

**Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія»**

Кафедра економіки та права

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з НМР та І

К. Г. Михайльова



«11» вересня 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Стратегія підприємства та бізнесу

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський),

Галузь знань 05 – Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність 051 – Економіка

Освітня програма «Бізнес-економіка та її правове забезпечення»

Факультет «Бізнес-управління»

Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегія підприємства та бізнесу» спеціальності 051 «Економіка» освітньої програми «Бізнес-економіка та її правове забезпечення»

Розробник:

к.е.н., доцентка кафедри економіки і права
Тимохова Галина Борисівна

к.т.н., доцентка кафедри економіки і права
Обухова Наталія Володимирівна

Робочу програму затверджено на засіданні кафедри економіки та права

Протокол від 10 вересня 2024 року № 2

Завідувач кафедри економіки та права



Васюренко Л.В.

«10» вересня 2024 року

Схвалено радою факультету «Бізнес управління»

Протокол від 10 червня 2024 року № 5



Голова

Астахов В.В.

« 10 » червня 2024 року

1. Опис навчальної дисципліни

Метою курсу «Стратегія підприємства та бізнесу» є надання знань про теоретичні засади, інструментарій і методи розробки стратегій сучасного підприємства.

В тому числі сформувати систему програмних компетентностей і результатів навчання: (Інтегральна), Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.

(ЗК1) Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

(ЗК3) Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

(ЗК10) Здатність бути критичним і самокритичним.

(ЗК12) Навички міжособистісної взаємодії.

(ЗК13) Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

(СК4) Здатність пояснювати економічні та соціальні процеси і явища на основі теоретичних моделей, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати.

(СК8) Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері економічних та соціально-трудових відносин.

Завданням курсу є вивчення методології розробки стратегії підприємства і вибору стратегічних альтернатив; придбання навиків стратегічного мислення і практичного застосування методологічного апарату дисципліни; оволодіння методом аналізу кейса, навиками аналітичного обґрунтування рішення стратегічних задач. Завдання дисципліни – формування у студентів уявлення про основи розробки і вибір стратегії підприємства.

Обсяг в кредитах – 4/4

Розподіл у годинах за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять	
Повний термін навчання	
денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки:	
4-й	4-й
Семестр	
8-й	8-й
Лекції	
20	8
Практичні, семінарські	
20	10
Лабораторні	
-	-
Самостійна робота	
80	102
Індивідуальні завдання	
Вид підсумкового контролю	
іспит	іспит

Статус дисципліни – обов'язкова

Передумови для вивчення дисципліни

Дисципліна «Стратегія підприємства та бізнесу» передбачає наявність систематичних і глибоких знань із базових дисциплін: «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Маркетинг та сучасні маркетингові технології»,

Очікувані результати навчання:

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
ПРН 5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).	проблемний метод викладу, ситуаційний, метод евристичних питань, дослідницький, евристичний; метод Сократа.	усне опитування, підготовка наукової доповіді за ініціативою студента, виконання контрольних робіт, самооцінка студента за питаннями для самоконтролю.
ПРН 6. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.	проблемний метод викладу, ситуаційний, дослідницький, пошукові вправи, евристичний метод.	розв'язання кейсів і практичних завдань колоквиум, самооцінка студента за питаннями для самоконтролю.
ПРН 7. Пояснювати моделі соціально-економічних явищ з погляду фундаментальних принципів і знань на основі розуміння основних напрямів розвитку економічної науки.	проблемний метод викладу, ситуаційний, дослідницький, підготовка тез на конференцію.	розв'язання кейсів і практичних завдань колоквиум, самооцінка студента за питаннями для самоконтролю.

Засоби діагностики результатів навчання:

* Поточна діагностика результатів навчання здійснюється за допомогою наступних методів і форм роботи: виконання здобувачами практично орієнтованих, проблемних завдань; групових проєктів; підготовка письмових та усних повідомлень за тематикою навчального курсу; презентації результатів виконаних завдань;

- періодична (обов'язкова) діагностика здійснюється у формі виконання студентами письмових тестових контрольних робіт та індивідуального завдання.

- підсумкова діагностика результатів навчання здійснюється у формі заліку після вивчення модулю 1 та у формі іспиту після вивчення модулю 2.

Мова навчання: державна (українська).

2. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1

Стратегія, місія та цілі підприємства.

