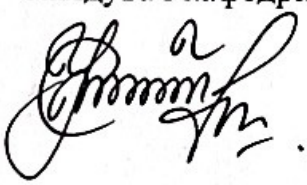
**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**
**Львівський національний університет імені Івана Франка**
**Економічний факультет**
**Кафедра економіки підприємства**

**Затверджено**
на засіданні кафедри економіки
підприємства економічного факультету
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 1 від 31 серпня 2026 р.)
Завідувач кафедри



проф. Світлана УРБА

# СИЛАБУС з навчальної дисципліни «СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ», що викладається в межах ОПП «Бізнес-адміністрування» другого (магістерського) рівня вищої освіти для здобувачів з спеціальності D3 «Менеджмент»

**Львів - 2026**

| | |
|---|---|
| **Назва курсу** | СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ |
| **Адреса викладання курсу** | 79008, Україна, м. Львів, пр. Свободи, 18, економічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка |
| **Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна** | Економічний факультет<br>кафедра економіки підприємства |
| **Галузь знань, шифр та назва спеціальності** | D «Бізнес, адміністрування та право»;<br>D3 «Менеджмент» |
| **Викладачі курсу** | ЗАЛОГА Зіновія Михайлівна, кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, доцент кафедри економіки підприємства |
| **Контактна інформація викладачів** | zinoviya.zaloha@lnu.edu.ua;<br>https://econom.lnu.edu.ua/en/employee/zaloha-zinoviia-mykhailivna<br>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.<br>Кафедра економіки підприємства, кім. 117, пр. Свободи, 18,<br>м. Львів. |
| **Сторінка курсу** | https://econom.lnu.edu.ua/course/stratehichne-upravlinnya-biznesom-076 |
| **Інформація про курс** | Дисципліна «Стратегічне управління бізнесом» є нормативною дисципліною із спеціальності D3 «Менеджмент» для освітньої програми «Бізнес-адміністрування», яка викладається в 1 семестрі в обсязі 4 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 створювати систему стратегічного управління бізнесом, економічного та управлінського мислення у сфері стратегічного планування діяльності компанії. Дисципліна забезпечує вивчення концепцій та методів розробки і виконання стратегії: визначення напрямку розвитку компанії; дослідження зовнішнього конкурентного середовища і конкурентних сил, що діють на фірму в галузі; оцінка внутрішніх ресурсів, можливостей та конкурентоспроможності; формування ефективної організації, корпоративна культура і стратегічне лідерство, що сприяють реалізації стратегії. |
| **Мета та цілі дисципліни** | **Метою** викладання нормативної дисципліни “Стратегічне управління бізнесом” є набуття студентами навиків аналізувати ринок і прогнозувати кроки конкурентів, формувати ефективну стратегію розвитку бізнесу, яка відповідає основним цілям, використовувати механізми створення і зміцнення конкурентних переваг вільно володіючи інструментами стратегічного управління.<br>**Основні завдання** дисципліни полягають у наступному:<br>- забезпечення теоретичних знань методології і методики розробки стратегії фірми;<br>- вивчення особливостей вітчизняного та зарубіжного досвіду вибору та реалізації стратегії;<br>- формування системи практичних і теоретичних знань з проведення аналізу галузі та рівня конкуренції в ній; |

| | |
|---|---|
| | - оцінка внутрішнього потенціалу, конкурентоспроможності компанії за рівнем цін та витрат;<br>- обґрунтування оптимальних варіантів стратегії розвитку бізнесу та розробка альтернативних планів з використанням сучасного інструментарію стратегічного аналізу;<br>- формування вміння реагувати на швидкозмінні умови і нові можливості розвитку із використанням інноваційних підходів;<br>- набуття навиків самостійного, творчого використання теоретичних знань у практичній діяльності. |
| **Література для вивчення дисципліни** | **Основна література**<br>1. Бровкова О. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2012. 224 с.<br>2. Бутко М. П. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 256 с.<br>3. Василенко В. О., Ткаченко Т. І. Стратегічне управління підприємством. Навчальний посібник. Вид. 2-ге виправ. і доп. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 400 с.<br>4. Дикань В. Л., Зубенко В. О., Маковоз О. В., Токмакова І. В., Шраменко О. В. Стратегічне управління. Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 272 с.<br>5. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління. 2-ге видання. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 440 с.<br>6. Залога З. М., Кулеша М. С. Формування бізнес-стратегії у структурі стратегічного управління компанією. Наук. журнал «Причорноморські економічні студії». Причорноморський наук.-дослід. інститут економіки та інновацій. Видав. дім «Гельветика». 2026. № 100. С. 57-63. DOI: https://doi.org/10.32782/bses.100-8<br>7. Ковтун О. Стратегія підприємства. Навчальний посібник. Львів: «Новий Світ-2000», 2010. 388 с.<br>8. Мізюк Б. М. Основи стратегічного управління. Підручник. Львів: вид-тво «Магнолія - 2006», 2025. 744 с.<br>9. Немцов В. Д., Довгань Л. Є. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. К.: Вид-тво «УВПК "ЕксОб", 2001. 560 с.<br>10. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. К.: Основи; 1997. 390 с.<br>11. Сумець О. М. Стратегічний менеджмент. Підручник. Харківський нац. університет внутр. справ. Харків: ХНУВС, 2021. 235 с.<br>12. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління. Навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2018. 220 с.<br>**Додаткова література**<br>1. Березін О. Стратегія підприємства. Навчальний посібник. К.: Кондор, 2010. 224 с.<br>2. Гліненко Л. Стратегічне управління розвитком бізнес-систем в економіці України: Монографія. Львів: «Новий світ - 2000», 2009. 776 с.<br>3. Залога З. М. Особливості вибору конкурентних стратегій аграрних підприємств // Form. Market Econ. Ukr. 2021. Випуск 46. 2078-5860 (89-97). DOI: http://dx.doi.org/10.30970/meu.2021.46.0.4610<br>4. Залога З. М., Зеленська І. Р. Стратегія маркетингу: формування конкурентних переваг у сфері продуктового ритейлу. Економіка та суспільство. 2026. № 85. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-85-137. |

