



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки та підприємництва

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА

м. Кропивницький – 2021

ЗМІСТ

1. Загальна інформація.
2. Анотація до дисципліни.
3. Мета і завдання дисципліни.
4. Формат дисципліни.
5. Результати навчання.
6. Обсяг дисципліни.
7. Ознаки дисципліни.
8. Пререквізити.
9. Технічне та програмне забезпечення/обладнання.
10. Політика курсу.
11. Навчально-методична карта дисципліни.
12. Система оцінювання та вимоги.
13. Рекомендовані джерела інформації.

1. Загальна інформація

Назва курсу	СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА
Викладач	Бугаєва Марія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та підприємництва
Контактний телефон	(0522)39-04-51
Е-пошта	bmw87forever@gmail.com
Консультації	<i>очні</i> – відповідно до затвердженого графіка консультацій; <i>онлайн</i> – е-листування, у месенджері (Facebook-Messenger), вебінари на платформі Zoom (за запитом здобувача)
Система дистанційного навчання	moodle.kntu.kr.ua/DistancelearningCNTU

2. Анотація до дисципліни

Предмет вивчення навчальної дисципліни – теорія і практика розробки та реалізації стратегії підприємства для перемоги в конкурентній боротьбі.

В умовах сучасної ринкової економіки необхідність розробки, реалізації та поточно коригування стратегії підприємства не просто нагальна, а життєво необхідна. Вжити підприємству в умовах жорсткої конкурентної боротьби може допомогти лише прекрасно продумана майстерно реалізована стратегія.

Загальний зміст поняття «стратегія» зводиться до плану керівництва підприємством, який має бути спрямований на укріплення позицій підприємства перш за все у довгостроковій перспективі, задоволення потреб та досягнення поставлених поточних цілей. Керівники (менеджери) розробляють стратегію, щоб визначити, в якому напрямку розвиватиметься підприємство, та приймати відповідні обґрунтовані рішення при виборі способу дії. І саме це повинні зрозуміти студенти. Вони також повинні знати, що план управління підприємством охоплює всі основні функції та підрозділи: виробництво, фінансову систему, маркетинг, кадрові питання, проблеми наукових досліджень та розробок. Розробка стратегії – одна з основних функцій менеджменту. Для того, щоб підприємство набуло максимального потенціалу, менеджери повинні поєднувати хорошу розробку стратегії із вдалою її реалізацією.

Погляди керівництва підприємства на те, яким видом діяльності необхідно займатися, а також на те, чим і ким хоче стати організація в даній сфері діяльності, характеризуються як стратегічне бачення.

Стратегічне бачення та місія компанії завжди індивідуальні. Загальні положення, що застосовуються стосовно будь-якої компанії чи будь-якої галузі, не мають реальної управлінської цінності. Стратегічне бачення і місія немов би відділяють одну компанію від інших та наділяють її власними відмінними рисами, визначають напрямок діяльності та шляхи розвитку. Вивчаючи дисципліну, треба оволодіти загальними стратегіями:

1) стратегії зростання; 2) стратегії підтримки / стабілізації; 3) стратегії реструктуризації за рахунок; 4) стратегії скорочення діяльності; 5) ліквідація; 6) комбінація вищезгаданих стратегій та загальноконкурентних, які існують у таких видах: лідерство у питанні зниження витрат (цін); диференціація; фокусування. стратегія оптимальних витрат.

Також вивчаються фактори, що формують стратегію, – соціальні, політичні, економічні, технологічні, законодавчі та екологічні норми; привабливість галузі та умов конкуренції; специфічні ринкові можливості та загрози; сильні і слабкі сторони організації, її конкурентні можливості; особисті амбіції, філософія бізнесу та етичні переконання менеджерів; поєднання стратегії з етикою.

3. Мета і завдання дисципліни

Мета вивчення навчальної дисципліни

дати студентам знання про загальнотеоретичні основи стратегічного управління, промісцестратегічного планування в системі управління підприємством, ознайомити їх із сучасним станом та напрямками розвитку методики формування стратегії підприємства, сформувати певні практичні навички для самостійного здійснення необхідних робіт на стадіях дослідження стратегії, проведення стратегічного аналізу, розробки та реалізації стратегії підприємства.

