

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Методичні вказівки
до організації та планування самостійної роботи для здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня денної та заочної форм здобуття освіти
за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля»

Електронний ресурс

Рецензенти:

Т. С. Обиденнова – канд. екон. наук, доцент, доцент ЗВО кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Навчально-наукового інституту «Українська інженерно-педагогічна академія», Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна;

О. С. Пархоменко – канд. екон. наук, доцент, доцент ЗВО кафедри управління та адміністрування Навчально-наукового інституту «Каразінська школа бізнесу», Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.

*Затверджено до розміщення в мережі Інтернет рішенням Науково-методичної ради
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № 5 від 30 січня 2025 року)*

Стратегічне управління бізнесом : методичні вказівки до організації та планування самостійної роботи для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня денної та заочної форм здобуття освіти за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля» [Електронний ресурс] / уклад. Ю. Е. Дуднева. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025. – (PDF 28 с.)

У методичну розробку вміщено робочу програму з курсу «Стратегічне управління бізнесом», перелік запитань для поглибленого вивчення за темами курсу, тести та питання для підготовки до підсумкового контролю, індивідуальні модульні завдання з рекомендаціями до їхнього виконання. Наведено список рекомендованої літератури.

Видання призначене для слухачів магістратури денної та заочної форм навчання спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» (ОПП «Митна справа»).

УДК 658.012.2 (075.5)

ЗМІСТ

Вступ.....	5
Зміст тем дисципліни «Стратегічне управління бізнесом».....	6
Тестові завдання з дисципліни для підготовки до підсумкового контролю.....	13
Завдання для самоперевірки знань студентів.....	22
Індивідуальне завдання № 1 Реферат.....	23
Індивідуальне завдання № 2 «Глумачний словник термінів».....	26
Методи та критерії оцінювання знань.....	27
Рекомендована література.....	28

ВСТУП

Метою вивчення навчальної дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» є розвиток управлінської компетентності здобувачів вищої освіти через оволодіння сучасними теоретичними основами стратегічного управління бізнесом та формування здатності розробляти стратегічні рішення в процесі управління діяльністю та розвитком бізнес-структур в умовах конкурентного ринку.

Основні завдання вивчення дисципліни полягають у: вивченні значення стратегічного управління в процесі діяльності організації; оволодінні теоретичними основами процесу формування стратегії організації, а саме формулювання стратегічного бачення, стратегічного мислення, етапів розробки стратегій; вивчення особливостей та відмінностей функціонування стратегій управління організаціями; формування фахових навичок застосування інструментарію розробки та реалізації стратегічних програм ефективного розвитку та функціонування організацій.

Вивчення дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» передбачає засвоєння навчального матеріалу у вільний від аудиторних занять час у формі самостійної роботи, призначеної формувати практичні навички роботи здобувачів вищої освіти із спеціальною літературою, орієнтувати їх на інтенсивну роботу, критичне осмислення здобутих знань та глибоке вивчення теоретичних і практичних проблем функціонування організацій різного типу для підвищення якості професійної управлінської підготовки здобувачів освіти.

Цьому сприятиме регулярна робота за програмою курсу, підготовка до практичних занять, виконання індивідуальних завдань, підготовка та розгляд практичних ситуацій, здійснення самоконтролю знань, умінь і навичок.

Мета методичних вказівок – надати систематичного характеру самостійній роботі здобувачів вищої освіти ОС «магістр» з дисципліни «Стратегічне управління бізнесом» в процесі набуття необхідного рівня знань та навичок, передбачених освітньо-кваліфікаційними характеристиками відповідного фахового напрямку.

Раціональна організація самостійної роботи вимагає від здобувача вищої світи умілого розподілу свого часу між аудиторною та позааудиторною роботою. Виконання завдань із самостійної та індивідуальної роботи є обов'язковим для здобувача.

Фінальною формою самостійної роботи є підготовка до підсумкового контролю. Вона базується на систематичному вивченні лекційного матеріалу, питань, які розглядаються на індивідуальних заняттях, а також проблемних питань, досліджених самостійно та вмінні логічно викладати їх сутність.

ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ»

МОДУЛЬ 1 ПРОЦЕС СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ. ДОСЛІДЖЕННЯ СЕРЕДОВИЩА БІЗНЕС-СТРУКТУР

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЇ ТА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Передумови розвитку теорії стратегічного управління. Концепція, сутність, предмет, об'єкт, суб'єкт стратегічного управління. Поняття «стратегія організації». Філософська та організаційна-управлінська концепції стратегії.

Порівняння стратегічного та оперативного менеджменту. Основні етапи стратегічного управління бізнесом.

Досвід та проблеми використання теорії стратегічного менеджменту в процесі розвитку українських суб'єктів господарювання в умовах конкурентного ринку.

Передумови для прийняття стратегічних рішень у процесі управління організацією. Корпоративний, діловий, функціональний та операційний рівні стратегічних рішень. Характерні риси стратегії організації.

Питання для поглибленого вивчення:

1. Відмінності стратегічного планування і стратегічного менеджменту.
2. Основні переваги стратегічного менеджменту і можливості його застосування в українських реаліях.
3. У чому полягає специфіка застосування стратегічного менеджменту в Україні?
4. Характеристика та тенденції розвитку сучасної економіки.
5. Якісна зміна природи відносин за умов постіндустріального етапу розвитку суспільства (так званої «нової» економіки).
6. Характеристика «нової» економіки.
7. Сучасна концепція ринкової орієнтації підприємства: клієнтоорієнтований характер діяльності, пріоритет нематеріальних активів над матеріальними і фінансовими, мережний принцип організації діяльності.
8. Підприємство як активна організаційна, соціальна й економічна система: межі підприємства.
9. Основні концепції підприємства: неокласична, інституціональна, еволюційна, підприємницька.
10. Чотири типи підприємств: «технологічні», «кон'юнктурні», «маркетингові» та «підприємства технологічної атаки».
11. Чинники, що визначають поведінку сучасної економічної організації.
12. Адаптивний і активний стилі стратегічної поведінки підприємства.
13. Сутність управлінської діяльності та структура механізму управління підприємством.
14. Стратегічний і операційний аспекти управління підприємством.