| | |
|---|---|
| | 5. Куденко Н. Стратегічний маркетинг: Навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2005. 152 с.<br>6. Мартиненко М. М. Стратегічний менеджмент. Підручник. К.: Каравела, 2006. 320 с.<br>7. Радченко К. Стратегічний аналіз у бізнесі. Львів: «Новий світ. - 2000», 2010. 272 с.<br>8. Рокоча В. В., Одягайло Б. М., Терехов В. І. Бізнес-стратегії європейських компаній. Навчальний посібник. Київ: ВНЗ університет економіки і права «Крок», 2018. 312 с.<br>9. Шершньова З., Оборська С. Стратегічне управління. Навчальний посібник. К.: КНЕУ, 2005. 412 с.<br>10. Leonov Y., Parubets O., Portnoi Y., Z. Zaloha, Sukhai O. Tourism risk analysis and mitigation: Strategies for managing risks in a dynamic tourism environment // Multidisciplinary reviews. 2024. 7 (10). 20242243 (1-7). DOI: https://doi.org/10.31893/multirev.2024243.<br>11. Michael E. Porter. On competition. Updated and expanded edition. Harvard Rusiness School Publishing. 2010. 592 p.<br>12. Portovaras T., Kovalenko N., Kaplina A., Kyrychenko N., Zaloha Z. Current trends and future prospects in business management analysis integration // Multidisciplinary reviews. 2024. 7 (special issue). 2024 spe 005 (1-9). DOI: https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe005.<br>13. Spulber Daniel F. Economics and Management of Competitive Strategy. World Scientific Publishing Compony, 2009. 520 p.<br>14.Thompson Arthur A., Peteraf Margaret A., Gamble John E., Strickland III A. Y. Crafting and Executing Strategy: the Quest for Competitive Advantage. Concepts and Cases. 24th edition. NY: Mc Graw Hill LLC, 2024.<br>***Інформаційні ресурси***<br>1. URL: https://www.rada.gov.ua – Верховна рада України<br>2. URL: http://www.library.lviv.ua – Львівська національна наукова бібліотека України ім. В. Стефаника<br>3. URL: https://www.ukrstat.gov.ua – Державна служба статистики України<br>4. URL: https://www.kmu.gov.ua – Кабінет Міністрів України |
| **Тривалість курсу** | Один семестр |
| **Обсяг курсу** | 120 годин, 4 кредити.<br>Для денної форми навчання: 48 годин аудиторних занять: з них 32 години лекцій, 16 годин практичних занять. Самостійна робота – 72 години.<br>Для заочної форми навчання: 20 годин аудиторних занять. З них 12 годин лекцій, 8 годин практичних занять. Самостійна робота – 100 годин. |
| **Очікувані результати навчання** | Після завершення курсу студент повинен:<br>***Знати:***<br>- суть та структуру стратегічного управління бізнесом;<br>- етапи розвитку і особливості стратегічного управління;<br>- поняття та види конкурентних переваг;<br>- детальний аналіз зовнішнього середовища: макро- і мікросередовища;<br>- конкурентні сили, що діють у галузі та міру їх впливу;<br>- суть аналізу внутрішнього потенціалу фірми;<br>- поняття місії, цілей і стратегічного бачення;<br>- процес формування стратегії фірми;<br>- поняття, основні складові продукту і стратегії на окремих фазах життєвого циклу продукту; |

