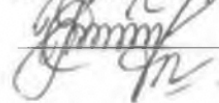


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра економіки підприємства

Затверджено

на засіданні кафедри економіки
підприємства економічного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 1 від 30 серпня 2022 р.)

Завідувач кафедри



проф. Світлана УРБА

СИЛАБУС з навчальної дисципліни
«СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ»,
що викладається в межах ОПІ другого (магістерського) рівня
вищої освіти для здобувачів
з спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Львів 2022

Назва курсу	Стратегічне управління бізнесом
Адреса викладання курсу	79000, Україна, м. Львів, пр. Свободи, 18, економічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Економічний факультет кафедра економіки підприємства
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	07 «Управління та адміністрування»; 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Викладачі курсу	ЗАЛОГА Зіновія Михайлівна, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, доцент кафедри економіки підприємства
Контактна інформація викладачів	zinoviya.zaloha@lnu.edu.ua ; https://econom.lnu.edu.ua/en/employee/zaloha-zinoviiia-mykhailivna тел. (032) 239 40 25
Консультації по курсу відбуваються	Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (або на онлайн платформі – MS Teams, Zoom) за попередньою домовленістю з викладачем. Кафедра економіки підприємства, кім. 117, пр. Свободи, 18, м. Львів.
Сторінка курсу	https://econom.lnu.edu.ua/course/stratichne-upravlinnya-biznesom-076
Інформація про курс	Дисципліна «Стратегічне управління бізнесом» є нормативною дисципліною з спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» для освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», яка викладається в 1 семестрі в обсязі 5 кредитів (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Коротка анотація курсу	Навчальний курс розроблено таким чином, щоб сприяти формуванню у магістрів комплексу спеціальних знань та вмінь формувати систему стратегічного управління бізнесом економічного та управлінського мислення у сфері стратегічного планування економічної господарської діяльності фірми.
Мета та цілі 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.
Література для вивчення дисципліни	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.

	<p>11. Шершньова З. Стратегічне управління: Навч. посібник / 3. Шершньова, С. Оборська. К.: КНЕУ, 2005. 412 с.</p> <p>12. Michael E. Porter. On competition. Updated and expanded edition. Harvard Business School Publishing. 2009. 592 p.</p> <p>Інформаційні ресурси</p> <p>1. URL: https://www.rada.gov.ua – Верховна рада України</p> <p>2. URL: http://www.library.lviv.ua – Львівська національна наукова бібліотека України ім. В. Стефаника</p> <p>3. URL: https://www.ukrstat.gov.ua – Державна служба статистики України</p> <p>4. URL: https://www.kmu.gov.ua – Кабінет Міністрів України</p>
Тривалість курсу	Один семестр
Обсяг курсу	<p>150 годин.</p> <p>Для денної форми навчання: 48 години аудиторних занять: з них 32 години лекцій, 16 годин практичних занять. Самостійна робота – 102 години.</p> <p>Для заочної форми навчання: 20 годин аудиторних занять. З них 12 годин лекцій, 8 годин практичних занять. Самостійна робота – 130 годин.</p>
Очікувані результати навчання	<p>У результаті вивчення навчальної дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» у студента мають бути сформовані такі компетентності:</p> <p>загальні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - здатність до адаптації та дії у новій ситуації; - вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми; <p>спеціальні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>У результаті вивчення дисципліни студент повинен:</p> <p>Знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.

	<p>Вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Викладання дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» повинно забезпечити такі програмні результати навчання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
Ключові слова	Стратегічне управління, стратегія, бізнес, конкурентні переваги, місія, стратегічне бачення, конкурентні сили, стратегічна піраміда, стратегічні рішення.
Формат курсу	Очний/заочний Проведення лекцій, практичних занять та консультації для кращого розуміння тем навчальної дисципліни.
Теми	Теми представлені у СХЕМІ КУРСУ.
Підсумковий контроль, форма	Іспит у кінці семестру. При викладанні дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» використовуються такі методи контролю:

	Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять й змістових модулів і має за мету перевірку рівня підготовки студента до виконання конкретної роботи. Його інструментами є контрольні роботи і тестування.
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких дисциплін як економіка фірми, маркетинг, стратегія бізнесу, ціни та ціноутворення, проектний аналіз.
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватись під час викладання курсу	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.
Необхідне обладнання	Вивчення курсу «Стратегічне управління бізнесом» потребує використання комп'ютера, загально вживаних програм і операційних систем з метою подання електронних матеріалів (електронна пошта, платформи Microsoft Teams, Zoom, Google Class Room), мультимедійного проектора, дошки, крейди.
Критерії оцінювання	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.