15. Можливості, котрі відкриває стратегічне управління.
16. Джерела конкурентних переваг сучасного підприємства: підходи до виявлення та формування.
17. Ресурсний підхід до пояснення природи фірми та її конкурентних переваг.
18. Діапазон джерел конкурентних переваг підприємства в контексті моделей його розвитку: «внутрішній розвиток – зовнішній розвиток», «організаційний розвиток – діловий розвиток».

ТЕМА 2. ПРОЦЕС СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ. ФОРМУВАННЯ МІСІЇ ТА ЦІЛЕЙ. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Місія організації, «бачення», філософія функціонування організації. Елементи місії.

Ціль (мета) в стратегічному управлінні. Класифікація стратегічних цілей.

«Дерево цілей». Методи побудови «дерева цілей».

Визначення стратегічних цілей. Підходи до встановлення системи стратегічних цілей організації.

Сутність та процес стратегічного планування. Стратегічна прогалина. Етапи стратегічного планування.

Підходи до розробки стратегій за Г.Мінцберном, за А.Томпсоном.

Питання для поглибленого вивчення:

1. Основні передумови переходу до стратегічного планування.
2. Фактори, що визначають мету в стратегічному менеджменті.
3. Різноманітність критеріїв класифікації цілей в управлінні.
4. Роль процесу формулювання місії організації у загальному процесі стратегічного планування.
5. Відмінності поглядів різних стратегічних шкіл на сутність стратегії.
6. Сутність стратегічного управління та його роль у забезпеченні розвитку підприємства.
7. Дефініція стратегічного управління.
8. Етапи становлення стратегічного менеджменту як самостійної галузі наукових досліджень та управлінської практики.
9. Основні протиріччя сучасного менеджменту.
10. Зарубіжний досвід впровадження стратегічного менеджменту.
11. Впровадження стратегічного управління на вітчизняних підприємствах.
12. Українська практика планування діяльності та декларування цілей розвитку підприємств.
13. Стратегічна орієнтація підприємства: сутність та призначення.
14. Основні етапи конструювання місії підприємства.
15. Трафарет розробки ділового кредо підприємства.
16. Візія керівництва підприємства.
17. Концепція стратегічної візії за Д. Аакером.

18. Практика формулювання візії українськими та зарубіжними компаніями.
19. SMART-характеристики стратегічних цілей.
20. Класифікація цілей підприємства залежно від стадії життєвого циклу.
21. Стратегічні орієнтири як конкурентні переваги підприємства постіндустріальної епохи.
22. Глобальні цільові орієнтири підприємства.
23. Алгоритм встановлення цільових орієнтирів підприємства.

ТЕМА 3. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Сутність та об'єкти стратегічного аналізу в процесі прийняття управлінських рішень.

Специфіка загального, галузевого, операційного та внутрішнього середовища організації. Типи зовнішнього середовища організації: змінне або нестабільне, вороже, різноманітне, технічно складне. Фактори впливу на нестабільність зовнішнього середовища.

Особливості стратегічного аналізу середовища організацій виробничої та невиробничої сфер діяльності.

Методи та моделі для проведення стратегічної діагностики середовища організації. Наукові підходи до визначення ступеня нестабільності зовнішнього середовища. Ризики ринкового середовища та їх роль у стратегічному управлінні організацією.

Стратегічний аналіз галузевого середовища організації. Особливості галузевого розвитку у часі. Модель життєвого циклу галузі.

Визначення ключових факторів успіху (КФУ) організації залежно від специфіки галузевого середовища.

Питання для поглибленого вивчення:

1. Підходи до моніторингу середовища господарської організації, порівняльна характеристика концепцій (стратегічний аудит, моніторинг реалізації проектів, система відстеження)
2. Що таке бази стратегічних даних і як їх формують? Які обмеження існують на українських підприємствах під час формування баз стратегічних даних?
3. SWOT-аналіз: сутність та основні етапи проведення.
4. Класифікація можливостей і загроз, що виникають у зовнішньому середовищі підприємства.
5. Оцінка сильних і слабких сторін, що визначаються ресурсним потенціалом підприємства.
6. Інтерпретація результатів SWOT-аналізу.
7. Стратегічне позиціонування підприємства на основі SPACE-матриці.

ТЕМА 4. УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ БІЗНЕС-СТРУКТУРИ. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ. ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ

Поняття «стратегічний потенціал організації». Елементи стратегічного потенціалу та фактори впливу на його формування та розвиток. Методи та показники оцінювання стратегічного потенціалу організації.

Розриви між стратегічними цілями та потенціалом організації.

Сутність, класифікація та основні характеристики конкурентних переваг організації.

Ресурси та компетенції, як носії конкурентних переваг організації. Характеристика ключових компетенцій організації та методи їх ідентифікації. Основні способи (механізми) реконфігурації компетенцій організації.

Організаційні здатності як необхідна база розвитку ресурсів та компетенцій організації. Рутини, їх місце в організаційних процесах та способи трансформації.

Концепція ланцюга формування вартості (цінностей). Вплив змін у стратегічному потенціалі організації на розвиток та зміцнення її конкурентних переваг на ринку.

Питання для поглибленого вивчення:

1. Цілі та роль внутрішнього аналізу в стратегічному управлінні.
2. Оцінка ресурсного потенціалу підприємства як цільова настанова внутрішнього стратегічного аналізу.
3. Поняття та структура внутрішнього середовища підприємства: функціональний і ресурсно-компетенційний підходи.
4. Ресурси та компетенції підприємства.
5. Матеріальні та нематеріальні ресурси.
6. Аналіз ресурсів за категоріями: людські, фінансові, виробничо-технологічні, інформаційні, комунікативні, матеріальні ресурси.
7. Аналіз ресурсів за ступенем їх специфічності.
8. Поняття «ключові компетенції підприємства»: концепція К. Прахалада й Г. Хемела.
9. Можливості, що відкривають ключові (стержневі) компетенції, та механізм їх використання.
10. Взаємозв'язок між стержневими компетенціями й основними видами діяльності підприємства.
11. Методичні прийоми внутрішнього стратегічного аналізу.
12. Виявлення й аналіз компетенцій підприємства.
13. Аналіз внутрішньої діяльності за моделлю ціннісного ланцюжка.
14. Порівняльний аналіз (бенчмаркінг).
15. Вивчення продуктів (продукції та послуг) підприємства та їх позиції на ринку.
16. Аналіз людських ресурсів і організаційної культури.
17. Аналіз фінансових ресурсів і результатів фінансової діяльності.

