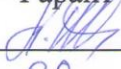


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми

 О.В. Жарун

“ 31 ” 08 2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Стратегія підприємства»

Освітній рівень: перший (бакалаврський)

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма: «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Факультет: економіки і підприємництва

Умань – 2021 р.


Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» для здобувачів вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Умань: Уманський НУС, 2021. 20 с.

Розробник: доктор філософії, викладач Бленда Н.О. 

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Протокол № 1 від « 31 » серпня 2021 року

Завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

 (Соколюк С.Ю.)
(підпис)

« 31 » 08 2021 року

Схвалено науково-методичною комісією факультету економіки і підприємництва

Протокол № 1 від « 31 » 08 2021 року

Голова  (Смолій Л.В.)
(підпис)

« 31 » 08 2021 року

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3,5	Галузь знань: <u>07 Управління та адміністрування</u> (шифр і назва)	Обов'язкова	
Модулів – 1	Спеціальність: <u>076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</u> (шифр і назва)	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 3		4-й (2-й)	4-й(2-й)
Загальна кількість годин - 105		Семестр	
		8-й (4-й)	8-й (4-й)
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 6	Освітній рівень: перший (бакалаврський) Освітня програма: Підприємництво, торгівля та біржова діяльність	Лекції	
		16 год.	8 год.
		Практичні, семінарські	
		22 год.	4 год.
		Лабораторні	
		- год.	- год.
		Самостійна робота	
		67 год.	93 год.
		Індивідуальні завдання:	
		-	контрольна робота
Вид контролю: екзамен			

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета вивчення дисципліни — здобути глибокі теоретичні знання та набути практичних навичок розробки стратегії підприємства як основної структурної ланки ринкової економіки, від аналізу та оцінювання середовища функціонування підприємств, визначення цілей та стратегій, формування стратегічних планів, проектів і програм до створення підсистем організаційного, фінансово-економічного, соціально-психологічного та інформаційно-аналітичного спрямування, що забезпечують функціонування організації у стратегічному режимі.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- теоретичне засвоєння основ методології розробки стратегій підприємства;
- вивчення основних видів стратегій і умов їх застосування на підприємстві;
- засвоєння основних методологічних прийомів формування стратегій;
- розвиток навичок стратегічного мислення та практичного застосування методологічного апарату дисципліни;
- набуття теоретичних та практичних навичок при проведенні стратегічного аналізу;
- освоєння інструментарію розроблення стратегій підприємства та вибору стратегічних альтернатив з використанням різних методів та засобів.

Місце навчальної дисципліни в структурно-логічній схемі освітньо-професійної програми: вивчення змісту дисципліни базується на освоєнні курсів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: мікроекономіка, макроекономіка, економіка підприємства, маркетинг, економічний аналіз.

Результатом вивчення дисципліни є набуття здобувачами таких компетентностей:

Загальні:

- ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях;
- ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість;
- ЗК 13. Здатність до підвищення рівня своїх знань.

Фахові:

- ФК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків;
- ФК 11. Здатність усвідомлювати умови ефективності міжнародної сегментації, застосовувати методику аналізу зовнішніх ринків, розробляти стратегії виходу підприємства на іноземні ринки.

Програмні результати навчання:

- ПРН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.
- ПРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.
- ПРН 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.
- ПРН 11. Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.
- ПРН 20. Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.
- ПРН 21. Застосовувати одержані знання й уміння для контролю за виконанням дотримання правил торгівлі, зберігання товарів.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МОДУЛЬ 1

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції.

Поняття і сутність стратегії. Розуміння “стратегії” в економічній сфері. Визначення “стратегії” різними авторами (І. Ансофф, А. Євенко, Б. Карлофф, А. Хакс, Дж. Томпсон та ін.). Основні концепції стратегії: філософська та організаційно-управлінська.

Еволюція розуміння і передбачення майбутнього підприємств (історичний огляд). Етапи розвитку та елементи систем управління:

- 1-й етап - бюджетування та фінансовий контроль. Зміст бюджетування, позитивні якості і обмеження даного методу пре передбаченні майбутнього підприємств. Управління на базі фінансового й адміністративного контролю.

- 2-й етап – довгострокове планування. Причини виникнення довгострокового планування. Прогнозування як основа довгострокового планування (еволюційні, нормативні, організаційні прогнози). Методи розробки і структура багатокрокового процесу довгострокового планування. Позитивні сторони та недоліки довгострокового планування.

- 3-й етап - стратегічне планування. Умови переходу від довгострокового до стратегічного планування. Загальні риси та відмінності довгострокового та стратегічного планування.