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування										Пото- чне опи- тува- ння	Захист науро- вого рефе- рату	Підсум- ковий тест (екза- мен)	Су- ма
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			
<i>Сума балів за всі види навчальної діяльності</i>	<i>Оцінка ЄКТС</i>	<i>За національною шкалою</i>	
		<i>для екзамену, курсового проекту (роботи), практики</i>	<i>для заліку</i>
90 - 100	A	<i>відмінно</i>	<i>зараховано</i>
81 - 89	B	<i>добре</i>	
71 - 80	C		
61 - 70	D	<i>задовільно</i>	
51 - 60	E		
0 - 50	FX	<i>незадовільно з можливістю повторного складання</i>	<i>не зараховано з можливістю повторного складання</i>
Питання на іспит	<p style="text-align: center;">Перелік питань для проведення підсумкової оцінки знань:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Суть та необхідність стратегічного управління. 2. Зміст та структура стратегічного управління. 3. Створення конкурентних переваг. Поняття та види конкурентних переваг. 4. Особливості стратегічного управління. 5. Поняття стратегії. Роль стратегії в діяльності підприємства. 6. Розвиток стратегічного бачення і місії підприємства. 7. Цілі фірми. Поняття та види цілей. 8. Ієрархія та вимоги до встановлення цілей. 9. Способи встановлення цілей. Форми прийняття рішень. 10. Фінансові та стратегічні цілі. 11. Основні цілі зростання фірми. 12. Створення стратегії підприємства. 13. Елементи стратегії підприємства. 14. Розробка стратегічного бачення і місії підприємства - перше завдання визначення напрямку розвитку фірми. 15. Формування фінансових та стратегічних цілей підприємства. 16. Розробка стратегії. Побудова стратегічної піраміди. 17. Корпоративна стратегія фірми. Процес розробки корпоративної стратегії. 18. Корпоративна стратегія фірми та синергічний ефект. 19. Ділова стратегія підприємства. 20. Функціональна стратегія підприємства. Операційні стратегії та їх значення. 21. Зовнішні та внутрішні фактори, що формують стратегію підприємства. 22. Конкурентні сили, які діють у галузі і міра їх впливу. Модель п'яти конкурентних сил М. Портера. 23. Суперництво між продавцями в середині галузі - конкурентна сила в галузі. 24. Можливість появи нових конкурентів як конкурентна сила в галузі. 25. Конкурентна сила покупців і постачальників та її вплив на галузь. 26. Вплив на конкуренцію в галузі товарів-субститутів. 27. Аналіз мікросередовища: покупці, постачальники, конкуренти, ринок трудових ресурсів. 		

	<p>28. Методи аналізу загальної ситуації в галузі і конкуренції в ній.</p> <p>29. Зміна в структурі конкурентних сил галузі і в навколишньому середовищі.</p> <p>30. Аналіз внутрішнього середовища. Основні інструменти аналізу.</p> <p>31. Стратегія низьких витрат.</p> <p>32. Стратегія диференціації.</p> <p>33. Сфокусовані стратегії низьких витрат і диференціації.</p> <p>34. Характеристика загальних стратегій конкуренції.</p> <p>35. Аналіз сильних і слабких сторін підприємства. SWOT-аналіз.</p> <p>36. Зовнішні можливості та погрози для фірми.</p> <p>37. Конкурентоздатність ціни та витрат підприємства.</p> <p>38. Цінова стратегія „зняття вершків”.</p> <p>39. Цінова стратегія проникнення на ринок або завоювання частини ринку.</p> <p>40. Поняття продукту. Фактори, що визначають розуміння продукту.</p> <p>41. Еволюція поглядів на продукт.</p> <p>42. Основні складові продукту.</p> <p>43. Стратегії продукту на окремих фазах його життєвого циклу.</p> <p>44. Стратегії створення нового продукту.</p> <p>45. Етапи створення нового продукту.</p> <p>46. Формування культури, яка сприяє стратегії.</p> <p>47. Формування етичних норм і цінностей.</p> <p>48. Орієнтація культури на високі результати фірми.</p> <p>49. Стратегічне лідерство як фактор реалізації стратегічного управління.</p> <p>50. Шість основних завдань лідера.</p> <p>51. Взаємодія людини та організації.</p> <p>52. Підходи до формування взаємодії людини і організаційного оточення.</p> <p>53. Способи встановлення взаємодії людини і організації.</p> <p>54. Роль і місце людини в системі стратегічного управління.</p> <p>55. Входження людини в організацію.</p> <p>56. Сприйняття норм і цінностей організації співробітником.</p> <p>57. Сприйняття людини фірмою. Характеристики ситуації сприйняття.</p> <p>58. Фактори, які впливають на входження людини в організацію.</p> <p>59. Класичний підхід до формування стратегії конкуренції.</p> <p>60. Наступальні стратегії.</p> <p>61. Використання оборонних стратегій для захисту конкурентних переваг.</p> <p>62. Стратегія вертикальної інтеграції та конкурентоспроможність фірми.</p> <p>63. Реалізація стратегії як основна складова в системі стратегічного управління.</p> <p>64. Основні завдання виконання стратегії.</p> <p>65. Функції вищого керівництва. Стратегічні наміри.</p> <p>66. Організаційна структура як об’єкт стратегічних змін.</p> <p>67. Поняття та фактори, які впливають на організаційну структуру.</p> <p>68. Стратегічні зміни на фірмі. Стили проведення змін.</p> <p>69. Стратегічний контроль. Основні параметри контролю.</p> <p>70. Порівняння і оцінка результатів стратегічного контролю.</p>
Опитування	<p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню дисципліни «Стратегічне управління бізнесом».</p>