МОДУЛЬ 2 ГЕНЕРАЦІЯ СТРАТЕГІЙ. УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ СТРАТЕГІЙ

ТЕМА 5. ТИПОЛОГІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ: КОРПОРАТИВНИЙ, БІЗНЕСОВИЙ ТА ГАЛУЗЕВИЙ ПІДХОДИ

Загальна типологія стратегій за рівнем стратегічних рішень.

Сутність корпоративної стратегії, бізнес-стратегії, функціональної та операційної стратегії організації.

Стратегії організацій різних галузей. Особливості стратегій організацій, які працюють в інноваційних галузях, в зрілих галузях, в галузях, які переживають спад.

Ресурсні стратегії.

Еталонні стратегії розвитку підприємства. Стратегії інтенсивного, інтегрованого, диверсифікованого зростання. Стратегії скорочення.

Питання для поглибленого вивчення:

1. З якими функціональними та ресурсними стратегіями найбільш тісно пов'язана виробнича стратегія? Обґрунтуйте відповідь.

2. Перелічіть альтернативні варіанти загальних стратегій. Зміна яких елементів (товар, технологія, кваліфікація працівників, фінансові ресурси, ринок) визначає вибір стратегії інтенсивного зростання?

3. Чим відрізняються вертикальна прогресивна інтеграція і вертикальна регресивна інтеграція?

4. Що таке концентрована диверсифікація?

5. Взаємозв'язок і співвідношення продуктових, функціональних і ресурсних стратегій організації.

6. Основні фактори, що впливають на вибір продуктово-товарних стратегій.

7. Види інтеграції: суть, характеристика, приклади.

8. Суть диверсифікації: можливості і обмеження.

9. У чому полягає суттєва відмінність стратегії скорочення діяльності від стратегії «збору врожаю»?

ТЕМА 6. АНАЛІЗ ТА УПРАВЛІННЯ «ПОРТФЕЛЕМ» ОРГАНІЗАЦІЇ: СТРАТЕГІЇ І МЕТОДИ ОЦІНКИ СТРАТЕГІЧНИХ ПОЗИЦІЙ

Поняття «портфелю» організації. Портфельна стратегія.

Стратегічна зона господарювання. Фактори, що впливають на привабливість стратегічної зони господарювання для організації. Оцінка привабливості стратегічної зони господарювання для організації.

Оцінювання стратегічної позиції організації за допомогою матриці БКГ.

Оцінювання стратегічної позиції організації за допомогою матриці «Дженерал Електрик»-«МакКінсі».

Питання для поглибленого вивчення:

1. Що таке портфель організації і які основні принципи управління ним?
2. Як визначаються стратегічні зони господарювання (СЗГ)?
3. Як можна оцінити привабливість стратегічної зони господарювання?
4. Як працює матриця БКГ (Бостонська консалтингова група) і як вона допомагає оцінювати стратегічні позиції організації?
5. У чому полягає суть матриці «Дженерал Електрик» — «МакКінсі» для аналізу стратегічних позицій?
6. Які ключові фактори необхідно враховувати при розробці портфельної стратегії організації?
7. Які підходи до вибору та реалізації стратегічних рішень у контексті портфельного управління є найбільш ефективними?

ТЕМА 7. ЗАГАЛЬНІ ВИДИ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ. ГЕНЕРАЦІЯ СТРАТЕГІЙ НА БІЗНЕС-РІВНІ

Стратегічні альтернативи.

Матрична модель І.Ансоффа для генерування стратегій організації.

Модель М.Портера для генерування стратегій організації.

Характеристика, умови реалізації та ризики стратегії лідирування у зниженні витрат (цін), стратегії диференціації, стратегії фокусування.

Характеристика загальних конкурентних стратегій за Ф.Котлером.

Критерії вибору стратегічних альтернатив. Матриця А.Томпсона і А.Стрікланда. «Стратегічний набір» організації, його складові. Поняття «стратегічної прогалини».

Питання для поглибленого вивчення:

1. Характеристика складових «стратегічного набору» на різних етапах «життєвого циклу підприємства».
2. Загальні вимоги до побудови функціональних і ресурсних стратегій.
3. Стратегічний баланс підприємства як комплексний результат стратегічного аналізу.
4. Альтернативність у стратегічному виборі: вибір продуктів і ринків; вибір типової (або генеричної) конкурентної стратегії; рішення щодо розвитку підприємства.
5. Процеси ідентифікації і розробки стратегічних альтернатив.
6. Підходи до оцінки стратегічних альтернатив.
7. Формування стратегічних альтернатив для підприємств різних типів.
8. Матриця можливостей І. Ансоффа («продукція – ринкова визначеність»).

9. Поняття стратегічного простору підприємства та підходи до його опису.

ТЕМА 8. УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ СТРАТЕГІЇ. СТРАТЕГІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

Мета та завдання стратегічного контролю в управлінні діяльністю підприємства в ринкових умовах господарювання. Методи оцінювання обраних підприємством стратегій. Критерії та показники ефективності стратегій.

Оцінювання доцільності впровадження стратегічних змін на підприємств в процесі реалізації стратегії. Суть стратегічних перетворень та визначення їх рівня: стратегія, що триває; рутинні стратегічні зміни; обмежені зміни; радикальні стратегічні перетворення; зміна напрямку руху.

Характеристика впливу різнорівневих стратегічних змін на підприємство. Масштаби стратегічних перетворень та особливості їх здійснення.

Агенти змін, їх навички та основні завдання.

Налагодження зворотного зв'язку в процесі стратегічного управління. Підготовка агентів змін середньої ланки.

Шляхи подолання стереотипів, що загрожують змінам.

Ментальні моделі агентів стратегічних змін.