- 4-й етап – стратегічне управління. Концепція стратегічного управління: сутність, елементи, механізм здійснення. Необхідність переходу підприємств до стратегічного управління як реакція на зміну середовища функціонування підприємств.

Тема 2. Визначення місії та цілей підприємства.

Значення місії для діяльності підприємств. Поняття: «місія», «генеральна мета підприємства». Зв’язок філософії існування, “бачення” та місії організації.

Цілі підприємства та вимоги до їх формування. Класифікація цілей. Поняття “дерева цілей” і методи його побудови. Застосування “дерева цілей” підприємства на різних етапах стратегічного управління підприємством.

Тема 3. Стратегічний контекст підприємства.

Різноманітність підприємств та їх концепцій. Трансформаційні процеси в економіці України та, відповідно, зміна завдань управління підприємством. Розвиток підприємств, перехід від “закритого” до “відкритого” типу організації як реакція на зміни в зовнішньому середовищі. Підприємство як соціально-економічна система. Принципи стратегічної діяльності на підприємстві.

Необхідність формування стратегічного мислення управлінського персоналу. Сутність категорії “стратегічного мислення” та його роль у формуванні стратегічного рівня підприємства. Характеристики стратегічно орієнтованого підприємства.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ТА “СТРАТЕГІЧНИЙ НАБІР” ПІДПРИЄМСТВА.

Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства.

Середовище господарської організації. Основні підходи до розуміння середовища господарської організації.

Зовнішнє середовище організації. Необхідність аналізу зовнішнього середовища як умова функціонування підприємства. Моделі зовнішнього середовища. Способи збору інформації для проведення аналізу зовнішнього середовища.

Аналіз макросередовища. Неконтрольовані фактори та адаптація підприємства до них. Методи аналізу макросередовища (PEST – аналіз). Методика проведення аналізу, характеристика груп факторів, які досліджуються та форма подання результатів дослідження.

Аналіз мікросередовища діяльності підприємства. Модель “галузевої конкуренції” М. Портера. Характеристика основних елементів проміжного середовища (мікросередовища) підприємства. Методи дослідження елементів проміжного середовища та стратегії впливу на них.

Характеристика середовища господарських підприємств України, необхідність формування систем стратегічного моніторингу. Політичний, економічний, науково-технічний, екологічний та соціальний стан України. Загрози і можливості, які існують для українських та зарубіжних підприємств. Стан виробництва в Україні. Необхідність моніторингу середовища та розробки антикризової стратегії.

Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства.

Внутрішнє середовище організації. Техніко-технологічні та соціокультурні моделі внутрішнього середовища організації. Поняття “потенціалу підприємства” (ресурсний, цільовий і функціонально- вартісний підходи до оцінки потенціалу) . Системні, структурні та якісні характеристики виробничого потенціалу підприємства. SNW – підхід до аналізу сильних та слабких сторін підприємства.

Складання стратегічного балансу та сутність SWOT – аналізу. Основні етапи застосування SWOT – аналізу. Загальні характеристики сильних та слабких сторін що використовуються в SWOT- аналізі. Загальні зовнішні можливості та загрози, що використовуються в SWOT - аналізі. Встановлення ліній зв’язку між зовнішніми можливостями і загрозами та слабкими і сильними сторонами підприємства. Оформлення результатів проведеного дослідження. Матриця SWOT – аналізу.

Прогнозування та його методи. Розробка сценаріїв розвитку подій (основні етапи). Необхідність та особливості використання основних методів прогнозування на підприємствах України. Досвід застосування експертних методів, методів екстраполяції та моделювання на вітчизняних підприємствах.

Тема 6. Загальні та загальноконкурентні стратегії.

“Стратегічний набір” як система стратегій. Визначення “стратегічного набору” підприємства та вимоги до його формування. Групи стратегій, що складають “стратегічний набір” підприємства. “Стратегічна прогалина”.

Загальні та загальноконкурентні стратегії. Класифікація загальних стратегій та способів їх реалізації. Характеристика загальноконкурентних стратегій. Поєднання загальних та загальноконкурентних стратегій. Зміна змісту стратегій залежно від позицій підприємств у галузі.

Тема 7. Забезпечувальні стратегії підприємства.

Забезпечувальні стратегії (продуктово-товарні, ресурсні та функціональні). Ринкові та виробничі характеристики продуктово-товарних стратегій. Визначення “стратегічної зони господарювання”(СЗГ). Кількісні та якісні характеристики СЗГ.

