

СИЛАБУС
БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ (ТРЕНІНГ-КУРС)
Рік навчання 2020/2021

I. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
Денна форма навчання	07 Управління та адміністрування 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність Економіка підприємства Бакалавр	Вибіркова
Кількість годин/кредитів ECTS 120/4		Рік навчання 2
		Семестр 3-ій
ІНДЗ: <u>немає</u>		Лекції 14 годин
		Практичні (семінарські) 52 години Лабораторні 0 год. Індивідуальні 0 год.
		Самостійна робота 46 годин
		Консультації 8 годин
	Форма контролю: залік	

II. Інформація про викладача (-ів)

Сак Тетяна Василівна, к.е.н., доцент кафедри підприємництва і маркетингу,
 моб. 0501994909, Sak.Tatiana@eenu.edu.ua, G412

Дні занять розміщено на <http://194.44.187.20/cgi-bin/timetable.cgi?n=700>

III. Опис дисципліни

1. Анотація курсу. У сучасних умовах глобалізації економіки формуються нові вимоги до підприємства. Вони обумовлюються наявністю жорсткої конкуренції та необхідністю швидко реагувати на неоднозначні зміни ситуації на ринках і в галузях діяльності підприємств. При цьому успіх підприємства залежить від здатності адаптуватися до змін у середовищі та їх діяльності: передбачати і змінювати структуру бізнесу, розробляти і впроваджувати у виробництво нові види продукції, правильно визначати напрямки інвестицій за різними видами діяльності, тобто обґрунтовувати ефективну бізнес-стратегію.

Дисципліна «Бізнес-стратегія (тренінг-курс)» належить до переліку вибіркової навчальної дисципліни і спрямована на ознайомлення з теоретичними засадами, інструментарієм та методами розроблення й реалізації стратегій підприємства.

2. Мета і завдання навчальної дисципліни. Метою дисципліни «Бізнес-стратегія (тренінг-курс)» є формування у студентів системи знань про сутність та види стратегій бізнесу, стратегічний аналіз і розробку системи цілей; набуття навичок обґрунтування стратегічних альтернатив та вибору моделі стратегії підприємства, її реалізації та контролю.

3. Результати навчання (компетентності).

Загальні компетенції.

Здатність до фундаментального аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів. Вміння виявляти, аналізувати і структурувати проблеми підприємства і розробляти рішення (ЗК-1).

Здатність до навчання та готовність підвищувати рівень своїх знань. Здатність до самостійної роботи та самостійного приймання управлінських рішень, здатність нести відповідальність за їх реалізацію (ЗК-2).

Здатність генерувати ініціативність та дух підприємництва. Здатність до формування світогляду, розуміння принципів розвитку суспільства (ЗК-3).

Здатність обґрунтовувати управлінські рішення та спроможність забезпечувати їх правомірність. Уміння на основі інформаційного забезпечення та комп'ютерних технологій розробляти достатню кількість альтернативних варіантів рішень (ЗК-5).

Здатність виявляти, ставити та вирішувати економічні проблеми: розробка заходів з покращення фінансово-економічного стану підприємства, підвищення ефективності роботи підприємницької, торговельної організації (ЗК-12).

Здатність генерувати нові ідеї (креативність): розробка плану фінансового забезпечення стратегії розвитку підприємства, підприємницької структури, торговельної організації (ЗК-13).

Здатність приймати обґрунтовані рішення: володіння методами економічного та фінансового обґрунтування перспективних і стратегічних рішень, застосування міжнародних інструментів фондового ринку (ЗК-14).

Фахові компетенції

Здатність оцінювати галузеве конкурентне середовище підприємства, торговельної організації, біржі. Здатність аналізувати результати господарської діяльності підприємства, його підрозділів. Володіння основами економічного планування і прогнозування (ФК-2).

Здатність аналізувати, планувати та організувати підприємницьку діяльність в сучасних умовах. Здатність аналізувати існуючі й передбачати майбутні економічні процеси у виробництві, підприємницькій структурі, торгівлі, біржовій діяльності (ФК-7).

Здатність визначати стратегічну мету підприємства, окреслювати загальну стратегію його діяльності. Здатність конкретизувати стратегії підприємства у довгострокових планах, здійснювати їх функціональне узгодження і ресурсне збалансування (ФК-13).

Здатність розробляти стратегію і тактику діяльності підприємства, оцінювати результати його функціонування (ФК-20).