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції

Суть та класифікація стратегій підприємства. Загальна схема технології розробки стратегії підприємства. Відмітні риси стратегії великих і середніх підприємств. Елементи стратегії підприємства.

Методи формування стратегій. Підходи при розробці стратегій, які запропонував Г. Мінцберг. Підходи, залежно від участі керівників і виконавців, які запропонував А. Томпсон. Концепції формування стратегій.

Еволюція та поняття стратегічного планування. Поточне планування та бюджетування. Екстраполяційне планування. Стратегічне планування. Стратегічне управління. Загальна структура стратегічного плану підприємства. Програмний захід. Проект. Відмінності стратегічних планів від програм. Зміст і зв'язок стратегічних і поточних планів підприємства.

Тема 2. Формування місії та системи цілей підприємства.

Поняття «місія». Приклади місії підприємства і формулювання стратегічного бачення. Місія в стратегічному менеджменті. Основні групи зацікавлених осіб (стейкхолдери). Стейкхолдери міста (регіону). Складові місії. Характеристики цілей. Характеристика місії та цілей підприємства. Класифікація цілей підприємства. Вузкопрофільне підприємство: ділова стратегія; функціональна стратегія; операційна стратегія. Зразок вирішення задачі розробки стратегії по рівнях ієрархії. Розробка корпоративної стратегії для диверсифікованого підприємства. Зміст корпоративної стратегії диверсифікованого підприємства. Зміст ділової стратегії. Різниця між сильною і слабкою діловою стратегією. Визначення стратегії для вузькопрофільного підприємства. Зміст функціональної стратегії. Зміст операційної стратегії. Взаємозв'язок місії, цілей, стратегій в піраміді створення стратегії.

Стратегічні ресурси. Групи стратегічного впливу. Сегмент ринку. Критерії сегментації ринку. Параметри виділення стратегічних зон господарювання.

Тема 3. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства

Вплив зовнішнього середовища. Головні компоненти нестабільності зовнішнього середовища підприємства. Шкала І. Ансоффа. Управління на основі екстраполяції (довгострокове планування). Управління на основі передбачення змін (стратегічне планування, вибір стратегічних позицій). Управління на основі гнучких експертних рішень.

Методика T.e.m.p.l.e.s. (Technology, Economics, Market, Politics, Laws, Ecology, Society). Ціль та етапи проведення PEST-аналізу. Аспекти PEST-аналізу.

Тема 4. Аналіз ситуації на підприємстві

Мета ситуативного аналізу. низькоцінового лідерства. Відмінності від суперників. Фокусування на вузьких групах споживачів або маркетингових нішах. Ступінь вертикальної інтеграції і географічний масштаб ринку. індикаторами стратегічної діяльності.

Чинники, що враховуються в SWOT-аналізі. Потенційні внутрішні сильні сторони. Потенційні внутрішні слабкості. Потенційні зовнішні сприятливі можливості. Потенційні зовнішні погрози.

Відмінності у витратах суперників. Вартісний ланцюг в галузевому розрізі дій. Загальний аналіз конкурентної позиції і конкурентної сили підприємства. Приклад зваженої оцінки стратегічної сили підприємства щодо суперників.

Ознаки сили і слабкості в конкурентній позиції підприємства. Ідентифікація всіх важливих стратегічних підходів.

Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу і конкурентоспроможності підприємства

Потенціал підприємства. Ринковий потенціал підприємства. Рівень використання ринкового потенціалу. Блок ресурсів, блок системи управління і стратегічного планування підприємства і блок маркетингу. Декомпозиція.

Поняття і оцінка конкурентного статусу підприємства (КСП). І. Ансофф. Поняття конкурентної переваги в трактуванні М. Портера. Градація КСП. Випадки «нульового» КСП підприємства. Стратегічний потенціал підприємства. Детермінанти «національного ромба». Головні проблеми у визначенні КСП. Принципи кількісної оцінки КСП. Повна ефективність виробничої системи. Умови, що формуються сукупною дією детермінантів «національного ромба» Умови, що формуються стратегічним потенціалом підприємств. Узагальнюючі оцінки КСП. Кількісна оцінка рівня КСП. Результати оцінки рівня КСП.

Розділ 2

Компоненти та методи вибору стратегії.