Ресурсні стратегії. Ресурсний потенціал підприємства як структура та взаємозв'язок ресурсів підприємства. Моделі та методи розробки стратегій відносно основних елементів ресурсного забезпечення підприємства.

Функціональні стратегії. Сутність функціонального потенціалу управління. Характеристика моделей і методів розробки основних функціональних стратегій управління. Зв'язок ресурсних та функціональних стратегій.

Тема 8. Стратегії диверсифікації діяльності підприємства.

Стратегії диверсифікації діяльності підприємства. Види стратегій диверсифікації. Умови прийняття рішення про диверсифікацію. Переваги та недоліки диверсифікації.

Стратегії диверсифікованого розвитку компаній: центрованої, горизонтальної та конгломератної диверсифікації. Головні фактори, що зумовлюють вибір стратегій при диверсифікації за рахунок зниження інтегральних корпоративних витрат що виникають за рахунок багатofункціонального використання ресурсів.

Характеристика стратегії центрованої диверсифікації як пошуку та використання додаткових можливостей виробництва нових продуктів, які закладені в існуючому бізнесі.

Характеристика стратегії горизонтальної диверсифікації як пошуку можливостей росту бізнесу на існуючих ринках за рахунок нової продукції, що вимагає нової технології, яка відрізняється від існуючої.

Характеристика стратегії конгломератної диверсифікації як пошуку можливостей росту компанії за рахунок виробництва технологічно пов'язаних з уже виготовлюваними нових продуктів, які реалізуються на нових ринках.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства.

Корпоративна стратегія підприємства. Поліпродуктові або диверсифіковані підприємства. Портфель бізнесів підприємства (корпоративний портфель). Мета

“портфеля бізнесів”. Основні елементи, що формують корпоративну стратегію. Структура корпоративної стратегії. Об’єднання продуктових, функціональних та ресурсних стратегій на загально корпоративному рівні.

Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства.

Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства. Призначення та етапи портфельного аналізу. Матричні методи проведення портфельного аналізу (матриця BCG, нові матриці BCG, матриця GE-McKinsey, матриця “балансу життєвих циклів”, матриця “товар - ринок”).

Характеристика матриці Бостонської консалтингової групи (БКГ) – порівняння темпів росту та частки ринку. Альтернативні стратегії в межах матриці БКГ. Сильні та слабкі сторони матриці БКГ. Обмеженість матриці та головні зауваження щодо можливостей її використання.

Характеристика матриці компанії Дженерал Електрик та консалтингової фірми Мак-Кінсі – порівняння привабливості ринку конкурентоздатності. Побудова матриці, її розмірність та структура. Сильні та слабкі сторони моделі Дженерал Електрик та Мак-Кінсі.

Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі.

Альтернативність у стратегічному виборі. Система стратегічних, поточних та оперативних планів підприємства. Стратегічні плани, проекти та програми. Альтернативні плани. Розробка бюджетів.

Альтернативні стратегії як основа правильного вибору корпоративної стратегії діяльності підприємства. Головні стратегічні альтернативи для базових стратегій: для стратегії зростання – проникнення на нові ринки, диверсифікація, співробітництво, зовнішньоекономічна діяльність; для стратегії стабілізації – зменшення витрат, фінансова активізація та економія, ревізія витрат; для стратегії скорочення – перебудова системи управління, покращення фінансової діяльності, активізація роботи маркетингових служб.

Об’єктивні обмеження при формулюванні стратегічних альтернатив: рівень наявних фінансових ресурсів, рівень прийнятної ризику, потенціальні навички та можливості підприємства, відносини в межах робочих зв’язків підприємства, протидія конкурентів. Основи вибору стратегії підприємства,

Етапи вибору: усвідомлення поточної стратегії; аналіз портфеля бізнесів, вибір стратегії підприємства. Ключові фактори успіху, що необхідно враховувати при виборі стратегії.

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	інд	с.р.		л	п	інд	с.р.
1	2	3	4	6	7	8	9	10	12	13
Модуль 1										
Змістовий модуль 1. Сутність стратегії підприємства										
Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції	8	1	2	-	5	8	1	-	-	7
Тема 2. Визначення місії та цілей підприємства	8	2	2*	-	4	8	1	-	-	7
Тема 3. Стратегічний контекст підприємства	8	1	2	-	5	8	1	-	-	7
Разом за модулем 1	24	4	6	-	14	24	3	-	-	21
Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз та “стратегічний набір” підприємства.										
Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства	10	2	2	-	6	10	1	1	-	8
Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	10	1	2	-	7	10	1	1	-	8
Тема 6. Загальні та загально-конкурентні стратегії	10	1	2	-	7	10	1	1	-	8
Тема 7. Забезпечувальні стратегії підприємства	10	1	2	-	7	10	1	-	-	9
Тема 8. Стратегії диверсифікації діяльності підприємства	10	1	2*	-	7	10	-	-	-	10
Разом за модулем 2	50	6	10	-	34	50	4	3	-	43
Змістовий модуль 3. Методи формування корпоративної стратегії підприємства										
Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства	9	2	1	-	6	9	-	-	-	9
Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства	13	3	4	-	6	13	1	1	-	11
Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі	9	1	1	-	7	9	-	-	-	9
Разом за модулем 3	31	6	6	-	19	31	1	1	-	29
Усього годин	105	16	22	-	67	105	8	4	-	93