| | |
|---|---|
| | - поняття корпоративної культури як фактора реалізації стратегії фірми;<br>- основні завдання лідера та роль стратегічного лідерства у реалізації стратегії;<br>- види конкурентних стратегій, які формують конкурентні переваги фірми та її продукції;<br>- роль і місце людини в системі стратегічного управління;<br>- підходи до формування взаємодії людини і організаційного оточення.<br>***Вміти:***<br>- аналізувати управлінські процеси в структурі стратегічного управління;<br>- аналізувати зовнішнє середовище та вплив конкурентних сил на фірму в галузі;<br>- оцінювати основні складові внутрішнього середовища;<br>- формувати місію та визначати цілі фірми;<br>- розробляти стратегію фірми на різних ієрархічних рівнях;<br>- аналізувати організаційну структуру як об'єкт стратегічних змін;<br>- аналізувати концепцію продукту у стратегічному управлінні;<br>- обґрунтувати стратегії конкуренції;<br>- формувати стратегію використання людського потенціалу;<br>- аналізувати процес формування стратегії фірми як основної складової стратегічного управління;<br>- оцінювати вплив стратегічного лідерства як фактора реалізації стратегії;<br>- визначати стратегії створення нового продукту;<br>- формувати стратегії низьких витрат та диференціації;<br>- розробляти наступальні стратегії;<br>- використовувати оборонні стратегії для захисту конкурентних переваг;<br>- аналізувати процес взаємодії людини і організації;<br>- оцінювати систему показників стратегічного контролю виконання стратегії фірми;<br>- аналізувати вплив особистості на формування системи стратегічного управління.<br><br>У результаті вивчення навчальної дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» у студентів мають бути сформовані такі компетентності:<br>**Інтегральна компетентність (ІК):**<br>Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.<br>**Загальні компетентності (ЗК):**<br>**ЗК 1.** Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.<br>**ЗК 6.** Здатність генерувати нові ідеї (креативність);<br>**ЗК 7.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.<br>**Спеціальні компетентності (СК):**<br>**СК 1.** Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, у тому числі відповідно до визначених цілей та міжнародних стандартів;<br>**СК 2.** Здатність встановлювати цінності, бачення, місію, цілі та критерії, за якими організація визначає подальші напрями розвитку, розробляти і реалізовувати відповідні стратегії та плани; |

| | |
|---|---|
| | **СК 4.** Здатність до ефективного використання та розвитку ресурсів організації;<br>**СК 9.** Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, ухвалювати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію;<br>**СК 13.** Здатність забезпечувати фінансову стійкість бізнесу за невизначених умов та ризиків.<br>Викладання дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» повинно забезпечити такі програмні результати навчання (ПРН):<br>**ПРН 1.** Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах;<br>**ПРН 2.** Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення;<br>**ПРН 5.** Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах;<br>**ПРН 6.** Мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність;<br>**ПРН 16.** Забезпечувати фінансову стійкість бізнесу за невизначених умов та ризиків. |
| **Ключові слова** | Стратегічне управління, стратегія, бізнес, конкурентні переваги, місія, стратегічне бачення, конкурентні сили, стратегічна піраміда, стратегічні рішення. |
| **Формат курсу** | Денний/заочний<br>Проведення лекцій, практичних занять та консультацій для кращого розуміння тем навчальної дисципліни. |
| **Теми** | **Тема 1.** Загальна характеристика та еволюція стратегічного управління.<br>**Тема 2.** Аналіз зовнішнього середовища та впливу конкурентних сил. Внутрішнє середовище.<br>**Тема 3.** Визначення напрямку розвитку компанії: візія, місія та цілі.<br>**Тема 4.** Процес формування стратегії.<br>**Тема 5.** Виконання стратегії: управління внутрішніми операціями, ефективна система мотивації, стратегічний контроль.<br>**Тема 6.** Концепція продукту у стратегічному управлінні.<br>**Тема 7**. Стратегії створення конкурентних переваг. Стратегії конкуренції.<br>**Тема 8.** Корпоративна культура і стратегічне лідерство як фактор реалізації стратегії.<br>**Тема 9.** Цінова політика у структурі стратегічного управління.<br>**Тема 10.** Стратегія використання людського потенціалу. Особистісні основи поведінки людини в організаційному оточенні. |
| **Підсумковий контроль, форма** | Іспит у кінці семестру. |
| **Пререквізити** | Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких дисциплін як основи бізнесу, маркетинг, стратегія бізнесу, ціни та ціноутворення, проектний аналіз, планування та контроль у бізнесі. |
| **Навчальні методи та техніки, які будуть** | Основними методами навчання, що використовуються в процесі викладання навчальної дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» є:<br>- метод передачі і сприйняття навчальної інформації, пробудження наукового інтересу (розповідь, пояснення, бесіда, лекція, ілюстрація, |

<table>
<tr><td>використовувати-сь під час викладання курсу</td><td>демонстрація, спостереження);<br>- метод практичного засвоєння курсу з допомогою складання тестових завдань, вирішення задач та ситуацій з метою набування умінь і практичних навиків (практична робота, вправи);<br>- метод модульного контролю з допомогою періодичного складання модулів за тематикою лекційних та практичних занять;<br>- 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);<br>- електронні матеріали з відповідного курсу та інших пов’язаних курсів у системах (платформах) Microsoft Teams, Google Class Room, Moodle.<br>Під час навчання застосовуватимуться презентація, лекції, комплексні модулі та завдання, електронні матеріали з відповідного курсу, колаборативне навчання (групові проєкти, спільні розробки), дискусія, підготовка кваліфікаційної роботи, написання наукових праць та розробок.</td></tr>
<tr><td>Необхідне обладнання</td><td>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.</td></tr>
<tr><td>Критерії оцінювання</td><td>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:<br>– поточна успішність: 10 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 10;<br>– індивідуальне завдання: 15 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 15;<br>– модульне оцінювання: 25 % семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 25;<br>– іспит: 50 % семестрової оцінки. Максимальна кількість балів – 50.<br>Підсумкова максимальна кількість – 100 балів.
<table>
<tr><th>Критерії оцінювання знань студентів</th><th>Бали рейтингу</th><th>Максимальна кількість балів</th></tr>
<tr><td colspan="3">Бали поточної успішності за участь у семінарських заняттях (2 відповіді по 5 балів) – 10 балів<br>Передбачена можливість отримати 5 балів шляхом зарахування результатів навчання здобутих у неформальній освіті (за наявності сертифікату).</td></tr>
<tr><td colspan="2">Критерії оцінювання</td><td>5*2=10 балів</td></tr>
<tr><td colspan="2">студент в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов’язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.</td><td>5</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

| | | |
|---|---|---|
| | студент достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань. | 4 |
| | студент в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань. | 3 |
| | студент не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань. | 2 |
| | студент не володіє матеріалом | 0 |
| | **2. Індивідуальна робота студента (ІНДР)**<br>**Критерії оцінювання** | **15 балів** |
| | робота виконана та захищена згідно з графіком, з поясненнями та висновками і в повному обсязі, оформлена згідно вимог | 15 |
| | робота захищена, але виконана з частковими порушеннями термінів або вимог | 8-14 |
| | робота не захищена, виконана з частковими порушеннями термінів або вимог | 1-7 |
| | робота не виконана | 0 |
| | **3. Модульний контроль (2 модулі: 12 та 13 балів)** | **25 балів** |
| | **Критерії оцінювання** | |
| | Модуль 1 на 12 балів.<br>1. Перший рівень тестові завдання (1 тест 0,5 бала). 12 тестів на 6 балів.<br>2. Другий рівень 2 завдання з короткою відповіддю. Завдання з обґрунтованою відповіддю вважається виконаним правильно, якщо студент дав вірні визначення, класифікації, тлумачення, точні характеристики (1 завдання 3 бали). 2 завдання на 6 балів<br>Модуль 2 на 13 балів.<br>1. Перший рівень тестові завдання (1 тест 0,5 бала). 8 тестів на 4 бали.<br>2. Другий рівень 2 завдання з розгорнутою відповіддю (повне обґрунтування відповіді). ( 1 завдання 4,5 бали). 2 завдання на 9 балів | |
| | **4. Екзамен** | **50 балів** |
| | Семестровий екзамен як форма підсумкового контролю є обов'язковим для всіх студентів.<br>Екзаменаційний білет складається з двох частин:<br>перша частина – 2 описові теоретичні питання. Необхідно чітко, логічно та у повному обсязі розкрити суть наведених питань, кожне по 15 балів. Максимальна кількість 30 балів;<br>друга частина - 10 тестових завдань трьох різних рівнів за складністю. За кожне правильно виконане тестове завдання студенту виставляється: | |

| | |
|---|---|
| 1 бал - за кожний тест першого рівня складності (3 тести, 3 бали);<br>2 бали - за тест другого рівня (4 тести, 8 балів);<br>3 бали - за тест третього рівня складності (3 тести, 9 балів).<br>Максимальна кількість 20 балів.<br>Результат екзамену залежить від загальної кількості набраних балів.<br>Оцінка одержана на екзамені є остаточною. | |

**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 запізнень 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 | ОЦІНКА ЄКТС | ОЦІНКА ЗА НАЦІОНАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ | |
|---|---|---|---|
| | | **екзамен** | **залік** |
| 90 - 100 | A | *відмінно* | *зараховано* |
| 81 - 89 | B | *добре* | |
| 71 - 80 | C | | |
| 61 - 70 | D | *задовільно* | |
| 51 - 60 | E | | |
| 21 - 50 | FX | *незадовільно* | *не зараховано* |
| 0 - 20 | F | | |

| | |
|---|---|
| **Питання на іспит** | 1. Суть та необхідність стратегічного управління.<br>2. Зміст та структура стратегічного управління.<br>3. Створення конкурентних переваг. Поняття та види конкурентних переваг.<br>4. Особливості стратегічного управління.<br>5. Поняття стратегії. Роль стратегії в діяльності підприємства.<br>6. Розвиток стратегічного бачення і місії підприємства.<br>7. Цілі фірми. Поняття та види цілей.<br>8. Ієрархія та вимоги до встановлення цілей.<br>9. Способи встановлення цілей. Форми прийняття рішень.<br>10. Фінансові та стратегічні цілі.<br>11. Основні цілі зростання фірми.<br>12. Створення стратегії підприємства.<br>13. Елементи стратегії підприємства.<br>14. Розробка стратегічного бачення і місії підприємства - перше завдання визначення напрямку розвитку фірми.<br>15. Формування фінансових та стратегічних цілей підприємства.<br>16. Розробка стратегії. Побудова стратегічної піраміди.<br>17. Корпоративна стратегія фірми. Процес розробки корпоративної стратегії.<br>18. Корпоративна стратегія фірми та синергічний ефект.<br>19. Ділова стратегія підприємства.<br>20. Функціональна стратегія підприємства. Операційні стратегії та їх значення.<br>21. Зовнішні та внутрішні фактори, що формують стратегію підприємства.<br>22. Конкурентні сили, які діють у галузі і міра їх впливу. Модель п‘яти конкурентних сил М. Портера.<br>23. Суперництво між продавцями в середині галузі - конкурентна сила в галузі.<br>24. Можливість появи нових конкурентів як конкурентна сила в галузі.<br>25. Конкурентна сила покупців і постачальників та її вплив на галузь.<br>26. Вплив на конкуренцію в галузі товарів-субститутів.<br>27. Аналіз мікросередовища: покупці, постачальники, конкуренти, ринок трудових ресурсів.<br>28. Методи аналізу загальної ситуації в галузі і конкуренції в ній.<br>29. Зміна в структурі конкурентних сил галузі і в навколишньому середовищі.<br>30. Аналіз внутрішнього середовища. Основні інструменти аналізу.<br>31. Стратегія низьких витрат.<br>32. Стратегія диференціації.<br>33. Сфокусовані стратегії низьких витрат і диференціації.<br>34. Характеристика загальних стратегій конкуренції.<br>35. Аналіз сильних і слабких сторін підприємства. SWOT-аналіз.<br>36. Зовнішні можливості та погрози для фірми.<br>37. Конкурентоздатність ціни та витрат підприємства.<br>38. Цінова стратегія «зняття вершків».<br>39. Цінова стратегія проникнення на ринок або завоювання частини ринку.<br>40. Поняття продукту. Фактори, що визначають розуміння продукту.<br>41. Еволюція поглядів на продукт.<br>42. Основні складові продукту. |

| | |
|---|---|
| | 43. Стратегії продукту на окремих фазах його життєвого циклу.<br>44. Стратегії створення нового продукту.<br>45. Етапи створення нового продукту.<br>46. Формування культури, яка сприяє стратегії.<br>47. Формування етичних норм і цінностей.<br>48. Орієнтація культури на високі результати фірми.<br>49. Стратегічне лідерство як фактор реалізації стратегічного управління.<br>50. Шість основних завдань лідера.<br>51. Взаємодія людини та організації.<br>52. Підходи до формування взаємодії людини і організаційного оточення.<br>53. Способи встановлення взаємодії людини і організації.<br>54. Роль і місце людини в системі стратегічного управління.<br>55. Входження людини в організацію.<br>56. Сприйняття норм і цінностей організації співробітником.<br>57. Сприйняття людини фірмою. Характеристики ситуації сприйняття.<br>58. Фактори, які впливають на входження людини в організацію.<br>59. Класичний підхід до формування стратегії конкуренції.<br>60. Наступальні стратегії.<br>61. Використання оборонних стратегій для захисту конкурентних переваг.<br>62. Стратегія вертикальної інтеграції та конкурентоспроможність фірми.<br>63. Реалізація стратегії як основна складова в системі стратегічного управління.<br>64. Основні завдання виконання стратегії.<br>65. Функції вищого керівництва. Стратегічні наміри.<br>66. Організаційна структура як об’єкт стратегічних змін.<br>67. Поняття та фактори, які впливають на організаційну структуру.<br>68. Стратегічні зміни на фірмі. Стилі проведення змін.<br>69. Стратегічний контроль. Основні параметри контролю.<br>70. Порівняння і оцінка результатів стратегічного контролю. |
| **Опитування** | Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню дисципліни «Стратегічне управління бізнесом». |

## СХЕМА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

**Дисципліна: Стратегічне управління бізнесом**
**Обсяг:** 4 кредити, 1 семестр (120 годин: 32 год. лекції, 16 год. практичні, 72 год. самостійна робота)
**Форма підсумкового контролю:** іспит

| 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.) | **Тема 1. Загальна характеристика та еволюція стратегічного управління**<br>Суть стратегічного управління. Етапи розвитку стратегічного управління та основні підходи до визначення поняття. Порівняння оперативного і стратегічного управління.<br>Конкурентні переваги. Поняття та види конкурентних переваг. Стратегії створення конкурентних переваг.<br>Особливості стратегічного управління.<br>Зміст та структура стратегічного управління. П'ять взаємопов'язаних управлінських процесів. | Лекція | Презентація, навчально-методичні матеріали | Основна література: 3,4,6,8,9,12 Додаткова література: 2,4,9,14 | Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття. | Згідно з розкладом |
| 1-ий тиждень (2 год.) | **Тема 1. Загальна характеристика та еволюція стратегічного управління**<br>1. Суть стратегічного управління та основні етапи його розвитку.<br>2. Конкурентні переваги. Стратегії створення конкурентних переваг.<br>3. Особливості стратегічного управління.<br>4. Зміст та структура стратегічного управління. | Практичне заняття | | Основна література: 4,6,8,9,12 Додаткова література: 2,4,9,14 | Суть і основні підходи до визначення стратегічного управління. Формування конкурентних переваг. Стратегії, що формують конкурентні переваги. Структура стратегічного управління. П'ять складових. | Згідно з розкладом |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 3-4 тиждень (4 год.) | **Тема 2. Аналіз зовнішнього середовища та впливу конкурентних сил. Внутрішнє середовище.**<br>Аналіз макросередовища. Економічна складова. Політична та правова складова. Соціальна компонента. Технологічна компонента. Підхід до вивчення складових макросередовища.<br>Аналіз мікросередовища. Покупці. Постачальники. Конкуренти. Ринок трудових ресурсів.<br>Конкурентні сили, що діють у галузі, та міра їх впливу. Модель п'яти конкурентних сил М. Портера.<br>Аналіз внутрішнього середовища. Кадри. Організаційний аспект. Виробництво. Маркетинг. Фінанси. Аналіз сильних та слабких сторін фірми. | Лекція | Презентація, навчально-методичні матеріали | Основна література: 1,2,6,8,10,12<br>Додаткова література: 2,4,9,11,14 | Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття. | Згідно з розкладом |
| 3-ій тиждень (2 год.) | **Тема 2. Аналіз зовнішнього середовища та впливу конкурентних сил. Внутрішнє середовище.**<br>1. Аналіз макросередовища.<br>2. Аналіз мікросередовища.<br>3. Конкурентні сили, що діють у галузі.<br>4. Аналіз внутрішнього середовища.<br>5. Аналіз сильних та слабких сторін. SWOT-аналіз. | Практичне заняття | | Основна література: 1,2,6,8,10,12<br>Додаткова література: 4,9,11,13,14 | Основні складові макросередовища. Аналіз мікросередовища. Модель п'яти конкурентних сил М. Портера. Сильні і слабкі сторони фірми. Можливості і загрози зовнішнього середовища. | Згідно з розкладом |
| 5-ий тиждень (2 год.) | **Тема 3. Визначення напрямку розвитку компанії: візія, місія та цілі.**<br>Візія, стратегічне бачення розвитку бізнесу.<br>Поняття місії. Носії інтересів. Фактори визначення місії. Мета формування місії. | Лекція | Презентація, навчально-методичні матеріали | Основна література: 4,5,8,11,12<br>Додаткова література: 1,6,9,13,14 | Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття. | Згідно з розкладом |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Цілі підприємства. Поняття та види цілей. Напрями встановлення цілей. Ієрархія цілей. Цілі зростання. Вимоги до цілей.<br>Визначення цілей. Фази встановлення цілей. Способи встановлення цілей. Форми прийняття рішень.<br>Фінансові та стратегічні цілі. | | | | | |
| 5-ий тиждень (2 год.) | **Тема 3. Визначення напрямку розвитку компанії: візія, місія та цілі.**<br>1. Візія, стратегічне бачення розвитку бізнесу.<br>2. Поняття місії. Фактори, що впливають на формування місії.<br>3. Поняття та види цілей.<br>4. Процес визначення цілей. Фази встановлення цілей. Способи встановлення цілей. Форми прийняття рішень.<br>5. Фінансові та стратегічні цілі. | Практичне заняття | | Основна література: 2,4,5,8,9,11<br>Додаткова література: 1,8,9,14 | Формування місії. Процес визначення цілей. Основні види цілей. Форми прийняття рішень. Фінансові та стратегічні цілі. | Згідно з розкладом |