Питання для поглибленого вивчення:

1. Яким чином реінжинірінг бізнес-процесів сприяє зниженню витрат виробництва продукції?
2. Що собою являють стратегічні зміни? Чим вони викликані?
3. Визначте сутність та основні ознаки стратегічного контролю. Охарактеризуйте його основні етапи. Чим відрізняється стратегічний контроль від поточного?
4. Що таке реалізація стратегії та які ключові етапи її здійснення?
5. Які організаційні структури найкраще підходять для ефективної реалізації стратегії?
6. Які фактори можуть стати бар'єрами під час реалізації стратегії?
7. Як мотиваційні системи можуть підтримувати реалізацію стратегії організації?
8. Як контролювати виконання стратегічних цілей і коригувати відхилення в процесі реалізації стратегії?
9. Які існують типи стратегічного контролю (попередній, поточний, підсумковий) та як вони застосовуються в управлінні?
10. Як система показників ефективності (KPI) впливає на контроль за реалізацією стратегії?
11. Як стратегічний контроль дозволяє організації адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі?
12. Як внутрішня та зовнішня звітність сприяють процесу стратегічного контролю?

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Які з перерахованих ознак характеризують бюджетування як етап розвитку перспективного планування на підприємстві:

- а) підприємство розглядається як відкрита система;
- б) довгостроковий характер планів;
- в) складання щорічних фінансових кошторисів за статтями витрат;
- г) планування діяльності підприємства за допомогою метода екстраполяції.

2. Назвіть які з перерахованих ознак характеризують довгострокове (екстраполяційне) планування як етап розвитку перспективного планування на підприємстві:

- а) короткостроковий характер планів;
- б) підприємство розглядається як закрита система;
- в) планування поточного прибутку;
- г) покращення реакції підприємства на динаміку ринку.

3. Які з перерахованих ознак характеризують стратегічне управління як етап розвитку перспективного планування на підприємстві:

- а) пошук шляхів використання лише зовнішніх можливостей без урахування внутрішніх факторів;
- б) комплекс оперативних дій, що забезпечують швидке реагування підприємства на зміну зовнішнього середовища;
- в) планування діяльності підприємства від досягнутого;
- г) складання щорічних фінансових кошторисів за статтями витрат.

4. В чому полягає суттєва відмінність стратегічного планування від довгострокового:

- а) в стратегічному плануванні використовуються формалізовані методи, в довгостроковому – експертні методи;
- б) в довгостроковому плануванні використовуються експертні методи, в стратегічному – метод планування від досягнутого;
- в) в стратегічному плануванні використовуються експертні методи, в довгостроковому – метод планування від досягнутого;
- г) стратегічне планування відрізняється від довгострокового лише тривалістю процесу планування

5. Для якого етапу еволюції стратегічного управління характерне твердження: застосовується в умовах стабільного зовнішнього середовища, передбачає продовження тенденцій, що склалися, в майбутньому:

- а) оперативне планування;
- б) довгострокове планування;
- в) стратегічне планування.

6. До етапів стратегічного управління відносяться:

- а) визначення місії, вибір стратегії, порівняння стратегічних планів, реалізація стратегії, контроль;
- б) аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, альтернативна стратегія, вибір стратегії, порівняння стратегічних планів, реалізація стратегії, контроль;
- в) визначення місії, аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, альтернативна стратегія, вибір стратегії, порівняння стратегічних планів, реалізація стратегії, контроль.

7. Погляди менеджерів компанії на те, якими видами діяльності підприємство збирається займатися і який довгостроковий курс його діяльності – це...:

- а) стратегічне бачення;
- б) місія підприємства;
- в) стратегія підприємства;
- г) цілі підприємства.

8. За охопленням рівнів управління цілі поділяються на:

- а) цілі проектування і створення організації, цілі зростання та розвитку, цілі стабілізації, цілі скорочення та ліквідації;
- б) цілі всієї організації, окремих підрозділів, груп або індивідуумів;
- в) коротко-, середньо- та довгострокові;
- г) зовнішні та внутрішні.

9. За стадіями життєвого циклу цілі поділяються на:

- а) цілі проектування і створення організації, цілі зростання та розвитку, цілі стабілізації, цілі скорочення та ліквідації;
- б) цілі всієї організації, окремих підрозділів, груп або індивідуумів;
- в) коротко-, середньо- та довгострокові;
- г) зовнішні та внутрішні.

10. Наочне графічне зображення підпорядкованості та взаємозв'язку цілей, що демонструє розподіл загальної (генеральної) мети або місії на підцілі, завдання та окремі дії — це...:

- а) стратегічне бачення;
- б) місія підприємства;
- в) дерево цілей;
- г) цілі підприємства.

11. Загальними вимогами до формулювання стратегічних цілей підприємства є:

- а) лаконічність цілей;
- б) досяжність цілей;
- в) на підприємстві має бути сформульовано 2-3 стратегічних цілі;
- г) адаптивність цілей.

11. Який з наведених елементів входить до складу місії?

- а) джерела постачання сировини;
- б) опис продукції (послуг), що пропонуються підприємством;
- в) характеристика конкурентів;
- д) методи розповсюдження товарів;
- е) зовнішній образ;
- ж) характеристика ринку (споживачів);
- з) правильні відповіді б), е), ж);
- і) правильні відповіді в), д), е)

12. До чинників макросередовища відносять:

- а) економічні; політичні; правові; демографічні; природні; соціально-культурні; чинники наукового-технічного прогресу;
- б) економічні; політичні; правові; демографічні; природні; соціально-культурні; чинники наукового-технічного прогресу, постачальники, споживачі, конкуренти, посередники і контактні аудиторії;
- в) постачальники, споживачі, конкуренти, посередники і контактні аудиторії.

13. Окремі особи, домогосподарства, а також корпоративні споживачі (підприємства), які використовують товари та/або послуги підприємства-виробника для задоволення своїх потреб – це:

- а) посередники;
- б) споживачі;
- в) постачальники;
- г) конкуренти.

14. Що не є особливістю зовнішнього середовища підприємства:

- а) багатоваріантність;
- б) взаємообумовленість факторів;
- в) висока ефективність;
- г) невизначеність?

15. Під потенціалом підприємства в стратегічному управлінні розуміється:

- а) можливість підприємства до швидкої самоліквідації;
- б) підприємницькі здібності головного менеджера;
- в) сукупність можливостей підприємства з випуску товарів і послуг;
- г) обсяг обробленої інформації, її достовірність, своєчасність;
- д) менеджмент, як сукупність теорії, знань та вмінь.