*залучений стейкхолдер для спільного проведення аудиторного заняття

5. Теми семінарських та практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заоч.
Змістовий модуль 1. Сутність стратегії підприємства			
1	Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції	2	-
2	Тема 2. Визначення місії та цілей підприємства	2	-
3	Тема 3. Стратегічний контекст підприємства	2	-
Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз та “стратегічний набір” підприємства.			
4	Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства	2	1
5	Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	2	1
6	Тема 6. Загальні та загальноконкурентні стратегії	2	1
7	Тема 7. Забезпечувальні стратегії підприємства	2	-
8	Тема 8. Стратегії диверсифікації діяльності підприємства	2	-
Змістовий модуль 3. Методи формування корпоративної стратегії підприємства			
9	Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства	1	-
10	Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства	4	1
11	Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі	1	-

6. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
Змістовий модуль 1. Сутність стратегії підприємства			
1	Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції. 1. Здійснити критичний аналіз відомих визначень стратегії. Які з них є найобґрунтованішими і чому? 2. Сформулювати вимоги до стратегій. Чим пояснюється недоліки в обґрунтуванні стратегій? 3. Визначити відмінності між довгостроковим, короткостроковим та стратегічним плануванням. Чи можна порівняти довгострокове планування 1960—1970-х років у СРСР і країнах з розвинутою ринковою економікою?	5	7

	<p>4. Розкрити сутність, основні відмінності та обмеження бюджетування, довгострокового та стратегічного планування, «регулярного» менеджменту та стратегічного управління.</p> <p>5. Які обмеження стратегічного управління є найбільш істотними та чому його доцільно застосовувати на ринково-орієнтованих підприємствах?</p> <p>Література: 1,2,5,6,7,9,11,18,31.</p>		
2	<p>Тема 2. Визначення місії та цілей підприємства.</p> <p>1. На яких засадах формується місія підприємства та які ознаки грамотно сформованої місії? Чи може отримання прибутку бути місією?</p> <p>2. Сформулювати місію університету, де ви навчаєтесь, її зміст та необхідність встановлення.</p> <p>3. Для чого існує класифікація цілей та за якими критеріями можна їх класифікувати? Чи існують розбіжності цілей окремої особи та групи і як можна їх уникнути?</p> <p>4. Що таке «дерево цілей»? Які підходи до його побудови? Де може застосовуватися «дерево цілей» підприємства?</p> <p>5. Охарактеризувати процес побудови «дерева цілей» на прикладі декомпозиції будь-якої мети.</p> <p>Література: 1,2,3,4,5,6,7,9,11,12.</p>	4	7
3	<p>Тема 3. Стратегічний контекст підприємства.</p> <p>1. Визначити характеристики стратегічно орієнтованих підприємств.</p> <p>2. Трансформаційні процеси в економіці України та, відповідно, зміна завдань управління підприємством.</p> <p>Література: 2,4,6,9,10,11,17,31.</p>	5	7
Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз та “стратегічний набір” підприємства.			
4	<p>Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства.</p> <p>1. Охарактеризувати відомі моделі зовнішнього, проміжного та внутрішнього середовища, що застосовуються у стратегічному управлінні. Чому ієрархічні моделі середовища організації нині домінують у теорії та практиці стратегічного управління?</p> <p>2. Визначення механізму впливу факторів середовища на діяльність організації. Приклади впливу державних органів управління на діяльність організацій з різними формами власності.</p> <p>3. Описати варіанти впливу окремих елементів</p>	6	8