Тема 1 Стратегії бізнесу

Конкурентна стратегія підприємства. Система конкурентних стратегій. Основні конкурентні стратегії: стратегія лідерства по витратах; стратегія широкої диференціації; стратегія оптимальних витрат; сфокусована стратегія, або стратегія ринкової ніші; сформульована стратегія.

Диверсифіковане підприємство. Корпоративна стратегія диверсифікованого підприємства. Діяльність з просування підприємства в галузі, обраній для диверсифікації. Заходи з оптимізації довгострокового управління портфелем ділової активності підприємства за умови, що диверсифікація вже досягнута. Спроби використовувати будь-які стратегічні переваги, пов'язані з господарським портфелем підприємства і перетворити їх на конкурентну перевагу. Оцінка перспектив рентабельності для кожного з підрозділів підприємства.

Можливі корпоративні стратегії, відповідні положенню на ринку недиверсифікованого підприємства. Основні критерії оцінки доцільності диверсифікації: привабливість; «витрати на входження»; додаткові вигоди.

Стратегії диверсифікації: стратегії входження в нову галузь (поглинання, «з нуля», спільне підприємство); стратегії диверсифікації в неспоріднені галузі; стратегії згортання і ліквідації; стратегії реструктуризації, відновлення і економії; стратегії багатонаціональної диверсифікації.

Тема 2. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства.

Чинники, що характеризують стан галузі і умови конкуренції в ній. Чинники, що характеризують конкурентні можливості підприємства, його ринкову позицію і можливості. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства. Класичні варіанти ситуації в галузі: конкуренція в нових і швидкозростаючих галузях; конкуренція в галузях, що знаходяться у стадії зрілості; конкуренція в галузях, що знаходяться в стані стагнації або спаду; конкуренція в роздроблених галузях; конкуренція на міжнародних ринках. Класичні варіанти положення підприємств: підприємства-лідери на ринку; підприємства, що знаходяться на других ролях; слабкі або постраждалі від кризи підприємства.

Стратегічні зусилля на зміцнення своїх позицій серед конкурентів: скорочення параметричного ряду; акцент на модернізацію виробничого процесу; посилення уваги до зниження витрат; збільшення продажів існуючим споживачам; придбання підприємств-конкурентів за низькою ціною; вихід на міжнародні ринки. Підприємства, які досягли успіху в стагнуючих галузях. Можливі варіанти конкурентних стратегій, що відповідають роздробленим галузям. Основні причини виходу підприємств на світовий ринок. Стратегічні можливості діяльності підприємств на світовому ринку. Відмінності між багатонаціональною і глобальною стратегіями.

Тема 3. Матричні методи у формуванні корпоративної стратегії підприємства

Портфельна стратегія. І. Ансофф. Основні компоненти портфельної стратегії: географічний вектор зростання; конкурентна перевага; синергізм; стратегічна гнучкість за рахунок діяльності в різних областях. Компоненти вектора зростання. Сучасні рекомендації І. Ансоффа. Матриця «зростання / частка ринку». Критерії класифікації наявних і можливих товарних стратегій

підприємства: темпи зростання цільового сегменту ринку; привабливість; частка ринку щодо найнебезпечнішого конкурента як характеристика конкурентоспроможності.

«Матриця GE». Привабливість ринку, конкурентоспроможність підприємств. Д. Абель. Тривимірна матриця: функції товару; споживач; технологія. Ідеальні набори бізнесу на рівні корпорації: набір зростання; набір прибутку; урівноважений набір (зростання і прибутку). Змінні, які використовуються в моделі Хофера–Шенделя. Матриця стратегій інвестування підприємства. Характеристика загальних стратегій бізнесу. Матриця Артура Д. Літтла: природний розвиток; вибірковий розвиток; життєздатний розвиток; вихід.

Тема 4. Альтернативність у стратегічному виборі.

Базові конкурентні стратегії одиночного бізнесу: цінове лідерство; диференціація; фокусування. Основні характеристики базових стратегій: цінове лідерство, диференціація, фокусування; продуктова диференціація; сегментація ринку; відмітна компетентність; виробництво і управління матеріалами; НДДКР, збут і маркетинг; всі види відмітної компетентності.

Вибір інвестиційної стратегії в одиночному бізнесі. Стадія зародження. Стадія зростання. Уповільнення зростання. Стадія зрілості підприємства.