Дисципліна орієнтована на формування здобувача вищої освіти комплексу знань, необхідних для вироблення здатності керувати підприємством. Тому для її успішного освоєння необхідно добре володіти курсами, що можуть вивчатися попередньо, а саме: «Економіка підприємства», «Система технологій», «Планування діяльності підприємств», «Менеджмент», «Економічні інформаційні системи» тощо.

Основне завдання вивчення дисципліни – освоєння методів та інструментарію стратегічного менеджменту; набуття навичок виконання основних функцій менеджера-розробника і реалізатора стратегії.

4. Формат дисципліни

Для денної форми навчання:

Викладання курсу передбачає для засвоєння дисципліни традиційні лекційні заняття із застосуванням електронних презентацій, поєднуючи із практичними роботами; формат очний (offline / Facetoface).

Для заочної форми навчання:

Формат очний (offline / Facetoface), у міжсесійний період – дистанційний (online).

5. Результати навчання

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

знати:

- послідовність розробки бачення місії фірми, визначення мети та розробки стратегії;
- методи стратегічного управління та способи їх конкретної реалізації;
- методику і послідовність проведення стратегічного аналізу;
- особливості всіх загальноконкурентних стратегій та способи їх реалізації;
- особливості стратегій залежно від стану маркетингової ситуації в галузі;
- особливості реалізації наступальних та захисних стратегій відповідно до намірів фірми;
- особливості міжнародної та глобальної стратегії;
- особливості стратегій диверсифікованих фірм та методику їх аналізу;
- способи та методи диверсифікації фірми залежно від поставленої мети;

вміти:

- аналізувати і розв'язувати теоретичні і практичні проблеми щодо проведення стратегічного аналізу роботи підприємства, обґрунтованої розробки його загальної та загальноконкурентної стратегії, визначення необхідності та напрямків диверсифікації з використанням матричного аналізу, проведення стратегічного аналізу диверсифікованих компаній з використанням сучасних методик, визначення стадії життєвого циклу галузі та узгодження з нею стратегії підприємства;

-визначитипроблеми,пов'язанізглобальноюабоміжнародноюстратегією конкуренції.

Набутисоціальнихнавичок(soft-skills):

- здійснюватипрофесійнукомунікацію,ефективнопояснюватиіпрезентуватиматеріал,взаємодіятиупроєктній діяльності;
- небайдуже ставлення до участі у громадських суспільних заходах, спрямованих на підтримку здорового способужиттяоточуючих.

6. Обсягдисципліни

Вивчення навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» розраховане на два семестри: 5 та 6.

Загальна кількість годин становить 120, які по семестрах розподілені таким чином:

П'ЯТИЙ СЕМЕСТР:

Вид роботи	Кількість годин
Лекції	14
Практичні заняття	14
Самостійна робота	32
<i>Разом</i>	<i>60</i>

ШОСТИЙ СЕМЕСТР:

Вид роботи	Кількість годин
Лекції	14
Практичні заняття	14
Самостійна робота	32
<i>Разом</i>	<i>60</i>

7. Ознакидисципліни

Рік викладання	Курс (рік навчання)	Семестр	Кількість кредитів/ годин	Кількість змістових модулів	Вид підсумкового контролю	Нормативна / вибіркова
2021/2022	III	5	2 / 60	2	Залік	Вибіркова
2021/2022	III	6	2 / 60	2	Залік	Вибіркова

8. Пререквізити

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Стратегія підприємства» значно підвищиться, якщо здобувач попередньо опанував матеріал таких дисциплін як: «Економіка підприємства», «Систематехнологій», «Планування діяльності підприємств», «Менеджмент», «Економічні інформаційні системи» тощо.