	<p>безпосереднього оточення (проміжного середовища) на підприємство. Які складові цього середовища є найбільш критичними для підприємства – об'єкта аналізу? Чи є ця ситуація типовою?</p> <p>Література: 1,2,3,4,5,6,7,8,11,13,14,16,30,31.</p>		
5	<p>Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства.</p> <p>1. Який з розглянутих методів оцінювання стратегічного потенціалу підприємства є найбільш прийнятним для застосування здобутих результатів у розробці стратегії?</p> <p>2. Визначити сильні та слабкі сторони підприємства, різної сфери діяльності.</p> <p>3. Навести приклади взаємовпливу внутрішнього та зовнішнього середовищ організації. Яким організаціям вдається не тільки впливати на середовище, а й формувати його?</p> <p>Література: 3,6,11,19,25,31.</p>	7	8
6	<p>Тема 6. Загальні та загальноконкурентні стратегії.</p> <p>1. Визначити сутність «стратегічного набору» підприємства та його призначення. Сформулювати критерії формування «стратегічного набору». Які ознаки має обґрунтований «стратегічний набір»?</p> <p>2. Як пов'язані цілі та стратегії управління? Яке місце займає «стратегічна прогалина» в обґрунтуванні стратегій розвитку організації?</p> <p>3. Визначити співвідношення загальних та загальноконкурентних стратегій. Обґрунтувати загальноконкурентну стратегію для конкретного підприємства.</p> <p>4. Визначити основні фактори, що впливають на вибір продуктово-товарних стратегій. Чому варто віддати перевагу в дослідженнях, щоб розробити реальні продуктово-товарні стратегії?</p> <p>Література: 1,4,5,6,9,11,18,26,27,31.</p>	7	8
7	<p>Тема 7. Забезпечувальні стратегії підприємства.</p> <p>1. Охарактеризувати взаємозв'язок і співвідношення продуктово-товарних, функціональних і ресурсних стратегій підприємства.</p> <p>2. Визначити основні фактори, що впливають на вибір продуктово-товарних стратегій.</p> <p>3. Моделі та методи аналізу та балансування СЗГ? Оцінити співвідношення СЗГ під час обрання різних загальноконкурентних стратегій.</p> <p>4. Яке місце та роль мають «забезпечувальні» стратегії у «стратегічному наборі»? Що впливає на їхній зміст і методи розробки (коригування)?</p>	7	9

	5. Загальні вимоги до побудови ресурсних стратегій. Які моделі та методи використовуються для їх розробки? Література: 1,6,10,11,20,24.		
8	Тема 8. Стратегії диверсифікації діяльності підприємства. 1. Оцінити умови, переваги та недоліки різних варіантів диверсифікації. Чому конгломератна диверсифікація не завжди ефективна? 2. Визначте можливості диверсифікації діяльності підприємства у різних сферах. 3. Необхідні зміни у діяльності підприємства та їх структура для здійснення диверсифікації. Література: 1,2,9,11,15,23.	7	10
Змістовий модуль 3. Методи формування корпоративної стратегії підприємства			
9	Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства. 1. Що таке «портфель» підприємства? В яких умовах існує необхідність аналізу та планування «портфеля»? 2. Моделі та методи, що використовуються для «портфельного» аналізу й планування? Охарактеризувати їх переваги і недоліки. 3. Обґрунтувати вплив ресурсних і функціональних стратегій на зміст комплексної стратегії «розвиток загального управління». 4. Які з найвідоміших у світовій практиці методів побудови стратегій можна застосувати в умовах діяльності українських підприємств? Чи можна стверджувати, що склад основних елементів «стратегічного набору» підприємства незмінний? Література: 3,4,11,28,31.	6	9
10	Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства. 1. Альтернативні стратегії в межах матриці БКГ. Сильні та слабкі сторони матриці БКГ. Обмеженість матриці та головні зауваження щодо можливостей її використання. 2. Сильні та слабкі сторони моделі Дженерал Електрик та Мак-Кінсі. 3. Матричні методи проведення портфельного аналізу (нові матриці BCG, матриця “балансу життєвих циклів”, матриця “товар - ринок”). Література: 11,2,3,5,6,7,8,9,11.	7	11
11	Тема 11. Альтернативність у стратегічному виборі. 1. Головні стратегічні альтернативи для стратегії стабілізації – зменшення витрат, фінансова активізація та	6	9

	<p>економія, ревізія витрат; для стратегії скорочення – перебудова системи управління, покращення фінансової діяльності, активізація роботи маркетингових служб.</p> <p>2. Об'єктивні обмеження при формулюванні стратегічних альтернатив: рівень наявних фінансових ресурсів, рівень прийняттого ризику, потенціальні навички та можливості підприємства, відносини в межах робочих зв'язків підприємства, протидія конкурентів.</p> <p>Література: 1,2,3,4,5,6,9,11,31.</p>		
Разом		67	93

7. Завдання для студентів заочної форми навчання

Індивідуальні завдання для здобувачів заочної форми навчання передбачає написання контрольної роботи. Метою виконання контрольної роботи є закріплення і поглиблення теоретичних знань і практичних навичок розробки стратегії підприємства.