16. Конкурентоспроможність підприємства визначається:

- а) конкурентоспроможністю товару, потенціалом підприємства та ефективністю його використання;
- б) якістю товару та його ціною;
- в) додатковими властивостями товару.

17. Активи та компетенції підприємства, що забезпечують успіх у конкурентній боротьбі – це:

- а) конкурентні переваги;
- б) ключові фактори успіху;
- в) конкурентні сили.

18. Що не відноситься до характеристики конкурентних переваг високого порядку:

- а) дешева робоча сила;
- б) унікальна технологія;
- в) стійка конкурентоспроможність;
- г) високий імідж підприємства?

19. Завданнями стратегічного аналізу середовища є:

- а) ідентифікація і оцінка стратегічного потенціалу, оцінка привабливості ринку, з'ясування стратегічної позиції підприємства;
- б) обґрунтування місії і цілей підприємства;
- в) вибір стратегії.

20. SWOT-аналіз підприємства дозволяє:

- а) визначити сильні і слабкі сторони підприємства, а також можливості й загрози зовнішнього середовища;
- б) визначити сильні і слабкі сторони;
- в) визначити можливості та загрози зовнішнього середовища.

21. Сукупність факторів, які переважно позитивно впливають на діяльність підприємства або альтернативи, які може використовувати підприємство для досягнення стратегічних цілей, є:

- а) слабкими сторонами підприємства;
- б) сильними сторонами підприємства;
- в) можливостями зовнішнього середовища.

22. Що не належить до внутрішніх слабких сторін підприємства?

- а) відставання у сфері досліджень і розробок;
- б) недостатній імідж на ринку;
- в) погіршення конкурентної позиції;
- г) зростання конкурентного тиску.

23. Аналіз конкурентів має на меті:

- а) виявити слабкі і сильні сторони конкурентів;
- б) виявити конкурентні сили, що визначають привабливість галузі і позиції підприємств в конкурентній боротьбі;
- в) виявити можливості і слабкості підприємства;
- г) всі відповіді вірні.

24. Що може бути суттєвою перешкодою для входження нових конкурентів в галузь:

- а) наявність широко відомих торгових марок у підприємств, що існують в галузі;
- б) наявність в галузі значної кількості підприємств, які контролюють невеликі частки ринку;
- в) невеликі масштаби виробництва;
- г) висока матеріаломісткість виробництва в галузі.

25. У якому випадку вплив споживачів на підприємство посилюється?

- а) збільшується концентрація споживачів;
- б) зменшується концентрація споживачів;
- в) товар більш диференційований;
- г) товар менш диференційований.

26. Інтенсивність конкуренції в галузі знижується, якщо:

- а) збільшується чисельність конкурентів;
- б) зменшується чисельність конкурентів;
- в) збільшуються відмінності в стратегії конкурентів;
- г) зменшуються відмінності в стратегії конкурентів.

27. Господарський портфель підприємства – це:

- а) перелік характеристик продукції підприємства;
- б) система стратегій різного типу, які розробляє підприємство;
- в) сукупність окремих напрямків діяльності підприємства;
- г) засоби, запаси та джерела, що є в наявності підприємства та можуть бути використанні для досягнення певної мети.

28. Стратегічна зона господарювання – це:

- а) окрема група видів продукції, що випускається підприємством;
- б) окремий сегмент зовнішнього середовища підприємства, на який воно має (або намагається мати) вихід;
- в) окремий структурний підрозділ підприємства;
- г) окремий географічний ринок, на якому підприємство реалізує продукцію.

29. Основні характеристики стратегічних одиниць бізнесу:

- а) обслуговують ринок;
- б) керівництво СОБ контролює ключові фактори успіху на ринку;
- в) мають своїх споживачів і конкурентів;
- г) тільки відповіді а) і б);
- д) всі відповіді вірні.

30. Господарський портфель підприємства може бути скомплектований з наступних видів одиниць стратегічного аналізу:

- а) стратегічних зон господарювання;
- б) стратегічних одиниць бізнесу;

- в) стратегічних сегментів;
- г) всі відповіді вірні.

31. Порядок виділення стратегічних зон господарювання базується на параметрах:

- а) потреба, технологія, тип клієнта, географічний район;
- б) дефіцит, належність до кластера, тип клієнта, регіональна відокремленість;
- в) зайві потужності, належність до кластеру, технологія, географічний район.

32. Стратегія – це:

- а) зразок, до якого прагне наблизитись підприємство;
- б) мета управління, що визначає модель підприємства;
- в) конкретизована у певних показниках позиція в середовищі, яку займає підприємство;
- г) філософія, якою має керуватися організація, що її має;
- д) елемент самовизначення підприємства чи організації;
- ж) це генеральна програма дій, спрямована на досягнення визначених орієнтирів діяльності підприємства на підставі оцінки його потенційних можливостей і прогнозування розвитку зовнішнього середовища.

33. Основні завдання стратегії полягають у наступному:

- а) визначення сфери діяльності і формування стратегічних установок;
- б) постановка стратегічних цілей і завдань для їх досягнення;
- в) формулювання стратегії для досягнення накреслених цілей і результатів діяльності виробництва;
- г) реалізація стратегічного плану;
- д) оцінка результатів діяльності і зміна стратегічного плану;
- ж) всі відповіді правильні.

34. Система стратегій різного типу, які розробляє підприємство на певний проміжок часу і, що відображає специфіку функціонування і розвитку підприємства, а також рівень його претендування на місце і роль у зовнішньому середовищі, – це...:

- а) стратегічний набір;
- б) стратегічна альтернатива;
- в) стратегічний комплект.

35. Вимоги до стратегічного набору:

- а) орієнтація на досягнення реальних можливих цілей; ясність змісту та розуміння необхідності застосування певного набору стратегій;
- б) орієнтація на досягнення реальних взаємопов'язаних цілей; ясність змісту та розуміння необхідності застосування певного набору стратегій; ієрархічний характер; надійність; відображення господарських процесів у їхній сукупності та взаємозв'язку; гнучкість і динамічність; баланс рівноваги між прибутковими та витратними стратегіями, основними та компенсаційними, резервними;
- в) вимог не існує.