| 6-7 тиждень (4 год.) | **Тема 4. Процес формування стратегії.**<br>Поняття стратегії. Роль стратегії в діяльності фірми.<br>Елементи стратегії: корпоративна місія, конкурентні переваги, організація бізнесу, продукція, ринки, ресурси, структурні зміни, програми розвитку, культура і компетентність управління.<br>Створення стратегії.<br>Аналіз стратегії: ідеологічна основа, зовнішня ефективність, внутрішня ефективність, стратегічне лідерство.<br>Розробка стратегій. Побудова стратегічної піраміди: корпоративна стратегія, ділова стратегія, функціональна та операційні стратегії. | Лекція | Презентація, навчально-методичні матеріали | Основна література: 1,2,4,5,8,11<br>Додаткова література: 1,9,11,13,14 | Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття. | Згідно з розкладом |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 7-ий тиждень (2 год.) | **Тема 4. Процес формування стратегії.**<br>1. Поняття стратегії та її роль у діяльності фірми.<br>2. Елементи стратегії.<br>3. Створення стратегії.<br>4. Аналіз стратегії.<br>5. Побудова стратегічної піраміди. | Практичне заняття | | Основна література: 1,2,4,8,10,12<br>Додаткова література: 1,9,11,13,14 | Формування стратегії. Основні елементи стратегії. Створення і аналіз стратегії. Корпоративна, ділова, функціональна та операційні стратегії. | Згідно з розкладом |
| 8-ий тиждень (2 год.) | **Тема 5. Виконання стратегії: управління внутрішніми операціями, ефективна система мотивації, стратегічний контроль.**<br>Основні завдання виконання стратегії. Функції вищого керівництва. Стратегічні наміри.<br>Організаційна структура як об'єкт стратегічних змін: типи організаційних структур; фактори вибору організаційної структури; особливості окремих типів структур.<br>Організаційна культура. Поняття та фактори, які впливають на організаційну структуру.<br>Стратегічні зміни на фірмі. Стилі проведення змін. Формування і мобілізація ресурсів.<br>Стратегічний контроль. Визначення показників. Система виміру параметрів. Порівняння і оцінка результатів. Проведення коректування. | Лекція | Презентація, навчально-методичні матеріали | Основна література: 5,8,11,12<br>Додаткова література: 5,8,9,14 | Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття. | Згідно з розкладом |
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 9-10 тиждень (4 год.) | **Тема 6. Концепція продукту у стратегічному управлінні.**<br>Поняття продукту. Фактори, що визначають розуміння продукту. Еволюція поглядів на продукт.<br>Основні складові продукту: функціональні властивості і якості; марка; імідж; гарантії.<br>Стратегії продукту на окремих фазах його життєвого циклу.<br>Стратегії створення нового продукту. Підходи до створення. Етапи створення нового продукту. | Лекція | Презентація, навчально-методичні матеріали | Основна література: 1,3,10,11,12<br>Додаткова література: 1,5,6,10,11,14 | Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття. | Згідно з розкладом |
| 9-ий тиждень (2 год.) | **Тема 5. Виконання стратегії: управління внутрішніми операціями, ефективна система мотивації, стратегічний контроль.**<br>1. Основні завдання реалізації стратегії.<br>2. Організаційна структура як об'єкт стратегічних змін.<br>3. Організаційна культура.<br>4. Стратегічні зміни на фірмі.<br>5. Стратегічний контроль. | Практичне заняття | | Основна література: 2,5,8,11,12<br>Додаткова література: 2,6,9,14 | Реалізація стратегії. Функції вищого керівництва. Стратегічні зміни на фірмі. Організаційна культура. Стратегічний контроль. | Згідно з розкладом |
| | **Тема 6. Концепція продукту у стратегічному управлінні.**<br>1. Поняття продукту. Еволюція поглядів на продукт.<br>2. Основні складові продукту.<br>3. Стратегії продукту на окремих фазах життєвого циклу.<br>4. Стратегії створення нового продукту. | | | Основна література: 1,3,4,10,12<br>Додаткова література: 2,5,6,9,11 | 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.**<br>Класичний підхід до формування стратегії конкуренції.<br>П'ять загальних стратегій конкуренції. | Лекція | Презентація, навчально-методичні матеріали | Основна література: 2,6,8,10,11<br>Додаткова література: | Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття. | Згідно з розкладом |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Стратегія низьких витрат.<br>Стратегія диференціації.<br>Стратегія найкращої вартості.<br>Сфокусовані стратегії низьких витрат і диференціації.<br>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.<br>Використання оборонних стратегій для захисту конкурентних переваг.<br>Стратегія вертикальної інтеграції та конкурентоспроможність. | | | 3,4,10,11,14 | | |
| 11-ий тиждень (2 год.) | **Тема 6. Концепція продукту у стратегічному управлінні.**<br>1. Поняття продукту. Еволюція поглядів на продукт.<br>2. Основні складові продукту.<br>3. Стратегії продукту на окремих фазах життєвого циклу.<br>4. Стратегії створення нового продукту. | Практичне заняття | | Основна література: 1,3,4,10,12<br>Додаткова література: 2,5,6,9,11 | Поняття продукту. Основні складові продукту: функціональні властивості та якості; марка, імідж, гарантії. Стратегії створення нового продукту. | Згідно з розкладом |
| | **Тема 7. Стратегії створення конкурентних переваг. Стратегії конкуренції.**<br>1. Класичний підхід до формування стратегії конкуренції.<br>2. П'ять загальних стратегій конкуренції.<br>3. Стратегія низьких витрат.<br>4. Стратегія диференціації.<br>5. Стратегія найкращої вартості.<br>6. Сфокусовані стратегії низьких витрат і диференціації. | | | Основна література: 2,6,8,10,11<br>Додаткова література: 3,4,10,11,12, 13,14 | П’ять загальних стратегій конкуренції. Базові стратегії конкуренції: низьких витрат, диференціації, сфокусовані стратегії. Шість видів наступальних стратегій. Оборонні стратегії фірми. | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 7. Наступальні стратегії. Оборонні стратегії.<br>8. Стратегія вертикальної інтеграції та конкурентоспроможність. | | | | | |
| 13-14 тиждень (4 год.) | **Тема 8. Корпоративна культура і стратегічне лідерство як фактор реалізації стратегії.**<br>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.<br>Формування етичних норм і цінностей.<br>Орієнтація культури на високі результати.<br>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. | Лекція | Презентація, навчально-методичні матеріали | Основна література: 2,5,8,11<br>Додаткова література: 1,6,9,11,14 | Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття. | Згідно з розкладом |
| 13-ий тиждень (2 год.) | **Тема 8. Корпоративна культура і стратегічне лідерство як фактор реалізації стратегії.**<br>1. Формування культури, яка сприяє реалізації стратегії.<br>2. Формування етичних норм і цінностей.<br>3. Стратегічне лідерство.<br>4. Шість основних завдань лідера. | Практичне заняття | | Основна література: 2,5,8,12<br>Додаткова література: 1,9,13,14 | Корпоративна культура та традиції фірми. Неефективні або нездорові культури. Орієнтація культури на високі результати. Основні завдання лідера. | Згідно з розкладом |
| 15-ий тиждень (2 год.) | **Тема 9. Цінова політика у структурі стратегічного управління.**<br>Цінова політика: сучасні тенденції. Зміст цінової політики: види, інструменти, ризики.<br>Стратегічне планування і цінова політика компанії. Моделі прийняття стратегічних рішень. | Лекція | Презентація, навчально-методичні матеріали | Основна література: 6,10,11,12<br>Додаткова література: 4,5,11,13 | Опрацювати рекомендовану літературу, підготуватись до практичного заняття. | Згідно з розкладом |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Аналіз рівня конкуренції та основних конкурентів.<br>Системний підхід до факторів цінової політики.<br>Управління ціновою політикою компанії. | | | | | |
| 15-ий тиждень (2 год.) | **Тема 9. Цінова політика у структурі стратегічного управління.**<br>1. Сучасні тенденції цінової політики.<br>2. Стратегічне планування і цінова політика.<br>3. Стратегічний аналіз конкуренції.<br>4. Управління ціновою політикою компанії. | Практичне заняття | | Основна література: 6,10,11,12<br>Додаткова література: 4,5,11,12,13 | Сучасні тенденції цінової політики. Політика цін та стратегічне планування. Моделі прийняття стратегічних рішень. Управління ціновою політикою компанії. | Згідно з розкладом |
| 16-ий тиждень (2 год.) | **Тема 10. Стратегія використання людського потенціалу. Особистісні основи поведінки людини в організаційному оточенні.**<br>Способи встановлення взаємодії людини і організації: організаційне оточення; очікування індивіда і організації; відповідність ролі і місця людини.<br>Роль і місце людини в системі організації: якість і прийнятність ролі; ситуації, які породжують конфлікти; способи ліквідації конфліктів; людина і її роль в організації.<br>Сприйняття людиною оточення: відбір і систематизація інформації; фактори, які впливають на сприйняття; сприйняття людини оточенням. | Лекція | Презентація, навчально-методичні матеріали | Основна література: 3,8,9,11,12<br>Додаткова література: 1,9,11,14 | Опрацювати рекомендовану літературу. | Згідно з розкладом |