Під час вивчення навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» студенти заочної форми навчання виконують одне індивідуальне завдання, результати якого представляють у вигляді письмової роботи. Контрольну роботу студенти виконують самостійно впродовж вивчення дисципліни «Стратегія підприємства» з проведенням консультацій викладачем дисципліни відповідно до графіка навчального процесу.

Вказівки щодо вибору варіанту контрольної роботи та індивідуальні завдання, що відповідають обраному варіанту, наведено у «Методичних рекомендаціях для самостійної роботи та виконання контрольних робіт з дисципліни «Стратегія підприємства» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», які входять до методичного забезпечення дисципліни. Контрольна робота зараховується, якщо в ній повністю висвітлені питання.

8. Методи навчання

Теоретичні та практичні положення дисципліни вивчаються студентами в процесі роботи над лекційним курсом, участі у семінарських заняттях, при виконанні індивідуальних завдань (студентами заочної форми навчання), самостійній роботі, яка полягає у вивченні та опрацюванні наукової, навчально-методичної літератури, законодавчих і нормативних актів, виконанні навчальних завдань.

При викладанні навчальної дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: лекції-бесіди, робота в мікрогрупах, семінари-дискусії, кейс-метод, аудіовізуальний метод, метод «дерева рішень», презентації. Лекції-бесіди – при читанні лекції студентам даються питання для самостійного розміркування, що дає змогу зосередити увагу на найбільш важливих проблемах теми, яка вивчається, визначити зміст і темп викладу навчального матеріалу з урахуванням рівня підготовленості та освіти аудиторії. Окрім питань студентів, вона допускає викладення ними своєї точки зору з того чи іншого питання. Робота в мікрогрупах використовується з метою є розв'язання дилем, що потребують колективного обговорення. Кейс-метод (метод аналізу конкретних ситуацій) передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу. Застосування аудіовізуального методу передбачає використання можливостей Інтернет, теле-, відео-, фото-, аудіо- та інших матеріалів у навчальному процесі. Метод «дерева рішень» використовується з метою зважити переваги і недоліки різних варіантів дій, рішень тощо, аналізуючи та оцінюючи альтернативні варіанти розв'язання проблеми та прогнозуючи наслідки кожного з них.

Дистанційні технології навчання є однією з форм індивідуалізації освітнього процесу, що ґрунтується на принципах відкритого навчання з широким використанням комп'ютерних навчальних програм різного призначення та створює інформаційне освітнє середовище для передачі веб-ресурсів навчальних дисциплін і взаємодії між учасниками. Дистанційне навчання в Уманському НУС здійснюється відповідно до положення «Про організацію поточного, семестрового контролю та проведення атестації здобувачів освіти із застосуванням дистанційних технологій в Уманському національному університеті садівництва». Для забезпечення освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання в УНУС використовується система управління навчанням Moodle. Матеріали курсу «Стратегія підприємства» розміщені на платформі Moodle <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=508>. В разі запровадження карантинних обмежень проводяться відеоконференції в форматі лекцій або семінарів. Зв'язок студентів з викладачем забезпечують різноманітні сучасні платформи, такі як: Zoom, Google Meet, Moodle.

9. Методи контролю

Для забезпечення оцінювання студентів проводиться поточний (модульний) контроль.

Модульний контроль передбачає перевірку стану засвоєння визначеної

системи елементів знань та вмінь студентів з того чи іншого модулю.

При контролі систематичності та активності роботи на семінарських заняттях оцінюванню в балах підлягають: рівень знань, необхідний для виконання завдань, що передбачені для самостійного опрацювання; повнота, якість і вчасність їх виконання; рівень знань, продемонстрований у відповідях і виступах на семінарських заняттях; активність при обговоренні питань, що винесені на семінарські заняття; результати експрес-контролю тощо.

При контролі виконання самостійної роботи, яка передбачена робочою програмою дисципліни, оцінюванню в балах підлягають: самостійне опрацювання окремих питань; есе; підготовка конспектів навчальних чи наукових тестів; підготовка реферативних матеріалів тощо.

При виконанні модульних (контрольних) завдань оцінюванню в балах підлягають теоретичні знання і практичні уміння, яких набули студенти після опанування певного модуля. Модульний контроль проводиться письмово або з використанням платформи MOODLE у формі тестів.