СХЕМА КУРСУ «Стратегічне управління бізнесом»

Тиж. / дата / год	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)* *лекція, самостійна, дискусія, групова робота	Матеріали	Література. *** Ресурси в інтернеті	Завдання, год	Термін виконання
1	2	3	4	5	6	7
1-2 тиждень (4 год.)	<p>Тема 1. Загальна характеристика стратегічного управління</p> <p>Суть стратегічного управління. Етапи розвитку стратегічного управління та основні підходи до визначення поняття. Порівняння оперативного і стратегічного управління.</p> <p>Конкурентні переваги. Поняття та види конкурентних переваг. Стратегії створення конкурентних переваг.</p> <p>Особливості стратегічного управління.</p> <p>Зміст та структура стратегічного управління.</p> <p>П'ять взаємопов'язаних управлінських процесів.</p>	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Базова література: 2,3,4,5,9,11 Допоміжна література: 2,5,8,12	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Два тижні
1-2 тиждень (2 год.)	<p>Тема 1. Загальна характеристика стратегічного управління</p> <p>1. Суть стратегічного управління та основні етапи його розвитку.</p> <p>2. Конкурентні переваги. Стратегії створення конкурентних переваг.</p> <p>3. Особливості стратегічного управління.</p> <p>4. Зміст та структура стратегічного управління.</p>	Практичне заняття		Базова література: 3,4,5,9,11,12 Допоміжна література: 2,5,8,10,12	Суть і основні підходи до визначення стратегічного управління. Формування конкурентних переваг. Стратегії, що формують конкурентні переваги. Структура стратегічного управління. П'ять складових.	

3-4 тиждень (4 год.)	<p>Тема 2. Аналіз зовнішнього середовища та впливу конкурентних сил. Внутрішнє середовище.</p> <p>Аналіз макросередовища. Економічна складова. Політична та правова складова. Соціальна компонента. Технологічна компонента. Підхід до вивчення складових макросередовища.</p> <p>Аналіз мікросередовища. Покупці. Постачальники. Конкуренти. Ринок трудових ресурсів.</p> <p>Конкурентні сили, що діють у галузі, та міра їх впливу. Модель п'яти конкурентних сил М. Портера.</p> <p>Аналіз внутрішнього середовища. Кадри. Організаційний аспект. Виробництво. Маркетинг. Фінанси. Аналіз сильних та слабких сторін фірми.</p>	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Базова література: 1,2,3,9,12 Допоміжна література: 2,5,7,8,11,12	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Два тижні
3-4 тиждень (4 год.)	<p>Тема 2. Аналіз зовнішнього середовища та впливу конкурентних сил. Внутрішнє середовище.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз макросередовища. 2. Аналіз мікросередовища. 3. Конкурентні сили, що діють у галузі. 4. Аналіз внутрішнього середовища. 5. Аналіз сильних та слабких сторін. SWOT-аналіз. 	Практичне заняття		Базова література: 1,2,3,9,12 Допоміжна література: 2,5,7,8,11,12	Основні складові макросередовища. Аналіз мікросередовища. Модель п'яти конкурентних сил М. Портера. Сильні і слабкі сторони фірми. Можливості і загрози зовнішнього середовища.	
5-ий тиждень (2 год.)	<p>Тема 3. Формування місії та визначення цілей фірми.</p> <p>Поняття місії. Носії інтересів. Фактори визначення місії. Мета формування місії.</p> <p>Цілі підприємства. Поняття та види цілей. Напрями встановлення цілей. Ієрархія цілей. Цілі зростання. Вимоги до цілей.</p>	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Базова література: 2,3,6,7,9,11, 12 Допоміжна література: 2,5,8,11	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Один тиждень