36. Інтервал між можливостями, зумовленими наявними тенденціями зростання підприємства, та бажаними орієнтирами, необхідними для розв'язання нагальних проблем зростання та зміцнення підприємства в довгостроковій перспективі – це:

- а) проблема;
- б) стратегічна прогалина;
- в) стратегія.

37. Яка стратегія займає найвище місце в ієрархії стратегій:

- а) бізнесова;
- б) конкурентна;
- в) портфельна;
- г) функціональна

38. Стратегія інтенсивного зростання підприємства полягає:

- а) у розширенні позиції на ринку за рахунок здійснення інноваційної політики і вдосконалення методів збуту/продажу;
- б) у активній вузькій спеціалізації діяльності;
- в) у встановленні м'якого або жорсткого контролю над партнерами, клієнтами і конкурентами, в цілеспрямованій дії на їх поведінку;
- г) у розширенні напрямків бізнесу, диверсифікації.

39. До конкурентних стратегій (згідно з підходом М.Портера) відносять:

- а) лідерство по витратах;
- б) оптимальних витрат;
- в) диференціації;
- г) фокусування;
- д) всі відповіді правильні;
- ж) немає правильної відповіді.

40. Стратегія диференціації полягає в:

- а) збільшенні кількості напрямків діяльності підприємства;
- б) розширенні номенклатури продукції, що випускається;
- в) створенні продукції з унікальними специфічними властивостями, що дозволяє задовольняти конкретну потребу споживача;
- г) зміні цільового сегменту ринку;
- д) обмеженні кількості видів продукції, що виробляється.

41. Застосування стратегії «переваги в витратах» потребує:

- а) посилення уваги до маркетингової діяльності;
- б) ефективного нормування робіт і технологічних процесів;
- в) формування системи сервісного обслуговування;
- г) репутації лідера в технології і якості та дизайні продукції;
- д) глибокого дослідження цільового сегменту;
- е) творчих здібностей.

42. Роль функціональної стратегії полягає в:

- а) підтримці ділової стратегії і конкурентоспроможності підприємства;
- б) зміцненні позицій підприємства на ринку;
- в) забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.

43. «Крива досвіду» характеризує:

- а) зменшення витрат на виробництво одиниці продукції в залежності від зростання масштабів виробництва за рахунок економії на умовно-постійних витратах;
- б) зменшення витрат на виробництво одиниці продукції в залежності від зростання обсягів виробництва на конкретному підприємстві;
- в) вплив стажу роботи персоналу підприємства на продуктивність праці;
- г) зростання прибутковості діяльності підприємства в залежності від виробничої потужності і наявності основних засобів.

44. За допомогою моделі ділового аналізу PIMS визначають:

- а) вплив ринкової стратегії на прибуток підприємства;
- б) залежність відносної долі ринку від якості продукції;
- в) вплив фази життєвого циклу підприємства на вибір стратегії конкуренції.

45. Які показники застосовуються в стратегічному аналізі в матриці БКГ:

- а) «привабливість» ринку; стратегічна позиція фірми на ринку;
- б) обсяги продажів продукції; рентабельність активів;
- в) темпи росту галузі; частка ринку.

46. Яку позицію згідно матриці БКГ займає підприємство, бізнес якого високо конкурентний, що займає велику частку на швидко зростаючому ринку:

- а) «зірки»;
- б) «важкі діти»;
- в) «дійні корови»;
- г) «собаки».

47. Яку стратегію згідно матриці БКГ застосовують до сильних «зірок» і «важких дітей»:

- а) збільшення частки ринку;
- б) «збирання врожаю»;
- в) ліквідація бізнесу.

48. В моделі ADL вибір стратегії відбувається в залежності від:

- а) конкурентної позиції підприємства і фази життєвого циклу сектору ринку;
- б) темпу росту і відносної долі ринку;
- в) фази життєвого циклу підприємства і рентабельності діяльності.

49. Яка стадія процесу стратегічного контролю пов'язана з вибором певної лінії поведінки управлінського працівника – нічого не вживати, усунути виниклі відхилення або переглянути контрольні стандарти:

- а) перша;
- б) друга;
- в) третя.

50. Головною метою стратегічного контролю є:

- а) контроль ходу виконання заходів стратегічного плану;
- б) збір, обробка, використання, зберігання, підтримка в актуальному стані баз стратегічних даних, які гарантують своєчасне та надійне інформаційне забезпечення організації нормативно-правовою, довідково-аналітичною, методичною, прогнозною та поточною інформацією, а також комплексом програмних засобів, необхідних для їх аналізу при формуванні стратегічних рішень.
- в) сприяння зближенню фактичних і необхідних результатів виконуваних робіт, тобто забезпечення виконання завдань (досягнення цілей) підприємства

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ ЗНАТЬ

1. Сутність стратегічного управління бізнесом. Предмет, об'єкт, суб'єкт стратегічного менеджменту. Сутність поняття «стратегія організації».
2. Стратегічні рішення в організації. Особливості стратегічних рішень. Рівні стратегічних рішень.
3. Загальна типологія стратегій за рівнем стратегічних рішень.
4. Стратегії організацій різних галузей. Особливості стратегій організацій інноваційних, зрілих, спадкових галузей.
5. Еталонні стратегії розвитку організації (інтенсивного зростання, інтегрованого зростання, диверсифікованого зростання, скорочення).
6. Основні етапи стратегічного управління.
7. Місія організації. Правила формування місії. Мета в стратегічному управлінні. Сфери встановлення стратегічних цілей організації.
8. «Дерево цілей». Методи побудови «дерева цілей»: метод дезагрегації, метод забезпечення необхідних умов.
9. Сутність стратегічного планування. Етапи стратегічного планування..
10. Метод SWOT та його використання для аналізу середовища організації.
11. Стратегічний аналіз галузевого середовища.
12. Аналіз впливу постачальників на організації галузі.
13. Аналіз впливу товарів-замінників на організації галузі.
14. Аналіз впливу споживачів на організації галузі.
15. Аналіз впливу появи нових конкурентів на організації галузі.
16. Поняття конкурентної переваги. Рівні конкурентних переваг за М.Портером. Класифікація конкурентних переваг.
17. Поняття компетенцій. Рівні компетенцій організації.
18. Поняття організаційних здатностей. Динамічні здатності. Організаційні рутини. Ланцюг вартості (цінності) .
19. Поняття портфелю організації. Портфельна стратегія.
20. Стратегічна зона господарювання. Показники розвитку стратегічної зони господарювання.
21. Оцінювання стратегічної позиції за допомогою матриці БКГ.
22. Оцінювання стратегічної позиції за допомогою матриці «Дженерал Електрик»-«МакКінсі».
23. Типологія загальних стратегій організації.
24. Використання матричної моделі І.Ансоффа для генерування стратегій .
25. Використання моделі М.Портера для генерування стратегій.
26. Характеристика, умови реалізації та ризики стратегії лідирування у зниженні витрат (цін).
27. Характеристика, умови реалізації та ризики стратегії диференціації.
28. Характеристика, умови реалізації та ризики стратегії фокусування.
29. Критерії вибору стратегічних альтернатив. Матриця А.Томпсона і А.Стрікланда.
30. Сутність та етапи стратегічного контролю. Стратегічні зміни в організації. Типи стратегічних змін. Потенціал змін організації.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ № 1 РЕФЕРАТ