Повторне виконання модульних контрольних робіт на вищу кількість балів дозволяється, як виняток, з поважних причин за погодженням викладача, який викладає дисципліну, з дозволу декана факультету.

У разі невиконання певних завдань поточного контролю з об'єктивних причин, студенти мають право, з дозволу викладача, скласти їх до останнього семінарського заняття. Час і порядок складання визначає викладач.

У разі, коли студент не з'явився на проведення модульної контрольної роботи без поважних причин, він отримує нуль балів. Передача модульного контролю допускається у строки, які встановлюються викладачем.

Знання студента з певного модуля вважаються незадовільними, за умови коли сума балів його поточної успішності та за модульний контроль складають менше 60% від максимально можливої суми за цей модуль. В такому випадку можливе повторне перескладання модуля у терміни встановлені викладачем.

Рейтингова сума балів з навчальної дисципліни після складання модулів виставляється як сума набраних студентом балів протягом семестру та проведення підсумкового контролю.

Формою підсумкового контролю є екзамен. На екзамені студент може отримати 30 балів. Виконання студентами екзаменаційного завдання повинно носити виключно самостійний характер. Умовою допуску до екзамену є отримана за виконання вищезазначених типів робіт протягом семестру сума у 30 балів. Якщо сума балів набраних студентом за семестр менша ніж 30, то студент не може бути допущений до складання екзамену з даного курсу, так як рівень його знань вважається недостатнім.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

В основу рейтингового оцінювання знань студента закладена спеціальна 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати студент за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи тощо). Кількість балів, які можна набрати у ході вивчення курсу дисципліни розподіляються наступним чином:

Денна форма навчання

Зміст	ЗМ 1				ЗМ 2						ЗМ 3				Екзамен	Загальна сума балів
Кількість балів за модуль	20				29						21					
Змістові модулі	T 1	T 2	T 3	МК 1	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	МК 2	T 9	T 10	T 11	МК 3		
Кількість балів за змістовими модулями і модульний контроль	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	6	5	5	30	100

Заочна форма навчання

Зміст	ЗМ 1				ЗМ 2						ЗМ 3				Екзамен	Загальна сума балів
Кількість балів за модуль	20				29						21					
Змістові модулі	T 1	T 2	T 3	МК 1	T 4	T 5	T 6	T 7	T 8	МК 2	T 9	T 10	T 11	МК 3		
Кількість балів за змістовими модулями і модульний контроль	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	6	5	5	30	100
Контрольна робота 25																

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

11. Методичне забезпечення

1. Бленда Н.О. Методичні вказівки до семінарських і практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Стратегія підприємства» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Умань: Видавець ФОП «Масловатий», 2021. 28 с.

2. Бленда Н.О. Методичні вказівки для самостійної роботи та написання контрольних робіт з дисципліни «Стратегія підприємства» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Умань: Видавець ФОП «Масловатий», 2021.

3. Бленда Н.О. Стратегія підприємства. Електронний навчальний курс для дистанційного вивчення навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». <https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=508>

12. Рекомендована література

Базова

1. Ансофф И. Стратегическое управление. Пер. с англ. М.: Экономика. 1989.
2. Березін О.В., Безпарточний М.Г., Березін О. В. Стратегія підприємства [Текст] : навч. посібник. К. : Ліра-К, 2010. 222 с.
3. Дикань В.Л., Зубенко В.О., Маковоз О.В., Токмакова І.В., Шраменко О.В. Стратегічне управління: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 272 с.
4. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління: навч. посіб. [відп. ред. Л. М. Савчук]; М-во освіти і науки України, Нац. техн. ун-т України "Київ. політех. ін-т". К. : Центр учбової літ., 2009. 440 с.
5. Ковтун І. О. Стратегія підприємства: підручник. Львів: «Новий Світ - 2000», 2009. 680 с.
6. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства. Курс лекцій. К.: МАУП, 2010.
7. Піжук О. І. Стратегія підприємства : навч. посіб. ; Державна фіскальна служба України, Університет ДФС України, [та ін.]. Ірпінь, 2018. 390 с
8. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі: навч. посібник. 2-ге вид., доповн. Львів : Новий Світ 2000, 2010. 271 с.
9. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: підруч. Тернопіль: «Економічна думка». 2012. 390 с.
10. Сумець О.М. Стратегічний менеджмент: підручник; Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. Харків: ХНУВС, 2021. 208 с.
11. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підруч. Київ. нац. екон. ун-т. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : КНЕУ, 2004. 700с.