9. Технічна програма забезпечення/обладнання

У період сесії бажано мати мобільний пристрій (телефон) для оперативної комунікації з адміністрацією та викладачами з приводу проведення занять та консультацій. У міжсесійний період комп'ютерну техніку (з виходом у глобальну мережу) та оргтехніку для комунікації з адміністрацією, викладачами та підготовки (друку) рефератів і самостійних робіт.

10. Політика курсу

Академічна доброчесність:

Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлювати наслідки її порушення.

Відвідування занять:

Відвідання занять – важлива складова навчання. Очікується, що всі студенти відвідають лекції і практичні заняття курсу.

Пропущені заняття повинні бути відпрацьовані не пізніше ніж за тиждень до залікової сесії.

Поведінка на заняттях:

Недопустимість: запізнення на заняття, списування та плагіат, несвоєчасне виконання поставленого завдання.

При організації освітнього процесу в Центральноукраїнському національному технічному університеті студенти, викладачі та адміністрація діють відповідно до: «Положення про організацію освітнього процесу в ЦНТУ» (http://www.kntu.kr.ua/doc/doc/The_provisions_of_company_profile.pdf); «Положення про організацію вивчення вибіркових навчальних дисциплін та формування індивідуального навчального плану здобувача вищої освіти» (<http://www.kntu.kr.ua/doc/doc/vibir.pdf>); «Положення про дотримання академічної доброчесності науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти ЦНТУ» (<http://www.kntu.kr.ua/?view=univer&id=50>); «Положення про систему забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти у ЦНТУ». Режим доступу: http://www.kntu.kr.ua/doc/doc/polozh_system_yakosti.pdf.

11. Навчально-методична карта дисципліни П'ЯТИЙ СЕМЕСТР

Тема	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
Змістовий модуль 1			
Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепцій.	2	2	4
Тема 2. Стратегічний контекст діяльності підприємства	2	2	4
Тема 3. Фактори, що впливають на стратегію підприємства	2	2	4
Тема 4. Ієрархія та етапи формування стратегії підприємства	2	2	4
Змістовий модуль 2			

Тема5. Оцінюваннязовнішнього середовищাপідприємства.	2	2	4
Тема6. Аналізстратегічногопотенціалупідприємства. Загальноконкурентністратегіїбізнесу.	2		4
Тема7. Оцінка загроз і можливостей зовнішнього середовища. Діагностика і прогноз макросередовища. Діагностика і прогнозування мікросередовища.		2	4
Тема 8. Системний функціональний аналіз внутрішнього стану підприємства. Комплексний аналіз середовища підприємства.	2	2	4
Разом	14	14	32

11. Навчально-методична картадисципліни ШОСТИЙ СЕМЕСТР

Тема	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
Змістовий модуль 1			
Тема1. Формування місіїтацілейпідприємства.	2	2	4
Тема2. Корпоративна (загальна) стратегія підприємства. Стратегічний аналіз і його методи. Портфельна стратегія. Ефект синергізму.	2	2	4
Тема3. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства.	2	2	4
Тема4. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства	2	2	4
Змістовий модуль2			
Тема5. Стратегії бізнесу: конкурентні стратегії підприємства. Характеристика загальноприйнятних конкурентних стратегій.	2	2	4
Тема6. Оцінка конкурентоспроможності продукції і підприємства. Формування конкурентної стратегії: етапи і складові.	2		4
Тема7. Функціональні стратегії підприємства. Види функціональних стратегій та основні елементи організації їх розробки.		2	4
Тема 8. Стратегічний вибір: декомпонування і виконання стратегії підприємства. Обмеження, критерії і методи стратегічного вибору. Організація виконання стратегії підприємства.	2	2	4
Разом	14	14	32

12. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, письмовий контроль, тестовий контроль.

Форма підсумкового контролю: 5 семестр – залік; 6 семестр – залік.

Контроль знань та умінь здобувачів (поточний та підсумковий) здійснюється за кредитною трансферно-накопичувальною системою організації освітнього процесу в ЦНТУ. Рейтинг студента із засвоєння навчальної дисципліни визначається за стобальною та дворівневою

(«зараховано, «не зараховано») шкалами оцінювання результатів навчання. Він складається з рейтингу поточної навчальної роботи впродовж семестру, для оцінювання якої призначається 100 балів.

За навчальним планом передбачається при вивченні навчальної дисципліни виконання певних видів робіт на лекційних, практичних, семінарських заняттях, виконання індивідуальних завдань, інших видів навчальної діяльності, тому оцінка здобувачам вищої освіти вище 60 балів може виставлятися без виконання ними підсумкової залікової роботи.

Семестровий залік проводиться на останньому занятті, до початку екзаменаційної сесії.

Розподіл балів, які тримують студенти при вивченні дисципліни «Стратегія підприємства»

Поточний контроль та самостійна робота																Підсумковий контроль	
Змістовий модуль 1								Змістовий модуль 2								Всього	Залік
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	ЗК 1	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	ЗК 2		
5	5	5	5	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	5	15	100	100

Примітка: T1, T2, ..., T14 – тижні, ЗК1, ЗК2 – поточний змістовий контроль

Критерії оцінювання. Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в навчально-методичній карті. Розподіл балів між видами занять (лекції, практичні заняття, самостійна робота) можливий шляхом спільного прийняття рішення викладача і студентів на першому занятті.

Рівень знань оцінюється:

«Відмінно» / «Зараховано» – здобувач вищої освіти досконало засвоїв теоретичний матеріал, глибоко і всебічно знає зміст навчальної дисципліни, основні положення наукових першоджерел та рекомендованої літератури, логічно мислить і будує відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання у процесі аналізу практичного матеріалу, висловлює власні міркування стосовно тих чи інших проблем, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок.

«Добре» / «Зараховано» – здобувач вищої освіти добре засвоїв теоретичний матеріал, викладає його аргументовано, володіє основними аспектами з першоджерел та рекомендованої літератури, має практичні навички, висловлює власні міркування з приводу тих чи інших проблем, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або у процесі аналізу практичного матеріалу.

«Задовільно» / «Зараховано» – здобувач вищої освіти, в основному, володіє теоретичними знаннями з навчальної дисципліни, орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі, але непереконливо відповідає, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань; відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє неточності у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов'язувати їх з майбутньою діяльністю.

«Незадовільно» / «Не зараховано» – здобувач вищої освіти не опанував навчальний матеріал дисципліни, не знає наукових фактів, визначень, майже не орієнтується в першоджерелах та рекомендованій літературі; відсутні наукове мислення, практичні навички не сформовані. Студенти, які не з'явилися на іспит без поважних причин, вважаються такими, що одержали незадовільну оцінку.

Переведення підсумкової оцінки за вивчення навчальної дисципліни, вираженої у балах, в екзаменаційну (залікову) за національною шкалою та шкалою ЄКТС здійснюється за відповідною шкалою.

Шкала оцінювання

Оцінка за шкалою ЄКТС	Визначення	Оцінка		
		За національною системою (іспит, диференційований залік: курсова робота, практика)	За національною системою (залік)	За системою ЦНТУ
A	ВІДМІННО – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	5 (відмінно)	Зараховано	90 – 100
B	ДУЖЕ ДОБРЕ – вище середнього рівня з кількома помилками	4 (добре)	Зараховано	82 – 89
C	ДОБРЕ – в цілому правильна робота з певною кількістю грубих помилок			74 – 81
D	ЗАДОВІЛЬНО – непогано, але зі значною кількістю недоліків	3 (задовільно)	Зараховано	64 – 73
E	ДОСТАТНЬО – виконання задовольняє мінімальні критерії			60 – 63
FX	НЕЗАДОВІЛЬНО – потрібно попрацювати перед тим, як перескласти	2 (незадовільно)	Незараховано	35 – 59
F	НЕЗАДОВІЛЬНО – необхідна серйозна подальша робота			1 – 34

Критерії оцінювання знань і вмінь здобувачів визначені [Положенням про організацію освітнього процесу в ЦНТУ](#) (С. 28 – 31).