Наступальна і захисна стратегії. Основні способи наступу: атака сильних сторін конкурента; атака його слабких сторін; загальний наступ; наступ в одному напрямі; партизанські дії; попереджувальні удари. Типові стратегічні помилки. Випадки застосування низькоцінової стратегії. Стратегія диференціації. Стратегія фокусування.

Синергізм. Симетричні ефекти. Ефекти від об'єднання зусиль.

Тема 5. Інструментарій реалізації стратегії і організація стратегічного контролю

Побудова організації, здатної здійснити стратегію. Розробка бюджету, що забезпечує реалізацію стратегії. Створення внутрішніх адміністративних забезпечуючих систем. Розробка системи оплати і заохочення.

Розвиток корпоративної культури стосовно стратегії.

Стиль стратегічного керівництва. Практичні рекомендації щодо забезпечення організації стратегічно ефективного підприємства.

Культура корпорації. Основні етичні норми і принципи діяльності. Рамкова конструкція для оцінки принципів в семи областях діяльності підприємства: стратегії; структури; принципи, позиції і філософії; підходи до штабної діяльності і її орієнтації на персонал; адміністративні практики, процедури щоденної діяльності, які включають систему винагород, формальну і неформальну політику, розробку бюджетів, фінансового управління і контролю; організаційного мистецтва, можливостей і відмітних переваг; стилю керівництва.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (для кожної форми навчання)							
	Очна				Заочна			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	пр	с.р.		л	пр	с.р.
Модуль 1 Стратегія, місія та цілі підприємства.								
Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції	12	2	2	8	10,5	0,5	1	10
Тема 2. Формування місії та системи цілей підприємства	12	2	2	8	10,5	0,5	1	10
Тема 3. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства .	12	2	2	8	10,5	0,5	1	10
Тема 4. Аналіз ситуації на підприємстві.	12	2	2	8	12	1	1	10
Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу і конкурентоспроможності підприємства.	12	2	2	8	12,5	0,5	1	11
Разом за змістовим модулем 1	60	10	10	40	59	3	5	51
Модуль 2 Компоненти та методи вибору стратегії.								
Тема 1. Стратегії бізнесу	12	2	2	8	12	1	1	10
Тема 2. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства.	12	2	2	8	12	1	1	10
Тема 3.Матричні методи у формуванні корпоративної стратегії підприємства	12	2	2	8	12	1	1	10
Тема 4. Альтернативність у стратегічному виборі	12	2	2	8	12	1	1	10
Тема 5. Інструментарій реалізації стратегії та організація стратегічного контролю	12	2	2	8	13	1	1	11
Разом за змістовим модулем 2	60	10	10	40	61	5	5	51
Усього годин	120	20	20	80	120	8	10	102

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (для кожної форми навчання)	
		очна	заочна
Модуль 1 Стратегія, місія та цілі підприємства.			
1	Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції. 1. Суть та класифікація стратегій підприємства, етапи їх розробки. 2. Концепції формулювання стратегій. 3. Еволюція та поняття стратегічного планування.	2	1
2	Тема 2. Формування місії і системи цілей підприємства 1. Стратегічне бачення і місія підприємства. 2. Характеристика системи цілей підприємства.	2	1
3	Тема 3. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства. 1. Компоненти нестабільності зовнішнього середовища підприємства. 2. Методика T.e.m.p.l.e.s. 3. PEST-аналіз.	2	1
4	Тема 4. Аналіз ситуації на підприємстві. 1. Оцінка застосовуваної стратегії. 2. SWOT-аналіз. 3. Стратегічний вартісний аналіз. 4. Оцінка сили конкурентної позиції підприємства. 5. Визначення переважних стратегічних дій підприємства.	2	1
5	Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу і конкурентоспроможності підприємства. 1. Поняття стратегічного потенціалу підприємства і його оцінка. 2. Конкурентний статус підприємства, принципи і методи його оцінки.	2	1
Модуль 2 Компоненти та методи вибору стратегії			
6	Тема 1. Стратегії бізнесу. 1. Стратегія і конкурентна перевага. 2. Корпоративні стратегії диверсифікації.	2	1
7	Тема 2. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства. 1. Класичні варіанти ситуації в галузі. 2. Багатонаціональна і глобальна стратегії.	2	1
8	Тема 3. Матричні методи у формуванні корпоративної стратегії підприємства. 1. Портфельна стратегія і її характеристика за І. Ансоффом. 2. Характеристика матриці «зростання / частка ринку». 3. Суть матриці «привабливість ринку / конкурентоспроможність підприємства». 4. Тривимірна матриця Д. Абеля. 5. Матриця «інвестиційна привабливість / рівень ризику інвестування». 6. Матриця Shell/DPM. 7. Матриця АДЛ/ЛС. Обґрунтування ухвалення рішення про вибір матричного методу.	2	1
9	Тема 4. Альтернативність у стратегічному виборі.	2	1