Мета індивідуального завдання – систематизація, поглиблення та застосування теоретичних і практичних знань, отриманих в процесі вивчення дисципліни. Виконання індивідуального завдання сприяє формуванню аналітичних, дослідницьких, комунікаційних компетенцій, критичного мислення. Завдання націлене на підготовку до вирішення практичних проблем підприємництва в умовах мінливого бізнес-середовища.

Індивідуальне завдання виконується самостійно, при консультуванні викладачем протягом вивчення дисципліни і у відповідності до графіка навчального процесу.

В процесі виконання індивідуального завдання разом з теоретичними знаннями здобувач вищої освіти повинен продемонструвати здібності до науково-дослідної роботи та вміння творчо мислити, здатність вирішувати прикладні управлінські завдання.

Обсяг індивідуального завдання має складати 15-20 сторінок тексту у друкованому варіанті (інтервал 1,5, шрифт Times New Roman – 14 pt).

Стиль викладання – академічний (науковий).

Індивідуальне завдання має містити наступні складові:

– вступ (обґрунтування актуальності питань, що розглядаються) – 0,5-1,0 сторінка;

– змістовна частина (викладення основного матеріалу);

– висновки – 0,5-1,0 сторінки (перспективи та особливості застосування у практичній управлінській діяльності, самостійне узагальнення викладеного матеріалу);

– використана література (посилання на літературу необхідно робити по тексту в квадратних дужках із зазначенням номерів сторінок відповідно друкованого (електронного) джерела, наприклад [3, с. 277] або [7, с. 87; 9, с. 57]. Використана література (джерела) подаються наприкінці статті в алфавітному порядку відповідно до діючих стандартів бібліографічного опису).

При виконанні індивідуального завдання необхідно використовувати сучасну наукову літературу: монографії, збірники наукових праць, матеріали науково-практичних конференцій та наукові статті, опубліковані за останні 5 років.

Приклад оформлення літератури:

Підручник:

Антошкіна Л. І., Стеченко Д.М. *Методологія економічних досліджень* : підручник. К. 2015. 311 с.

Стаття в журналі:

Артимонова І.В. Концепція маркетинг-микс як основа програмно-цільового підходу до організації маркетингової діяльності підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 4 (106). С. 94-101.

Офіційний сайт:

Головне управління статистики у Харківській області. Офіційний сайт. – URL: <http://kh.ukrstat.gov.ua/>.

Стаття на будь-якому сайті:

Перелік завдань для індивідуальної роботи здобувачів вищої освіти (теми рефератів):

1. Аналіз сучасних стратегій забезпечення конкурентної переваги на глобальному ринку
2. Інноваційні бізнес-моделі як інструмент стратегічного управління підприємствами
3. Стратегії злиття та поглинання у підприємницькій діяльності: переваги та ризики
4. Еволюція стратегічного управління: від класичних підходів до цифрової трансформації
5. Адаптивні стратегії для малого та середнього бізнесу в умовах економічної нестабільності
6. Ризики у стратегічному управлінні бізнесом та підходи до їх мінімізації
7. Стратегічні альянси та партнерства у міжнародному бізнесі: сучасні тренди
8. Соціальна відповідальність бізнесу як частина корпоративної стратегії: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні
9. Роль стейкхолдерів у формуванні стратегії підприємства
10. Міжнародна експансія та вибір стратегії виходу на нові ринки
11. Екологічна відповідальність та її роль у стратегічному управлінні підприємствами
12. Стратегії цифрової трансформації бізнесу та їх вплив на конкурентоспроможність підприємств
13. Підходи до розробки стратегій за Г.Мінцберном та А.Томпсоном.
14. Етапи формулювання мети в управлінні: сутність, характеристика, особливості стосовно стратегічної мети.
15. Роль процесу формулювання місії організації у загальному процесі стратегічного планування.
16. Відмінності поглядів різних стратегічних шкіл на сутність стратегії.
17. Підходи до моніторингу середовища господарської організації, порівняльна характеристика концепцій (стратегічний аудит, моніторинг реалізації проєктів, система відстеження)
18. Взаємозв'язок і співвідношення продуктових, функціональних і ресурсних стратегій організації.
19. Основні фактори, що впливають на вибір продуктово-товарних стратегій.
20. Види інтеграції: суть, характеристика, приклади.
21. Суть диверсифікації: можливості і обмеження.
22. Характеристика складових «стратегічного набору» на різних етапах «життєвого циклу підприємства».
23. Загальні вимоги до побудови функціональних і ресурсних стратегій.
24. Місце та роль «забезпечуючих» стратегій у «стратегічному наборі»

організації.

25. Девіантний та превентивний характер системи стратегічного управління.

Критерії оцінювання реферату (загальна кількість балів – 15):

Відповідність темі (3 бали): чітке визначення теми та її повне розкриття, відповідність змісту темі роботи.

Використання наукових джерел (3 бали): якість та кількість використаних джерел (наукова література, статті, дослідження), правильне оформлення посилань на джерела, включення сучасних та релевантних джерел.

Логічність структури та чіткість викладу (3 бали): послідовність викладу матеріалу, чітка структура (вступ, основна частина, висновки), логічна побудова тексту та аргументація.