13. Рекомендовані джерела інформації

Основні:

1. .АнсоффИ.Стратегическоеуправление.М.:Экономика,1989.319с.
2. .АнсоффИ.Новаякорпоративнаястратегия.СПб,1999.
3. ГрантР.М.Современныйстратегическийанализ/Пер.сангл.Подред.В.Н.ФунтоваСПб:Питер,2008.570 с.
4. Гребін'як Лоуренс Дж. Як змусити працювати вашу стратегію. Ефективнареалізаціястратегії та впровадження змін / Пер. з англ. Дніпропетровськ. БалансБізнесБукс,2006.357с.
5. ГроувЭндрю. Выживаютьтолькопараноики. Какиспользоватькризисныепериоды, с которымисталкиваетсялюбаякомпания / Пер. с англ. М., АльпинаПаблицер,2009.200с.
6. ДраккерП.Ф.Управление,нацеленноенарезультаты/Пер.сангл.М.:Техн.шк.бизнеса,1992.
7. КарлофБ.Деловаястратегия/Пер.сангл.М.:Экономика,1991.
8. МесконА.,ХедоуриФ.,АльбертМ.Основыменеджмента/Пер.сангл.М.:Дело,1992.
9. Наливайко А.П.Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямкирозвитку.Монографія.К.: КНЕУ, 2001.227с.
10. МинцбергГ.АльстрэндБ., ЛэмпелД.Школыстратегий/Пер.сангл. Подред. Ю. Н.Каптуревского.СПб: Питер, 2001.336с.ил.
11. ПортерМайклЕ.П.Стратегіяконкуренції/Персангл.К.: Основи.1998.390с.
12. ПортерМайклЕПМеждународнаяконкуренция.М.: 1993.
13. ПономаренкоВ.С.Стратегічнеуправлінняпідприємством.Х.: Основа, 1999. 620с.
14. ТичиН.ДеваннаМ.Лидерыреорганизаций.М., 1990.
15. ПитерсТ.,УотерменР.Впоискахэффективногоуправления.Опытлучшихкомпаний. М.: Прогресс, 1986.
16. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусстворазработкииреализациистратегии. М.: ЮНИТИ,1998. 576с.
17. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусстворазработкии реализациистратегии. М. ИздательскийдомВильямс, 2002. 928 с.

18. Томпсон-мл. А. А., Питереф М., Гэмбл Д., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. ООО–Диалектика, 2019. 800 с. Создание конкурентного преимущества. СПб.:
19. Фалмер Р. В. Энциклопедия современного управления: В 5 т. М.: ВИПК–Энерго, 1992.
20. Фэй Лайм, Роберт Рэнделл. Курс МВА по стратегическому менеджменту / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 608 с.
21. Харилло Карлос Х. Стратегическая логика. Логическая основа решения стратегических проблем бизнеса / Пер. с англ. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. 304 с.

Додаткові:

1. Бэкман Л. Разработка стратегии для производственных предприятий // современное управление / Подред. Д. И. Карпухина и Б. З. Мильнера. М., 1997. Т. 2.
2. Виханский О. С. Стратегическое управление. М., 1995.
3. Гительман Л. Д. Преобразующий менеджмент. Лидерам реорганизации и консультантам по управлению. М., 1999.
4. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. СПб., 1999.
5. Ефремов В. С. Стратегии бизнеса. Концепции и методы планирования / Учебное пособие. М.: Издательство «Финпресс», 2002.
6. Колеман Д., Фармер А. Управление изменениями. Жуковский, 2002.
7. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий. М. 1987.
8. Лютенс Ф. Организационное поведение. М., 1999.
9. Менеджмент организации: Учеб. пособие / Подред. З. П. Румянцевой. М.: Инфра-М, 1995. 432 с.

Интернет-ресурси:

1. Institute for Economics and Peace. <http://economicsandpeace.org>.
2. The Club of Rome. <http://www.clubofrome.org>.
3. The World's Worst Climate Sinners <http://googlemapsmania.blogspot.com/2019/09/the-worlds-worst-climate-sinners.html>.
4. United States Agency for International Development. <http://www.usaid.gov>.