Програмні результати навчання

Вміти розробляти стратегії та плани діяльності підприємства в цілому та його окремих підрозділів.

Володіти методологією прогнозування, розробки стратегії та розвитку власної справи у сферах виробництва та надання послуг.

Уміти розробляти та обґрунтовувати господарські рішення щодо підвищення конкурентоспроможності та ефективності функціонування підприємства.

Вміти приймати тактичні і стратегічні рішення в межах своєї компетенції.

Здатність розробляти стратегію збутової діяльності підприємства (організації).

4. Структура навчальної дисципліни.

Схема курсу денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього годин ¹	Методи та технології викладання (навчання)	Форма контролю. Бал оцінювання
Змістовий модуль 1. Концепція стратегії бізнесу			
Тема 1. Бізнес-стратегія: поняття, еволюція концепції	6	бізнес тренінг, імітаційні вправи, симуляційні програми / Moodle, Google Classroom, Office 365 ² .	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали
Тема 2. Визначення місії та цілей бізнесу	6	бізнес тренінг, метод кейсів, імітаційні вправи / Moodle, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали

Назви змістових модулів і тем	Усього годин ¹	Методи та технології викладання (навчання)	Форма контролю. Бал оцінювання
Тема 3. Стратегічний контекст підприємства	6	бізнес тренінг, метод кейсів, імітаційні вправи / Moodle, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали
Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища бізнесу	8	бізнес тренінг, ділові ігри / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали
Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	8	бізнес тренінг, імітаційні вправи, симуляційні програми / Moodle, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали
Тема 6. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства	8	бізнес тренінг, імітаційні вправи, симуляційні програми / Moodle, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали
Разом за модулем 1	42	Модульна контрольна робота / Moodle, Google Classroom, Office 365.	визначення термінів, розв'язування тестів, ситуаційних та практичних завдань. Максимальна оцінка 30 балів
Змістовий модуль 2. Види бізнес-стратегій, їх особливості			
Тема 7. Корпоративна стратегія підприємства	6	бізнес тренінг, ділові ігри, метод кейсів / Moodle, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали
Тема 8. Конкурентні стратегії	6	бізнес тренінг, ділові ігри, метод кейсів / Moodle, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали
Тема 9. Функціональні стратегії підприємства	6	бізнес тренінг, ділові ігри, метод кейсів / Moodle, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали.
Тема 10. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні	6	бізнес тренінг, імітаційні вправи, симуляційні програми / Moodle, Google Classroom, Office 365.	усне опитування, ситуаційні завдання. Максимальна оцінка 4 бали
Разом за модулем 2	24	Модульна контрольна робота / Moodle, Google Classroom, Office 365.	визначення термінів, розв'язування тестів, ситуаційних та практичних завдань. Максимальна оцінка 30 балів
Разом	66		Максимальна оцінка 100 балів.

Примітки: ¹ Всього годин лекцій і практичних занять. ² / Moodle, Clickers, Google Classroom, Office 365 – може застосовуватися одна з форм навчання або симбіоз у формі он-лайн лекцій для студентів з індивідуальним планом навчання або заочної форми навчання, а також в умовах карантинних обмежень.

5. Завдання для самостійного опрацювання.