	1. Вибір базової конкурентної стратегії одиночного бізнесу. 2. Вибір інвестиційної стратегії в одиночному бізнесі. 3. Практика конкурентної боротьби в галузі. 4. Типові стратегічні помилки.		
10.	Тема 5. Інструментарій реалізації стратегії та організація стратегічного контролю. 1. Ключові завдання реалізації стратегії. 2. Практичні рекомендації щодо забезпечення організації стратегічно ефективного підприємства. 3. Корпоративна культура, що забезпечує ефективну реалізацію стратегії. 4. Основи політики дій керівництва підприємства в стратегічній сфері.	2	1
.	Разом	20	10

5. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин (для кожної форми навчання)	
		очна	заочна
Модуль 1			
Стратегія, місія та цілі підприємства.			
1	Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції. 1. Суть та класифікація стратегій підприємства, етапи їх розробки. 2. Концепції формулювання стратегій. 3. Еволюція та поняття стратегічного планування.	8	10
2	Тема 2. Формування місії і системи цілей підприємства 1. Стратегічне бачення і місія підприємства. 2. Характеристика системи цілей підприємства.	8	10
3	Тема 3. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства. 1. Компоненти нестабільності зовнішнього середовища підприємства. 2. Методика T.e.m.p.l.e.s. 3. PEST-аналіз.	8	10
4	Тема 4. Аналіз ситуації на підприємстві. 1. Оцінка застосовуваної стратегії. 2. SWOT-аналіз. 3. Стратегічний вартісний аналіз. 4. Оцінка сили конкурентної позиції підприємства. 5. Визначення переважних стратегічних дій підприємства.	8	10
5	Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу і конкурентоспроможності підприємства. 1. Поняття стратегічного потенціалу підприємства і його оцінка. 2. Конкурентний статус підприємства, принципи і методи його оцінки.	8	11
Модуль 2			
Компоненти та методи вибору стратегії			
6	Тема 1. Стратегії бізнесу. 1. Стратегія і конкурентна перевага.	8	10

	2. Корпоративні стратегії диверсифікації.		
7	Тема 2. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства. 1. Класичні варіанти ситуації в галузі. 2. Багатонаціональна і глобальна стратегії.	8	10
8	Тема 3. Матричні методи у формуванні корпоративної стратегії підприємства. 1. Портфельна стратегія і її характеристика за І. Ансоффом. 2. Характеристика матриці «зростання / частка ринку». 3. Суть матриці «привабливість ринку / конкурентоспроможність підприємства». 4. Тривимірна матриця Д. Абеля. 5. Матриця «інвестиційна привабливість / рівень ризику інвестування». 6. Матриця Shell/DPM. 7. Матриця АДЛ/ЛС. Обґрунтування ухвалення рішення про вибір матричного методу.	8	10
9	Тема 4. Альтернативність у стратегічному виборі. 1. Вибір базової конкурентної стратегії одиночного бізнесу. 2. Вибір інвестиційної стратегії в одиночному бізнесі. 3. Практика конкурентної боротьби в галузі. 4. Типові стратегічні помилки.	8	10
10.	Тема 5. Інструментарій реалізації стратегії та організація стратегічного контролю. 1. Ключові завдання реалізації стратегії. 2. Практичні рекомендації щодо забезпечення організації стратегічно ефективного підприємства. 3. Корпоративна культура, що забезпечує ефективну реалізацію стратегії. 4. Основи політики дій керівництва підприємства в стратегічній сфері.	8	11
.	Разом	80	102

6. Індивідуальні завдання

Індивідуальне науково-дослідне завдання (далі ІНДЗ) не передбачено у змісті освітньої компоненти.

