 100-бальної шкали оцінювання знань.

## ***12. Розподіл балів, які отримують студенти***

Поточне тестування										Поточне опитування	Захист наукового реферату	Підсумковий тест (екзамен)	Сума
Змістовий модуль 1					Змістовий модуль 2								
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10				
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	10	10	50	100

***Змістовий модуль 1. Стратегічне управління бізнесом: суть та структура.***

***Змістовий модуль 2. Формування стратегії – основна складова стратегічного управління. Види стратегій.***

Максимальна кількість балів при оцінюванні знань студентів з дисципліни «Стратегічне управління бізнесом», яка завершується іспитом, становить за поточну успішність 50 балів, на іспиті – 50 балів.

**Письмові роботи:** Студенти виконують індивідуальне письмове завдання.



**Академічна доброчесність:** Роботи студентів мають бути їхніми оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. 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 роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.

**Відвідування 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 на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття; 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.

При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань студентів за різними системами.

### Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	За національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 - 100	A	<i>відмінно</i>	<i>зараховано</i>

81 - 89	<b>B</b>	добре	
71 - 80	<b>C</b>		
61 - 70	<b>D</b>	задовільно	
51 - 60	<b>E</b>		
0 - 50	<b>FX</b>	незадовільно з можливістю повторного складання	

### ***13. Методичне забезпечення***

Методичне забезпечення навчальної дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» включає:

- 1) методичні рекомендації до вивчення дисципліни;
- 2) базовий конспект лекцій;
- 3) робочі навчальні плани та робочу навчальну програму дисципліни;
- 4) інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни;
- 5) тестові завдання для проведення проміжного контролю;
- 6) методичні рекомендації до виконання самостійної та індивідуальної роботи;
- 7) законодавчі та методичні матеріали, підручники та навчальні посібники.

### ***14. Рекомендована література***

#### **Базова література**

1. Бровкова О. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2012. 224 с.
2. Бутко М. П. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 256 с.
3. Василенко В. О. Стратегічне управління підприємством. Навч. посіб. / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – Вид. 2-ге виправ. і доп. За ред. Василенко В. О. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 400 с.

4. Герасимчук В. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: Навч. Посібник / В. Герасимчук. К.: КНЕУ, 2000. 360 с.
5. Дикань В. Л., Зубенко В. О., Маковоз О. В., Токмакова І. В., Шраменко О. В. Стратегічне управління: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 272 с.
6. Клівець П. Стратегія підприємства. Навч. Посіб. / П.Г. Клівець К.: Академвидав, 2007. 320 с.
7. Ковтун О. Стратегія підприємства. Навч. Посіб. / О.Ковтун. Львів: «Новий Світ-2000», 2010. 388 с.
8. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку / А. П. Наливайко. К.: КНЕУ, 2000. 275 с.
9. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. К.: Вид-тво «УВПК "ЕксОб"», 2001. 560 с.
10. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. К.: Основи; 1997. 390 с.
11. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент: підручник / О. М. Сумець. МВС України, Харків. Нац. університет внутр. справ. Харків: ХНУВС, 2021. 235 с.
12. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління. Навч. посібник. К.: КНЕУ, 2018. 220 с.

#### **Допоміжна література**

1. Березін О. Стратегія підприємства: Навч. посіб / О.Березін. К.: Кондор, 2010. 224 с.
2. Гліненко Л. Стратегічне управління розвитком бізнес-систем в економіці України: Монографія / Л. Гліненко. Львів: «Новий світ - 2000», 2009. 776 с.
3. Гордієнко П. Стратегічний аналіз: Навчальний посібник / П. Л. Гордієнко; 2-ге видання. К.: «Алерта», 2008. 480 с.

4. Залога З. М. Особливості вибору конкурентних стратегій аграрних підприємств. Науковий збірник Львівського національного університету імені Івана Франка "Формування ринкової економіки в Україні". Вип. 46. Львів, 2021. С. 89-97.

5. Кіндрацька Г. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Г. Кіндрацька: 2-ге вид, перероб. і доповн. К.: Знання, 2010. 406 с.

6. Куденко Н. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник / Н. В. Куденко. К.: КНЕУ, 2005. 152 с.

7. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. Львів: Компакт-ЛВ, 2005. 304 с.

8. Мартиненко М. М. Стратегічний менеджмент: Підручник / М. Мартиненко. К.: Каравела, 2006. 320 с.

9. Радченко К. Стратегічний аналіз у бізнесі / К. Радченко. Львів: «Новий світ. - 2000», 2010. 272 с.

10. Рокоча В. В., Одягайло Б. М., Терехов В. І. Бізнес-стратегії європейських компаній. Навч. посібник / Під заг. редак. В. В. Рокоча. Київ: ВНЗ університет економіки і права «Крок», 2018. 312 с.

11. Шершньова З. Стратегічне управління: Навч. посібник / З. Шершньова, С. Оборська. К.: КНЕУ, 2005. 412 с.

12. Michael E. Porter. On competition. Updated and expanded edition. Harvard Business School Publishing. 2009. 592 p.

### *Інформаційні ресурси*

1. URL: <https://www.rada.gov.ua> – Верховна рада України
2. URL: <http://www.library.lviv.ua> – Львівська національна наукова бібліотека України ім. В. Стефаника
3. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> – Державна служба статистики України
4. URL: <https://www.kmu.gov.ua> – Кабінет Міністрів України