1. Еволюція поняття стратегії.
2. Етапи розвитку підприємства у межах стратегічної моделі.
3. Ієрархія стратегій підприємства (за А. А. Томпсоном та Дж. Стріклендом).
4. Концепції стратегії підприємства: філософська і організаційно-управлінська.
5. Характеристика підходів до розробки стратегій
6. Класифікація внутрішньовиробничих резервів підприємства.
7. Принципи діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі.
8. Використання методологічних концепцій функціонального аналізу.
9. Основні показники і методи, використовувані для оцінки сильних і слабких сторін підприємства.
10. Завдання створення стратегічної бази підприємства.
11. Правила вибору стратегії за умов ризику (за І. Ансоффом).
12. Поняття та форми диверсифікації.
13. Диверсифікація як інструмент використання переваг підприємства.
14. Диверсифікація як організаційно-економічний чинник зростання ефективності виробництва.
15. Аспекти, що визначають необхідність стратегій зовнішнього середовища.
16. Етапи процесу формування стратегії зовнішнього розвитку.
17. Типи стратегій зовнішнього розвитку.
18. Критерії механізму створення корпоративної стратегії.
19. Етапи опрацювання моделі корпоративної стратегії.
20. Джерела інформації для опрацювання моделі корпоративної стратегії.
21. Теорія ігор як метод опрацювання моделі корпоративної стратегії.
22. Діловий комплексний аналіз (PIMS).
23. Чинники привабливості ринку та стратегічного стану бізнесу.
24. Сценарій в опрацюванні моделі корпоративної стратегії.
25. Результати діагностики як основа визначення можливих стратегій розвитку підприємства.
26. Методичні підходи щодо формування стратегічних альтернатив розвитку підприємства.
27. Стратегічні альтернативи. Ранжування стратегічних проблем підприємства.
28. Сутність поняття “портфель”. Способи утворення портфелів.
29. Системний аналіз як основа декомпонування цілей економічної системи.
30. Послідовні аспекти декомпонування стратегічної мети економічної системи.
31. Підходи до декомпонування корпоративної стратегії підприємства.
32. Етапи декомпонування стратегії підприємства.
33. Типи програм декомпонування стратегії підприємства.
34. Основні методи здійснення декомпонування стратегії підприємства.
35. Провідна ідея концепції стратегічного управління у XXI ст.
36. Чинники, що зумовлюють новий зміст концепції стратегічного управління.
37. Основні сучасні напрями та принципи сучасного стратегічного управління.
38. Становлення механізму стратегічного управління на підприємствах України.
39. Проблеми стратегічного управління на підприємствах України.
40. Функції вищого керівництва при опрацюванні моделі стратегічної поведінки підприємства на ринку.

IV. Політика оцінювання

Політика щодо академічної доброчесності.

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені.

Студентам потрібно пройти безкоштовний курс академічної доброчесності в університеті <https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/>

Політика щодо дедлайнів та перескладання.

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-1 бал). Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Шкала оцінювання

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Оцінка
90 – 100	Відмінно
82 – 89	Дуже добре
75 - 81	Добре
67 -74	Задовільно
60 - 66	Достатньо
1 – 59	Незадовільно

V. Підсумковий контроль

Залік відбувається у формі тестових завдань у Office 365 згідно розкладу. Тестові запитання складено відповідно до програми курсу. Містять 30 запитань з однією правильною відповіддю. Кожне запитання оцінюється в 2 бали. Максимальна оцінка 60 балів.

VI. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна література

1. 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.
2. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління. Навч. посіб. 2ге вид. К.: Центр учбової літератури, 2011. 440 с.
3. Ковтун О. І. Стратегія підприємства: підручник. Вид. 2-ге, оновл. і допов. Львів : Новий Світ – 2000, 2014. 426 с.
4. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. 400 с.
5. Сак Т. В. Стратегія бізнесу : методичні вказівки до практичних робіт. Луцьк : СНУ імені Лесі Українки, 2019. 80 с.
6. Сак Т. В. Стратегія бізнесу : методичні вказівки до самостійної роботи. Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2018. 37 с.
7. Сак Т. В. Стратегія підприємства: курс лекцій. Луцьк: СНУ ім. Лесі Українки, 2014. 130 с.
8. 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.

Додаткова література

1. Кусумано Майкл А. Стратегії геніїв. П'ять найважливіших уроків від Білла Гейтса, Енді Гроува та Стіва Джобса. [пер. з англ. С. Новікової]. 4-те вид. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2020. 256 с.
2. Рокоча В., Одягайло Б., Терехов В. Бізнес-стратегії європейських компаній : навч. посіб. К: ВНЗ "Ун-т економіки та права "КРОК", 2018. 310 с.
3. Сак Т. В., Стасюк І. М. Комплексний підхід до обґрунтування стратегії маркетингу підприємства. Ефективна економіка. 2015. №6. URL: [http:// www.economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua)
9. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. / [Я. С. Ларіна та ін. ; за ред. Я. С. Ларіної]. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 363 с.

4. Стратегія підприємства: зміна парадигми управління та інноваційні рішення для бізнесу : колект. монографія / [Наливайко А. П. та ін.] ; за ред. проф. А. П. Наливайка ; Держ. ВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". К. : КНЕУ, 2015. 398 с.

Інтернет-ресурси

1. Компанія інтелектуальних технологій . URL: <https://kint.com.ua/ua/biznes-trenazher-vial>
2. Кейси. Краща практика. URL: <http://www.management.com.ua/cases/>
3. . Бизнес-кейсы. URL: <http://www.mbastrategy.ua/content/blogcategory/74/232/lang.Rus/>

Викладач

Т.В. Сак

*Затверджено на засіданні кафедри підприємництва і маркетингу
Протокол №2 від 09.09.2020 р.*