7. Методи навчання

Лекції та практичні заняття проводяться з використанням наступних методів навчання:

- пояснювально-ілюстративний;
- проблемний;
- дослідницький

та супроводжуються мультимедійними презентаціями.

Під час практичних занять у навчальному процесі використовуються наступні методи: дискусії, розв'язання типових та ситуаційних завдань.

При організації самостійної роботи студентів перевага надається опрацюванню наукової літератури, розв'язанню практичних завдань, підготовки доповіді, із подальшим публічним виступом у групі.

8. Методи контролю

Поточний контроль знань студентів з дисципліни проводиться за такими формами:

а) *під час практичних занять:*

- опитування (усне, письмове) або тестування знань студентів з теоретичного матеріалу;
- оцінка виконання тестових завдань та практичних завдань під час заняття;

б) за результатами виконання завдань самостійного опрацювання (індивідуальних завдань):

- оцінка виконання домашніх завдань;
- презентація індивідуальних завдань;
- обговорення матеріалів для самостійного опрацювання з поставленого питання.

Підсумковий контроль має за мету перевірити та оцінити рівень знань програмного матеріалу, умінь використовувати їх для вирішення практичних завдань, а також рівень оволодіння теоретичними знаннями та практичними вміннями та навичками в обсязі вимог навчальної програми. Підсумковий контроль проводиться у вигляді іспиту

9. Критерії оцінювання результатів навчання:

Таблиця 9.1 – Критерії оцінювання поточного та підсумкового контролів

Вид контролю	Кількість балів
Поточний контроль:	
опитування;	6 балів за 1 Тему
реферати;	5 балів за 1 реферат
есе;	2 бали за 1 есе
тестування;	Згідно набраних балів за правильні відповіді
розв'язання практичних завдань, задач	10 балів за практичне завдання або задачу
<i>Разом за поточний контроль</i>	Максимум 60 балів

Підсумковий семестровий контроль - Іспит:

Структура	Максимальна кількість балів	Критерії оцінювання
Тестові завдання – 10 тестів	10	Кожна вірна відповідь оцінюється в 1 бал. Неправильна відповідь оцінюється в 0 балів
Теоретичні питання – 2 питання	10(кожне питання максимально оцінюється в 5 балів)	5 – студент надав розгорнуту відповідь, продемонстрував навички формулювання власної думки та вільне володіння матеріалом як основним так й додатковим, наводить приклади 4 – студент в цілому надав повну відповідь, продемонстрував навички формулювання власної думки та вільне володіння матеріалом як основним так й додатковим, однак є певні незначні помилки або похибки 3 – студент розкрив сутність питання на задовільному рівні, в цілому не достатньо розуміється на матеріалі, не може обґрунтувати власної думки або навести приклади 0-2 – студент або взагалі не відповів на запитання або відповів на мінімально задовільному рівні, питання розкрито не достатньо, є значні помилки, приклади не наведено тощо
Практичне завдання (вирішити запропоноване завдання та зробити висновок)	10	9-10 – студент зробив правильні розрахунки та обґрунтував висновки щодо вирішення завдань, демонструє розуміння методів, що вивчаються 6-8 – студент в цілому розрахував все правильно, є певні незначні недоліки або помилки, або недостатньо обґрунтовані висновки 2-5 – студент розрахував завдання, однак є грубі помилки або у алгоритмі або у розрахунках, не зроблено висновки 0-2 – студент або взагалі не виконав завдання або виконав його на дуже низькому рівні, не розуміє сутності методів аналізу, не може пояснити методики розрахунки та зробити висновки

Загальний рейтинг здобувача за навчальною дисципліною визначається шляхом додавання балів, отриманих за результатами поточного та/або періодичного контролю.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль										Разом поточний контроль	Іспит	Разом
T1	T2	T3	T4	T5	T1	T2	T3	T4	T5	70	30	100
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7			