	<p>Визначення цілей. Фази встановлення цілей. Способи встановлення цілей. Форми прийняття рішень.</p> <p>Фінансові та стратегічні цілі.</p>					
<p>5-ий тиждень (1 год.)</p>	<p>Тема 3. Формування місії та визначення цілей фірми.</p> <p>1. Поняття місії. Фактори, що впливають на формування місії.</p> <p>2. Поняття та види цілей</p> <p>3. Процес визначення цілей. Фази встановлення цілей. Способи встановлення цілей. Форми прийняття рішень.</p> <p>Фінансові та стратегічні цілі.</p>	<p>Практичне заняття</p>		<p>Базова література: 2,3,6,7,9,11, 12</p> <p>Допоміжна література: 2,5,8,11</p>	<p>Формування місії. Процес визначення цілей. Основні види цілей. Форми прийняття рішень.</p> <p>Фінансові та стратегічні цілі.</p>	
<p>6-7 тиждень (4 год.)</p>	<p>Тема 4. Процес формування стратегії. Поняття стратегії. Роль стратегії в діяльності фірми.</p> <p>Розвиток стратегічного бачення.</p> <p>Елементи стратегії: корпоративна місія, конкурентні переваги, організація бізнесу, продукція, ринки, ресурси, структурні зміни, програми розвитку, культура і компетентність управління.</p> <p>Створення стратегії.</p> <p>Аналіз стратегії: ідеологічна основа, зовнішня ефективність, внутрішня ефективність, стратегічне лідерство.</p> <p>Розробка стратегій. Побудова стратегічної піраміди: корпоративна стратегія, ділова стратегія, функціональна та операційні стратегії.</p>	<p>Лекція</p>	<p>Презентація, навчально-методичні матеріали</p>	<p>Базова література: 1,3,6,7,8,10</p> <p>Допоміжна література: 1,2,5,8,11</p>	<p>Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.</p>	<p>Два тижні</p>

<p>6-7 тиждень (2 год.)</p>	<p>Тема 4. Процес формування стратегії. Поняття стратегії. Роль стратегії в діяльності фірми. 1. Поняття стратегії та її роль у діяльності фірми. 2. Розвиток стратегічного бачення. 3. Елементи стратегії. 4. Створення стратегії. 5. Аналіз стратегії. 6. Побудова стратегічної піраміди.</p>	<p>Практичне заняття</p>		<p>Базова література: 1,3,6,7,8,10 Допоміжна література: 1,2,3,8,11</p>	<p>Формування стратегії. Основні елементи стратегії. Створення і аналіз стратегії. Корпоративна, ділова, функціональна та операційні стратегії.</p>	
<p>8-ий тиждень (2 год.)</p>	<p>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. Стилi проведення змін. Формування і мобілізація ресурсів. Стратегічний контроль. Визначення показників. Система виміру параметрів. Порівняння і оцінка результатів. Проведення коректування.</p>	<p>Лекція</p>	<p>Презентація, навчально-методичні матеріали</p>	<p>Базова література: 1,3,6,7,8,10, 11 Допоміжна література: 1,2,5,8,10,11</p>	<p>Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.</p>	<p>Два тижні</p>
<p>8-ий тиждень (1 год.)</p>	<p>Тема 5. Реалізація та контроль стратегії фірми. 1. Основні завдання реалізації стратегії. 2. Організаційна структура як об'єкт стратегічних змін.</p>	<p>Практичне заняття</p>		<p>Базова література: 1,3,6,7,8,10, 11,12</p>	<p>Реалізація стратегії. Функції вищого керівництва. Стратегічні зміни на фірмі.</p>	

	3. Організаційна культура. 4. Стратегічні зміни на фірмі. 5. Стратегічний контроль.			Допоміжна література: 1,2,5,8,10,11	Організаційна культура. Стратегічний контроль.	
9-10 тиждень (4 год.)	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.	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Базова література: 1,3,4,5,9,10 Допоміжна література: 2,5,6,8,9,11, 12	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Два тижні
9-10 тиждень (2 год.)	Тема 6. Концепція продукту у стратегічному управлінні. 1. Поняття продукту. Еволюція поглядів на продукт. 2. Основні складові продукту. 3. Стратегії продукту на окремих фазах життєвого циклу. 4. Стратегії створення нового продукту.	Практичне заняття		Базова література: 1,3,4,5,9,10, 12 Допоміжна література: 2,5,6,8,9,11, 12	Поняття продукту. Основні складові продукту: функціональні властивості та якості; марка, імідж, гарантії. Стратегії створення нового продукту.	
11-12 тиждень (4 год.)	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.	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Базова література: 1,3,4,5,9,10 Допоміжна література: 2,4,6,11,12	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Два тижні