Допоміжна

12. Богатирьова Л. Д. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. Одеса: ОНАЗ, 2012. 384 с.
13. Бленда Н.О., Уланчук В.С., Жарун О.В., Длугоборська Л.В. Розвиток іноземного інвестування в Україні. Збірник наукових праць Уманського НУС, Вип. 96, 2020. С. 21-34.
14. Бленда Н.О. SWOT-аналіз – основа формування стратегії підприємства. Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції «Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин», 25-26 травня 2017р.
15. Бленда Н.О. Особливості диверсифікації виробництва аграрних підприємств. Матеріали Всеукраїнської наукової конференції молодих учених і науково-педагогічних працівників «Підсумки наукової роботи за 2014-2019 рр.», приурочена 175-річчю Уманського НУС, 14-15 травня 2019р / Редкол.: Непочатенко О.О. (відп. ред.) та ін. Умань. Редакційно-видавничий відділ Уманського НУС, С. 98-101.
16. Гордієнко П. Л., Дідковська Л. Г., Яшкіна Н. В. Стратегічний аналіз: навч. посіб., 2-ге вид., перероб. і доп. К. : Алерта, 2008. 478 с.
17. Горемыкин В.А., Богомоллов О.А. Экономическая стратегия предприятия. Учебник. М.: «Филинь», Рилант. 2001.
18. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования. Учеб. пособие. М.: Финпресс. 1998.
19. Жарун О.В., Савчук В.К., Уланчук В.С. Стратегічний розвиток підприємств аграрної сфери економіки України: аналітико-прогнозна оцінка: колективна монографія. За заг. ред. В. К. Савчука, К.: ЦП «Компринт», 2018. 280-298 с.
20. Карлоф Б. Деловая стратегия. Пер. с англ. М.: Экономика. 1991.
21. Ковалевська А. В., Родченко В. Б., Леонт'єва Ю. Ю. Стратегія підприємства: навч. посібник у тестах. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 2013. 282 с.
22. Ковтун, І. О. Стратегія підприємства: практикум[Текст] : навч. посіб. Львів: «НовийСвіт-2000», 2009. 308 с.
23. Nesterchuk Y., Korotieiev M., Cherneha I., Sokoliuk S., Zharun O. & Blenda N. Formation of Productive Employment of Labor Potential by Diversifying the Rural Economy. (Формування продуктивної зайнятості трудового потенціалу шляхом диверсифікації сільської економіки.) Proceedings of the 35rd International Business Information Management Association Conference (IBIMA). Education Excellence and Innovation Management: A 2025 Vision to Sustain Economic Development during Global Challenges 1-2 April 2020, Seville, Spain, P. 14252-14258. (Scopus & Web of Science).
24. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Дніпро: Видавець, 2019. 240 с.
25. Пономаренко В.С. Стратегічне управління організаційними перетвореннями на промислових підприємствах. Х. : ХНЕУ, 2005. 452 с.

26. Портер М. Стратегія конкуренції. Пер. з англ. К.: Основи. 1997.
27. Рокоча В., Одягайло Б., Терехов В. Бізнес-стратегії європейських компаній : навч. посіб. К: ВНЗ "Ун-т економіки та права "КРОК", 2018. 310 с.
28. Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій [О. М. Полінкевич та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Полінкевич. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 415 с.
29. Sokoliuk S., Blenda N., Tupchiy O., Nepochatenko O., Ulanchuk V. and Yakovenko R. Features Of Formation Of Organizational-Integrative Processes In Horticulture. Proceedings of the 35rd International Business Information Management Association Conference (IBIMA). Education Excellence and Innovation Management: A 2025 Vision to Sustain Economic Development during Global Challenges 1-2 April 2020, Seville, Spain, P. 14259-14266. (Scopus & Web of Science).
30. Томпсон-мл А. А., Стрикленд А.Дж.. Стратегический менеджмент. Концепции ситуации для анализа. пер. сангл., 12-е изд. М.: Изд. Дом "Вильямс", 2006. 928 с.
31. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент, искусство разработки и реализации стратегии. М.: Банки и биржи. 1998.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Верховної Ради України <http://rada.gov.ua/>
2. Державна служба статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України <http://www.me.gov.ua/>
4. Офіційний сайт Міністерства розвитку громад та територій <http://www.minregion.gov.>

13. Зміни у робочій програмі на 2021-2022 навчальний рік.

1. Змінилась загальна кількість годин на вивчення дисципліни;
2. Внесення відповідних коригувань в розподіл балів, що їх отримують студенти в процесі вивчення дисципліни;
2. Оновлення переліку рекомендованої літератури.