11. Рекомендована література

Основна

1. Буднік, М.М., Невертій, Г.С. та Курилова, Н.М. (2020). *Стратегічне управління*. Київ: Видавничий дім «Кондор», 292 с
2. Величко К.Ю., Тимохова Г.Б., Євтушенко Г.В. (2023). Міжнародні бізнес-стратегії цифрової трансформації в умовах суспільства. *Економіка та суспільство*. 50. с 142- 153.
3. Тимохова, Г. Б. (2021). Стратегія підприємств та бізнесу: навчально-методичний посібник для студентів для студентів освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 051 «Економіка» галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки». Харків: Вид-во НУА, 140 с.
4. Величко, К., & Тимохова, Г. (2024). РОЛЬ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ У ЗМІЦНЕННІ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ. *Економіка та суспільство*, (69).
5. Величко К. Ю., Тимохова Г. Б. Особливості використання інструментів діджитал-маркетингу в розробці міжнародних комунікаційних стратегій // *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки"*. – 2025. – № 1.
6. Тимохова Г. Б., Білокінь, Т. А. (2017). *Менеджмент*. Київ: Кондор, 344 с.
7. Тимохова, Г. Б. (2018). *Інтелектуальний бізнес*. Київ: Видав. дім «Кондор», 316 с.
8. Тимохова, Г. Б. (2019). Чинники розвитку інтелектуального підприємництва в Україні. В: Статівка Н. В., Жадан О. В., Міненко В. А., ред. *Управління розвитком підприємництва в Україні: реалії та перспективи*, с. 178–188.

Додаткова

1. Барабанова, В. В. (2020). *Маркетингові дослідження*. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 136 с.
2. Гужавіна, І.В. (2019). Фінансова стратегія та її роль в системі управління підприємством. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*, 4, с. 85–91.
3. Доценко, І.О. (2020). Стратегія управління фінансовими ризиками підприємства в процесі формування його фінансової безпеки. *Modern economics*, [online] 20, с. 73–78.
4. Ігнат'єва, І. А. (2018). *Стратегічний менеджмент*. Київ: Каравела, 464 с.
5. Ковтун, О. І. (2018). *Стратегія підприємства*. Львів, 426 с.
6. Кот, О.В., Круглова, О. А., Величко, К.Ю., Чернишова, Л.О. та Носач, Л.Л. (2019). *Глобальна економіка*. Харків, ХДУХТ, 154с.
7. Краснокутська, Н. С., Кабанець, І. А. (2017). *Стратегічне управління*. Харків: НТУ «ХП», 460 с.
8. Котлубай, В. О. (2021). *Практикум для проходження тренінг-курсів: «Створення власного бізнесу»; «Розробка конкурентної стратегії»; «Розвиток напрямів та інструментів міжнародного бізнесу»*. Одеса, 116 с.
9. Міщенко, А.П. (2018). *Стратегічне управління*. Київ: Центр навч. літератури, 336 с.
10. Писаренко, В.В., Багорка, М.О. (2019). *Стратегічний маркетинг*, Дніпро: Видавець, 240 с.
11. Bughin, J., Catlin, T., Hirt, M. and Willmott, P. *Why digital strategies fail* [online]. Available at: <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/why-digital-strategies-fail>.
12. Bird, R. C., Orozco, D. (2014). Finding the Right Corporate Legal Strategy. *Magazine*, [online] September 16. Available at: <https://sloanreview.mit.edu/article/finding-the-right-corporate-legal-strategy/>.
13. Digital strategy [online]. Available at: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_strategy.
14. Kaplan, R. S., Norton, D. P. (1996). Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System. *Harvard Business Review*, January-February, pp. 75–85.
15. Kaplan, R. S., Norton, D. P. (2001). *The Strategy Focused Organization*. Boston: HBS Press.
16. Kerzner, G. (2014). *Strategic management in the company. Model mature project management*. DMK Press, 320 p.
17. Kaplan, R.S., Norton, D.P. (2005). *The Balanced Scorecard – Measures that Drive*
18. Bughin, J. Catlin, T., Hirt, M. and Willmott, P. *Why digital strategies fail* [online]. Available at: <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/why-digital-strategies-fail>.

Інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Міністерства фінансів України – Режим доступу: www.minfin.gov.ua
2. Офіційний веб-портал Верховної ради України – Режим доступу: www.rada.gov.ua
3. Офіційне інтернет-представництво Національного банку України – Режим доступу: www.bank.gov.ua
4. Офіційний портал Державної фіскальної служби України – Режим доступу: sfs.gov.ua
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
6. Офіційний сайт Державної служби зайнятості – Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua/control/uk/index>
7. Веб-портал Державної казначейської служби України – Режим доступу: treasury.gov.ua/main/uk/index
8. Офіційний сайт Державної міграційної служби України – Режим доступу: www.dmsu.gov.ua