	<p>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.</p> <p>Використання оборонних стратегій для захисту конкурентних переваг.</p> <p>Стратегія вертикальної інтеграції та конкурентоспроможність.</p>					
11-12 тиждень (2 год.)	<p>Тема 7. Стратегії створення конкурентних переваг. Стратегії конкуренції.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Класичний підхід до формування стратегії конкуренції. 2. П'ять загальних стратегій конкуренції. 3. Стратегія низьких витрат. 4. Стратегія диференціації. 5. Стратегія найкращої вартості. 6. Сфокусовані стратегії низьких витрат і диференціації. 7. Наступальні стратегії. Оборонні стратегії. 8. Стратегія вертикальної інтеграції та конкурентоспроможність. 	Практичне заняття		<p>Базова література: 1,3,4,5,9,10</p> <p>Допоміжна література: 2,4,6,11,12</p>	<p>П'ять загальних стратегій конкуренції. Базові стратегії конкуренції: низьких витрат, диференціації, сфокусовані стратегії. Шість видів наступальних стратегій. Оборонні стратегії фірми.</p>	
13-14 тиждень (4 год.)	<p>Тема 8. Корпоративна культура і стратегічне лідерство як фактор реалізації стратегії.</p> <p>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.</p> <p>Формування етичних норм і цінностей.</p> <p>Орієнтація культури на високі результати.</p>	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	<p>Базова література: 1,3,5,6,9,11</p> <p>Допоміжна література: 1,5,10,11</p>	<p>Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.</p>	Два тижні

	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.					
13-14 тиждень (2 год.)	Тема 8. Корпоративна культура і стратегічне лідерство як фактор реалізації стратегії. 1. Формування культури, яка сприяє реалізації стратегії. 2. Формування етичних норм і цінностей. 3. Стратегічне лідерство. 4. Шість основних завдань лідера.	Практичне заняття		Базова література: 1,3,5,6,9,11 Допоміжна література: 1,5,10,11	Корпоративна культура та традиції фірми. Неefективні або нездорові культури. Орієнтація культури на високі результати. Основні завдання лідера.	
15-ий тиждень (2 год.)	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.	Лекція	Презентація, навчально-методичні матеріали	Базова література: 3,5,6,7,9 Допоміжна література: 1,2,5,10,11	Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.	Один тиждень
15-ий тиждень (1 год.)	Тема 9. Стратегія використання людського потенціалу. 1. Взаємодія людини та організації. 2. Способи встановлення взаємодії людини і організації. 3. Роль і місце людини в системі організації.	Практичне заняття		Базова література: 3,5,6,7,9 Допоміжна література: 1,2,5,10,11	Підходи до формування взаємодії людини і організаційного оточення. Способи взаємодії. Людина і її роль у фірмі.	

<p>16-ий тиждень (2 год.)</p>	<p>Тема 10. Вхідження людини в організацію. Особистісні основи поведінки людини в організаційному оточенні.</p> <p>Навчання при входженні людини в організацію. Вплив організації на процес входження. Розвиток почуття відповідальності перед організацією. Сприйняття норм і цінностей організації новим співробітником.</p> <p>Сприйняття людиною оточення: відбір і систематизація інформації; фактори, які впливають на сприйняття; сприйняття людини оточенням: характеристики ситуації сприйняття.</p>	<p>Лекція</p>	<p>Презентація, навчально-методичні матеріали</p>	<p>Базова література: 1,3,5,6,11 Допоміжна література: 1,2,5,10,11</p>	<p>Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття.</p>	<p>Один тиждень</p>
<p>16-ий тиждень (1 год.)</p>	<p>Тема 10. Вхідження людини в організацію. Особистісні основи поведінки людини в організаційному оточенні.</p> <p>1. Навчання при входженні людини в організацію. 2. Вплив організації на процес входження людини в організацію. 3. Сприйняття людиною організаційного оточення.</p>	<p>Практичне заняття</p>		<p>Базова література: 1,3,5,6,11 Допоміжна література: 1,2,5,10,11</p>	<p>Розвиток почуття відповідальності перед організацією. Сприйняття норм і цінностей організації. Сприйняття людини оточенням.</p>	