Оформлення роботи (2 бали): відповідність оформлення вимогам (шрифт, інтервали, посилання на джерела), наявність коректного списку використаних джерел.

Оригінальність і самостійність виконання (2 бали): власний підхід та авторська інтерпретація проблеми, відсутність плагіату, перевірка на унікальність тексту.

Висновки та узагальнення (2 бали): якість висновків, що логічно випливають із проаналізованого матеріалу, сформульовані власні висновки та рекомендації щодо теми.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ № 2 «ТЛУМАЧНИЙ СЛОВНИК ТЕРМІНІВ»

Мета індивідуального завдання «Складання тлумачного словника термінів англійською та українською мовами» є поглиблення розуміння ключових понять, розвиток професійної лексики, вдосконалення навичок перекладу та підвищення мовної компетенції для успішної роботи в міжнародному бізнес-середовищі.

Завдання вважається виконаним, коли у словнику буде не менше 12 слів.

Здобувач може обрати для тлумачення будь-які терміни, які, з його точки зору, стосуються дисципліни (терміни та поняття, які обговорювались на лекційних та практичних заняттях, є у конспекті лекцій, були у презентаціях чи зустрічались при виконанні самостійних завдань).

Приклад:

№	Термін (англійською)	Тлумачення (англійською)	Термін (українською)	Тлумачення (українською)
1	Strategy	Strategy generally involves setting goals and priorities, determining actions to achieve the goals, and mobilizing resources to execute the actions	Стратегія	стратегія – це системна модель розвитку компанії, яка включає в себе як мінімум такі підсистеми як постановка цілей, планування і реалізація

Критерії оцінювання індивідуального завдання "Тлумачний словник термінів" (загальна кількість балів – 6):

Вибір термінів (1 бали): вибір ключових та релевантних термінів з дисципліни, включення достатньої кількості термінів (не менше 12), точність підбору термінів відповідно до контексту курсу.

Тлумачення термінів (4 бали): чітке та точне визначення кожного терміну українською та англійською мовами, здатність пояснити термін у зрозумілій та академічній спосіб, виключення перекладів за допомогою автоматичних перекладачів.

Мова та оформлення (1 бал): відповідність академічному стилю написання, граматична та лексична коректність, структурованість словника (логічний порядок термінів, чітке розмежування між визначеннями), коректність оформлення (шрифти, інтервали тощо).

МЕТОДИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ

Для визначення рівня засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу використовуються такі форми та методи контролю і оцінювання знань:

- оцінювання під час практичних занять;
- поточний контроль знань після вивчення кожного змістовного модуля у системі дистанційного навчання;
- комп'ютерне тестування в системі дистанційного навчання;
- виконання індивідуальних завдань здобувачами вищої освіти;
- складання іспиту.

Поточне оцінювання знань здобувачів здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

- активність та результативність роботи здобувача протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни, відвідування занять;
- виконання завдань на практичних заняттях;
- виконання завдань поточного контролю.

При оцінюванні виконання практичних завдань увага приділяється їх якості й самостійності.

Поточний модульний контроль рівня знань передбачає виявлення опанування здобувачем матеріалу лекційного модуля та вміння застосувати його для вирішення практичної ситуації і проводиться у вигляді тестового контролю. Поточний контроль проводиться двічі по закінченню кожного зі змістових модулів після того як розглянуто увесь теоретичний матеріал та проведені практичні завдання в межах кожного з двох змістовних модулів.

Виконання індивідуальних модульних завдань здобувачами вищої освіти має за мету перевірку рівня набутих знань та практичних навичок по розумінню відповідної термінології, опанування теоретичних основ стратегічного управління бізнесом. Індивідуальні модульні завдання виконуються студентом письмово за індивідуальним варіантом та завантажуються в систему дистанційної освіти. У окремих випадках (за наявності об'єктивних причин та за узгодженістю з викладачем) можливо використання інших засобів для подання модульного завдання, як то електронна пошта та месенджери.

Проведення підсумкового контролю. Підсумковий контроль проводиться у формі семестрового екзамену відповідно до графіку навчального процесу.

Здобувач вищої освіти не може бути допущений до складання екзамену, якщо кількість балів, одержаних за результатами поточного контролю протягом семестру в сумі не досягла 60 балів.

Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 20 балів).

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час екзамену, та балів, отриманих під час поточного контролю, за накопичувальною системою.

Сумарний результат у балах за семестр складає:

1-49 – незадовільно, 50-69 – задовільно, 70-89 – добре, 90-100 – відмінно.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Michael Porter. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. 2020.
2. Thompson A.A., Strickland A.J. Strategic Management: Concepts and Cases. – Irwin Professional Publishing, 2012. 450 p.
3. Бутко М.П. Стратегічний менеджмент в умовах посилення інтеграційних процесів. Підручник. 2021. 344 с.
4. Гринів І. Мистецтво стратегії. Харків. 2023. 256 с.
5. Дикань В.Л. Стратегічне управління : навч. посіб. / В.Л.Дикань, В.О.Зубенко, О.В.Маковоз, І.В.Токмакова, О.В.Шраменко. Київ : ЦУЛ, 2019. 272 с.
6. Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент : Підручник / І.А.Ігнат'єва. К.: Каравела, 2019. 464 с.
7. Козенков Д.Є., Крамаренко А.В., Вишневська М.К., Альошина Т.В. Стратегічне управління персоналом промислового підприємства / монографія. Дніпро, 2022. 116 с.
8. Лейнванд П., Мейнарді Ч. Стратегія, що працює. Харків. 2019. 256 с.
9. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягати стабільно високих результатів. 2019. 624 с.
10. Розвиток бізнесу. Кейси. URL: <http://www.management.com.ua/>
11. Сумець, О. М. Стратегічний менеджмент : підручник / О. М. Сумець ; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Кременч. льот. коледж. Харків : ХНУВС, 2021. 208 с.

Електронне видання комбінованого використання
Можна використовувати в локальному та мережному режимі

Дуднєва Юлія Ернстівна

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Методичні вказівки
до організації та планування самостійної роботи для здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня денної та заочної форм здобуття освіти
за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля»

В авторській редакції

Підписано до розміщення 30.01.2025. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 1.60. Обсяг 0.407 Мб. Зам. № 23/25.

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.2009
Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна