

ПВНЗ УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА

Факультет суспільних і прикладних наук

Кафедра управління та адміністрування

СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Галузь знань
Спеціальність

07 «Управління та адміністрування»
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітній рівень перший
Освітня програма

(бакалаврський)
«Бізнес та приватне підприємництво»

Вид дисципліни

базова

Мова викладання, навчання та оцінювання

українська

ЗАТВЕРДЖЕНО на засіданні кафедри управління та адміністрування
Протокол №2 від 02.09.2020 р.

Розробник:

Поліщук О.Б., викладач кафедри управління та адміністрування

Контактний телефон викладача (чів)	0342771843
e-mail	olesia.polischuk@ukd.edu.ua
Номер аудиторії чи кафедри	ауд. 205 (2-й поверх) https://meet.google.com/wqy-uukh-qor
Посилання на сайт	https://ukd.edu.ua/

**Лист оновлення та перезатвердження робочої програми
навчальної дисципліни**

Навчальний рік	Дата засідання кафедри – розробника РПНД	Номер протоколу	Підпис завідувача кафедри	Підпис гаранта освітньої програми

ВСТУП

Анотація навчальної дисципліни

Загальна інформація про дисципліну. Сучасний етап розвитку економіки України характеризується нестабільністю умов функціонування підприємств, що зумовлюється підвищенням рівня мобільності зовнішніх чинників і посиленням їх впливу на внутрішнє середовище. Тому ефективна діяльність та подальший розвиток вітчизняних підприємств неможливі без процесу розробки та реалізації стратегії, яка повинна вирішувати завдання забезпечення майбутньої життєдіяльності об'єктів господарювання за рахунок постійного дотримання балансу їх потенціалу з оточенням. Це свідчить про актуальність стратегічного планування та управління підприємствами України й обумовлює необхідність вивчення теорії та практики цих процесів.

Стратегія стає ключовим засобом бізнес-успіху фірми у майбутньому в умовах неминучого ускладнення і посилення конкурентної боротьби, що є об'єктивною тенденцією. Отже, можна стверджувати, що організація системи стратегічного управління являється життєвою необхідністю, пов'язаною з наступними якісними змінами: завоювання нової більш сильної ринкової позиції, придбання конкурентних переваг і заняття фірмою гідного місця серед успішно діючих компаній.

Отже, практичне вирішення проблем, пов'язаних з необхідністю забезпечення існування підприємства не тільки сьогодні, а й у перспективі, залежить від ступеня засвоєння методології і методів формування управління підприємства його стратегії і тактики.

Місце дисципліни в освітній програмі

Дисципліна «Стратегія і тактика розвитку бізнесу» є нормативною і входить до циклу дисциплін професійної підготовки бакалаврів за спеціальністю «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Вона передбачає надання системи знань, формування вмінь та навичок щодо використання методології та методичного інструментарію формування стратегії і тактики підприємства в мінливих умовах ринкового зовнішнього середовища. Вона є невід'ємною частиною циклу економічних навчальних дисциплін, необхідних спеціалістам економічних підрозділів підприємств незалежно від форми власності та організаційно-правової форми господарювання.

Метою вивчення даної дисципліни є набуття професійних навичок, професійного досвіду та теоретичних знань у галузі прийняття стратегічних рішень щодо перспектив роботи підприємства, умов та можливостей їх роботи.

Предметом вивчення дисципліни є теоретичні і практичні аспекти стратегічної діяльності підприємства на конкурентному ринку, ознайомлення із сучасним станом економічної ситуації на момент складання стратегії підприємства, вивчення основних видів стратегій і умов їх пристосування на підприємстві, а також набуття теоретичних та практичних засад при аналізі і розробці положень стратегії з використанням різних методів та засобів

Завдання вивчення дисципліни: поглиблення теоретичних знань та практична підготовка студентів з питань стратегічного управління

підприємством та вибору стратегічної позиції в конкурентній боротьбі а також засвоєння основних методологічних прийомів формування стратегій.

Після вивчення даного курсу студент повинен

знати:

- концепції визначення стратегій підприємств;
- принципи, яким повинні відповідати стратегії підприємств;
- етапи розвитку стратегічного управління підприємством;
- сучасне середовище діяльності підприємств;
- підходи до аналізу факторів зовнішнього середовища;
- методи аналізу конкурентних переваг підприємства;
- методичні основи до оцінки стратегічного потенціалу підприємства;
- порядок визначення місії та цілей підприємства;
- порядок вибору і формування корпоративної стратегії.

вміти:

- визначати доцільність інвестування коштів в обрану галузь;
- визначати рівень нестабільності обраної галузі та оцінювати можливі загрози для діяльності підприємства;
- визначати показники для оцінки фінансового та маркетингового потенціалу, рівня техніки та технології, організації виробництва та ефективності використання управлінського персоналу підприємства;
- визначати конкурентоспроможність продукції підприємства;
- оцінювати зовнішнє оточення підприємства, виявити його загрози і можливості;
- оцінити поточний стан та перспективу розвитку підприємства та дослідити його сильні і слабкі сторони;
- розробляти альтернативні варіанти розвитку підприємства;
- обґрунтувати найбільш доцільні варіанти розвитку підприємства та сформулювати його стратегію;
- розробляти організаційне забезпечення реалізації обраної стратегії, а також створення системи стратегічного управління та забезпечення її функціонування в динамічному ринковому середовищі.

Курс «**Стратегія і тактика розвитку бізнесу**» дає змогу узагальнити знання та отримати навички стратегічного бачення майбутнього розвитку підприємства та управління стратегічними змінами на підприємстві.

Місце курсу «Стратегія і тактика розвитку бізнесу» є забезпечення комплексного підходу до вивчення навчальної дисципліни, який передбачає ознайомлення та засвоєння теоретичних основ та формування практичних навичок і вмінь відносно організації процесу обґрунтування та розробки стратегічного набору підприємства, діагностування отриманих теоретичних знань, сформованих практичних навичок і вмінь за допомогою відповідних засобів – тестових і практичних завдань різних типів та різного рівня складності.

Кваліфікаційні характеристики та компетентності, якими мають володіти випускники спеціальності освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» після вивчення навчальної дисципліни «Стратегія і тактика розвитку бізнесу».

Код компетентності	Назва компетентності	Результати навчання
ІК	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сферах підприємницької, торговельної та біржової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів організації і функціонування підприємницьких, торговельних, біржових структур характеризується комплексністю та невизначеністю умов.	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері управління бізнесом.
ЗК 8	Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.	Демонструвати підприємливість при розробці та реалізації стратегій і тактик ведення бізнесу в різних напрямках та брати відповідальність за результати.
ЗК 10	Здатність діяти відповідально та свідомо.	Вміти застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної реалізації стратегій підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.
СК 3	Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.	Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин розробки стратегії і тактики підприємства в сучасних умовах.
СК 7	Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.	Вміти визначати і розробляти стратегії бізнесу підприємства у довгострокових планах, аналізувати передумови розробки стратегії і тактики підприємства в сучасних умовах.

СК 10	Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків.	Володіти методами аналізу та прогнозування процесів, що визначають результативність діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з застосуванням сучасного інструментарію.
-------	---	---

Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у програмних результатах навчання:

ПР 4. Використовувати сучасні комп'ютерні і телекомунікаційні технології обміну та розповсюдження професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

ПР 7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

ПР 8. Застосовувати одержані знання й уміння для ініціювання та реалізації заходів у сфері збереження навколишнього природного середовища і здійснення безпечної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ПР 10. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально на основі етичних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства.

ПР 11. Демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці.

ПР 12. Володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

ПР 13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

ПР 17. Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

ПР 19. Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.

ПР 20. Демонструвати вміння бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків. ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс	4	
Семестр	1	
Кількість кредитів ECTS	4	
Аудиторні навчальні заняття	лекції	14 (в годинах)
	семінари, практичні	14 (в годинах)
	лабораторні	-
Самостійна робота		92 (в годинах)
Форма підсумкового контролю	Залік	

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни:

Попередні дисципліни	Наступні дисципліни
Економіка підприємництва	Корпоративний менеджмент
Менеджмент	Управління бізнес-процесами
Планування бізнесу	Маркетинговий менеджмент
Маркетинг	Інфраструктура товарного ринку
Мікроекономіка	
Бізнес-аналітика	
Торгівельна діяльність	

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Поняття стратегії, тактики, місії організації та класифікація видів стратегії підприємства

Визначення категорії «стратегія» і «тактика», походження і зміст категорії «стратегія». Ієрархічна структура стратегій.

Порівняльна характеристика десяти теоретичних шкіл стратегій.

Місія, її зміст і роль в організації. Поняття та види цілей. Формулювання та взаємозв'язок стратегічних цілей підприємства.

Поняття стратегічної бізнес-одиниці. Стратегічні господарські центри. Класифікація видів стратегій. Основні (еталонні, базові) стратегії. Основні чинники вибору стратегії організації.

Тема 2. Аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства

Загальні поняття про середовище підприємства. Методичний підхід до діагностики середовища. Методи ситуаційного аналізу. Прогнозування тенденцій зміни середовища підприємства. Інформаційне забезпечення аналізу середовища. Аналіз внутрішнього середовища підприємства.

Діагностика і прогноз макросередовища. Аналіз і прогнозування мікросередовища. Оцінка загроз і можливостей зовнішнього середовища.

Тема 3. Стратегічне планування в організації

Основи розроблення стратегії: підходи, принципи, визначальні фактори. Мета та принципи стратегічного планування. Проекти стратегічного планування. Зміст та напрями удосконалення стратегічного планування.

Моделі стратегічного планування на основі «стратегічної прогалини», на основі рахування ринкових переваг, орієнтовані на створення та підтримку конкурентоспроможності, на створення позитивного іміджу, що враховують розміри підприємств.

Алгоритм методики вироблення стратегії підприємства. Методи діагностики і стратегічного аналізу окремого бізнесу підприємства (бізнес-рівень).

Матриця «продукт-ринок» І. Ансоффа, модель М. Портера (матриця конкурентної переваги). Матричні методи побудови стратегії, загальний алгоритм «портфельної» діагностики.

Вибір та оцінка стратегії.

Тема 4. Формування стратегії розвитку бізнесу

Поняття стратегії бізнесу підприємства, підходи до формування стратегії окремої бізнес-одиниці, специфіка бізнес-стратегії, стратегічна зона господарювання (СЗГ) і стратегічний господарський центр (СГЦ), як об'єкти і суб'єкти розробки бізнес-стратегії підприємства; стратегічний господарський підрозділ (СГП) як рівень розробки стратегії бізнесу; алгоритм розробки бізнес-стратегії.

Стадії економічного розвитку за Л. Грейнером.

Класифікації стратегій бізнесу підприємства, конкурентні бізнес-стратегії: стратегія мінімізації витрат, стратегія диференціації, стратегія фокусування. Характеристика конкурентних бізнес-стратегій за Томпсоном-Стріклендом.

Стратегії диверсифікації підприємства, фактори, що обумовлюють вибір стратегії диверсифікації. Види стратегії диверсифікації діяльності підприємства: концентрична диверсифікація; горизонтальна диверсифікація; конгломеративна диверсифікація; вертикальна диверсифікація.

Стратегії зовнішнього розвитку підприємства: зворотна і пряма вертикальна інтеграція; горизонтальна інтеграція; діагональна інтеграція; стратегія горизонтальної інтеграції; стратегії вертикальної інтеграції; стратегія діагональної інтеграції; стратегії інтернаціоналізації; порядок (алгоритм) формування стратегії зовнішнього розвитку підприємства; типові стратегії зовнішнього розвитку підприємства, їх цільове призначення і типові ситуації застосування.

Тема 5. Формування корпоративної стратегії підприємства

Поняття і зміст та види корпоративної стратегії підприємства. Три основні рівні стратегій. «Портфельний» аналіз і планування. Однопродуктові та спеціалізовані підприємства, мультипродуктова, диверсифікована фірма: відмінності у стратегії.

Стратегічний набір підприємства, складові корпоративної стратегії; загальні стратегії; загальні конкурентні стратегії. Основні типи стратегій загальної економічної поведінки фірми, типи корпоративних стратегій: спеціалізації і диверсифікації в бізнесі (за видом бізнесу).

Оцінка можливостей та загроз акціонерних товариств. Етапи формування корпоративної стратегії.

Побудова і використання матриці «зростання галузі/частка ринку» (модель BCG), побудова і використання матриці «привабливість галузі/позиція в конкуренції» (модель GE/McKinsey), побудова і використання матриці спрямованої політики (модель Shell/DPM), побудова і використання матриці життєвого циклу бізнесу (модель ADL/LC), використання інших методів обґрунтування стратегії підприємства.

Тема 6. Реінжиніринг бізнес-процесів

Бізнес-інжиніринг. Суть та характеристика категорій «реінжиніринг» та «бізнес-процес». Методологія Хаммера-Чампі.

Корпоративна інформаційна система SAP R/3. Бізнес-інжиніринг в SAP R/3. Приклад впровадження KIC. Бюджетування та його реалізація в корпоративних інформаційних системах.

Тема 7. Оновлення бізнес-культури компанії

Сутність та зміст бізнес-культури. Загальне поняття «культури», «бізнес-культури», «культури підприємства», «культури підприємництва». Поняття «моралі», «етики», «економічної етики». Зміст та складові елементи культури підприємства.

Основні етапи оновлення бізнес-культури компанії. Завдання оновлення бізнес-культури компанії. Формування системи розвитку на підприємстві. Практика формування системи розвитку на підприємстві.

Корпоративний університет «під ключ». Корпоративний університет на аутсорсингу. Розробка та виконання програм розвитку. Розробка моделі компетенцій.

Тема 8. Стратегічне управління фірмою

Еволюція систем управління на рівні фірми. Система стратегічного управління: поняття, елементи та їх характеристика. Еволюція стратегічного управління. Види стратегічного управління.

Стратегічне та оперативне управління і їх роль в організації бізнесу. Стратегічна соціальна архітектоніка організації.

Модель стратегічного управління. Управління на основі контролю (бюджетування). Управління на основі екстраполяції (довгострокове планування). Управління на основі передбачення змін (стратегічне планування). Управління на основі гнучких екстрених рішень (стратегічний менеджмент).

Підхід до побудови стратегії. Процес стратегічного планування. Елементи системи стратегічного управління. Стадії процесу стратегічного управління.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи.

Поточне оцінювання студента університету з навчальної дисципліни «Стратегія і тактика розвитку бізнесу» на семінарських заняттях здійснюється за чотирьох бальною шкалою, де «2» - незадовільно; «3» - задовільно; «4» - добре; «5» - відмінно.

Порядок проведення поточного оцінювання знань студентів.

Оцінювання знань студента під час семінарських, практичних занять проводиться за такими критеріями:

- розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни; ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;
- вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді виробничих ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;
- логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки;
- здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань;
- вміння пояснювати альтернативні погляди та наявність власної точки зору, позиції на певне проблемне питання;
- логіка, структуризація та обґрунтованість висновків щодо конкретної проблеми;
- використання методів порівняння, узагальнення понять та явищ;

Студенти повинні мати позитивні оцінки не менше, ніж за 40% проведених семінарських, практичних чи лабораторних занять для того, щоб бути допущеними до підсумкового оцінювання у вигляді тестів.

Критеріями оцінювання позааудиторної самостійної роботи студентів, є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, навички і прийоми виконання практичних завдань, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, самореалізація на практичних та семінарських заняттях.

Підсумковий контроль знань та компетентностей студентів з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену (заліку), завданням якого є перевірка розуміння студентом програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо. Усі студенти зобов'язані до

екзамену(заліку) відпрацювати всі пропущені семінарські, практичні чи лабораторні заняття.

Підсумковий контроль проводиться у тестовій формі і оцінюється відповідно до шкали оцінювання знань студентів за ЄКТС. Питання, що виносяться на екзамен у вигляді тестів охоплюють програму дисципліни і передбачають визначення рівня знань та ступеня опанування студентами компетентностей. Тривалість екзамену 20 хв, впродовж яких студенти мають дати відповідь на 30 питань: 20 – I рівня; 7 – II і 3 – III.

Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами тестування, дорівнює або перевищує 60.

Шкала оцінювання знань студентів: національна та ECTS

Шкала в балах	Національна шкала	Шкала ЄКТС
90-100 балів	5 «відмінно»	A
80-89 балів	4 «дуже добре»	B
65-79 балів	4 «добре»	C
68-75 бали	3 «задовільно»	D
60-67 бали	3 «достатньо»	E
35-59 бали	2 «незадовільно»	F
1-34 бали	2 «неприйнятно»	FX

МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

При вивченні дисципліни «Стратегія і тактика розвитку бізнесу» використовуються такі види занять, як лекції та практичні заняття, а також самостійна робота студента при засвоєнні матеріалів лекцій та підготовки до практичних робіт.

При викладанні навчальної дисципліни передбачено застосування активних і інтерактивних методів навчання – ділових ігор, тренінгів, семінарів в активній формі, розгляд кейсів. Основні відмінності активних та інтерактивних методів навчання від традиційних визначаються не тільки методикою і технікою викладання, але і високою ефективністю навчального процесу, який виявляється у:

- високій мотивації студентів;
- закріпленні теоретичних знань на практиці;
- підвищенні самосвідомості студентів;
- виробленню здатності ухвалювати самостійні рішення;
- виробленню здібності до колективних рішень;
- виробленню здібності до соціальної інтеграції.

При вивченні тем, а також при виконанні практичних робіт використовуються наступні методи навчання:

1. Пояснювально-ілюстративний метод або інформаційно-рецептивний: студенти сприймають і осмислюють факти, оцінки, висновки й залишаються в рамках репродуктивного (відтворюючого) мислення.

2. Репродуктивний метод (відтворення): діяльність студентів носить алгоритмічний характер, тобто виконується за інструкціями, приписаннями, правилами в аналогічних, подібних з показаним зразком ситуаціях.

3. Метод проблемного викладу – студенти стають свідками й співучасниками наукового пошуку.

4. Частково-пошуковий, або евристичний, метод – процес мислення поетапно направляє й контролюється науково-педагогічним працівником або самими студентами на основі роботи над навчальними посібниками та електронними інформаційними ресурсами.

5. Дослідницький метод – студенти самостійно вивчають літературу, інші джерела, ведуть спостереження й виміри та виконують інші дії пошукового характеру.

Крім цих методів використовуються й інші, основані на виділенні джерел передачі змісту:

- *словесні*: джерелом знання є усна або друкована інформація (лекція, розповідь, бесіда тощо);
- *практичні методи*: студенти одержують знання й уміння, виконуючи практичні дії при виконанні практичних робіт;
- *наочні методи*: джерелом знань є використання в процесі навчання ІТ-технологій.

Активізація навчально-пізнавальної діяльності студентів здійснюється через застосування таких форм навчання, як:

- проблемні лекції, лекції теоретичного моделювання;
- рольові ігри (елементи), тренінги;
- презентації навчальних матеріалів, виконаних творчих завдань;
- застосування наочних матеріалів (реєстри, реєстри, журнали, акти, договори, установчі документи, первинна документація, фінансова звітність тощо);
- моделюючі вправи, кейси, розв'язування творчих задач та завдань;
- робота в Інтернеті, бібліотеці;
- участь у тренінгах, форумах, відвідування підприємств на практичних заняттях;
- консультації (настановні, контрольні, проблемні).

Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів, на яких викладається теоретичний матеріал, наводяться практичні приклади. Завдання лекційних занять реалізуються завдяки пропонуванню логічно побудованого теоретичного і цікавого прикладного матеріалу; тлумаченню змісту сучасного понятійного апарату; демонстрації можливостей та важливості стратегій і тактики в управлінні бізнесом.

Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, під час лекцій використовується друкований опорний конспект у якому виділені головні висновки з питань, що розглядаються. При викладанні лекційного матеріалу студентам пропонуються питання для самостійного розмірковування. При цьому лектор задає запитання, які спонукають студента шукати розв'язання проблемної ситуації. У практиці навчання використовуються тематичні лекції з візуалізацією даних у роздаткових матеріалах, а також лекції-дискусії, які проводяться завдяки питанням студентів, які вони ставлять протягом лекції.

Дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників з приводу даної теми (питання), а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Семінарські (практичні) заняття передбачають підготовку теоретичних та практичних питань з дисципліни «Стратегія і тактика розвитку бізнесу» та їх обговорення в аудиторії, вирішення багатоваріантних задач на основі розрахунків на прикладі найпростіших завдань, розв'язання тестових завдань, представлення студентами доповідей за індивідуальними темами, робота над індивідуальними завданнями.

Форма проведення практичних занять:

- бліцопитування з питань;
- семінар – дискусія з елементами аналізу проблемних питань;
- доповідь – презентація;
- робота в малих творчих групах;
- вирішення ситуаційних вправ (ділова гра);
- прослуховування та обговорення тематичних виступів та тренінгів.

Консультації проводяться з метою допомоги студентам у виконанні їх індивідуальних завдань та роз'яснення окремих розділів теоретичного матеріалу, відпрацювання студентами пропущених занять. За консультацією з усіх питань, що виникають під час роботи над навчальним матеріалом, необхідно звертатися на кафедру обліку і аудиту.

Кейс-метод – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів і передбачає розгляд проблемних ситуацій у процесі вивчення навчального матеріалу.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних результатів роботи з виконання індивідуальних завдань.

Самостійна робота здобувачів вищої освіти складається з вивчення матеріалу за допомогою конспектів лекцій, підручників, допоміжної літератури, а також підготовки до практичних занять. Самостійна робота виконується студентами у позааудиторний час за завданнями викладача та включає підготовку до практичних занять та виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань, розгляд питань, винесених на самостійне опрацювання. До кожної теми дисципліни додаються питання для самостійного вивчення і завдання.

Метою самостійної роботи студента є:

- засвоєння програми дисципліни шляхом поглибленого вивчення теоретичного матеріалу;
- формування самостійних суджень щодо окремих теоретичних положень;
- розв'язування аналітичних завдань як найпоширеніших, так і специфічних з економічної практики.

Індивідуальна робота студента з дисципліни передбачає виконання завдань, спрямованих на поширення знань та вмінь щодо кожної теми.

Основними формами індивідуальної роботи студентів є:

- опрацювання лекційного матеріалу;
- знайомство із останніми науковими дослідженням з проблем стратегії і тактики розвитку бізнесу;
- виконання завдань практичного характеру.

Мета індивідуальної роботи:

- закріпити теоретичні знання студентів;
- виробити у студентів уміння використовувати методичні рекомендації та набуті знання щодо формування стратегій і тактики підприємства;
- виробити у студентів навички критичної оцінки існуючої стратегії суб'єктів господарювання.

Робоча програма навчальної дисципліни побудована на принципах сучасної вищої освіти, а саме студентсько-центроване навчання, самонавчання, компетентнісно-орієнтоване навчання, практико-орієнтований, творчий та міждисциплінарний підходи.

Діагностика (моніторинг і перевірка) результатів навчання здійснюється шляхом:

1) *поточного контролю*, який проводиться у формі:

- фронтального, індивідуального чи комбінованого опитування студентів на практичних заняттях;
- контрольного тестування студентів та перевірки ситуаційних завдань;
- оцінювання самостійної роботи та індивідуальних завдань студентів;
- оцінювання виконаних завдань контрольної роботи у вигляді тестових завдань з множинним вибором та розв'язання задачі.

2) *підсумкового контролю*, який проводиться у формі екзамену. Такий контроль є завершальним етапом вивчення навчальної дисципліни та видом підсумкового контролю, який має на меті перевірити та оцінити отримані студентами знання, уміння та ступінь опанування ними практичних навичок, а також розвиток творчого мислення в обсязі вимог програми навчальної дисципліни

Підсумковий контроль з дисципліни «Стратегія і тактика розвитку бізнесу» проводиться у формі комп'ютерного тестування.

ПОЛІТИКА КУРСУ

Відпрацювання незадовільних оцінок, отриманих студентом на навчальному занятті є обов'язковим. Відпрацювання пропущених занять проводиться згідно з графіку прийому відпрацювань затвердженого завідувачем кафедри. Пропущені заняття повинні бути відпрацьовані до початку сесії. Відпрацювання пропущених лекцій проводиться шляхом надання студентом розширеного конспекту або реферату за темою лекції. Відпрацювання семінарських занять проводиться у формі усної співбесіди з викладачем або написання письмової роботи. Після відпрацювання студентами пропущених занять викладач фіксує результат в академічному журналі.

Якщо студент бере участь у міжнародній або внутрішній програмі академічної мобільності, студент отримує індивідуальний навчальний план, який враховує фактичне виконання ним індивідуальних навчальних планів поточного та попередніх навчальних років. Якщо дисципліна не була перезарахована, відпрацювання пропущених занять здійснюється студентом впродовж семестру після повернення із навчання.

Студент, який з поважних причин, підтверджених документально, не мав можливості брати участь у формах поточного контролю має право на його відпрацювання у двотижневий термін після повернення до навчання.

Якість освітнього процесу забезпечується за допомогою дотримання принципів академічної доброчесності. Відповідно до статті 42 Закону України «Про освіту»: академічна доброчесність – це сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень. В основі академічної доброчесності лежить чесність, довіра, порядність у виконанні своїх обов'язків, справедливість, повага та відповідальність.

Академічна доброчесність покликана боротися із:

- плагіатом як актом шахрайства в студентських роботах, наукових статтях та тезах;
- фабрикацією та фальсифікацією результатів наукових досліджень;
- обманом, списуванням,
- використання непередбачених навчальним процесом допоміжних матеріалів та технічних засобів.

За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності:

- повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо);
- повторне проходження навчального курсу;
- відрахування із закладу освіти (крім осіб, що здобувають загальну середню освіту).

Дистанційне навчання з дисципліни «Стратегія і тактика розвитку бізнесу» здійснюється за допомогою програмного забезпечення MOODLE 3.0 (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment).

Під дистанційним навчанням розуміється індивідуалізований процес набуття знань, умінь, навичок і способів пізнавальної діяльності людини, який відбувається в основному за опосередкованої взаємодії віддалених один від одного учасників навчального процесу в спеціалізованому середовищі, яке функціонує на базі сучасних психолого-педагогічних та інформаційно-комунікаційних технологій. Дистанційна форма навчання – форма організації навчального процесу, яка забезпечує реалізацію дистанційного навчання та передбачає можливість отримання випускниками документів про відповідний освітній або освітньо-кваліфікаційний рівень у порядку, встановленому Законом України «Про вищу освіту».

У процесі дистанційного навчання використовуються веб-ресурси навчальних дисциплін (програм), у тому числі дистанційні курси, – систематизоване зібрання інформації та засобів навчально-методичного характеру, необхідних для засвоєння навчальних дисциплін (програм), яке доступне через Інтернет за допомогою веб-браузера та/або інших доступних користувачеві програмних засобів.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Басовский Л. Е. Стратегический менеджмент: учебник. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 365 с.
2. Василенко В. О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством: навчальний посібник. Вид. 2-ге, виправл. і доп. / за ред. Василенко В. О. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 400 с.
3. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: навч. посібн. К.: КНЕУ, 2000. 360 с.
4. Головка Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: Навчально-методичний посібник для самост. вивч. дисципліни / за ред. проф. М.В. Кужельного. К.: КНЕУ, 2002. 198 с.
5. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз. К.: Алерта, 2008. 480с.
6. Горелов Д.О., Большенко С.Ф. Стратегія підприємства: навч.-метод. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.]. Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010. 133 с.
7. Грант Р., Пресс П. Современный стратегический анализ. СПб.: Питер Пресс, 2008. 560 с.
8. Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования / Учебное пособие. М.: Финпресс, 1998г. 192 с.
9. Кіндрацька Г.І. Основи стратегічного менеджменту: Навч. посібник. Вид. 2-ге, стер. Львів :КІНПАТРИ ЛТД, 2003. 264 с.
10. Клівець П. Г. Стратегія розвитку підприємства: навч. посібн. К.: Академвидав, 2007. 320 с.
11. Ковтун О. І. Стратегія розвитку підприємства: навч. посібник. 2-ге вид., стереотип. Львів: «Новий світ – 2000», 2006. 388 с.
12. Кравченко О. В. Поняття стратегії розвитку підприємства. URL: http://www.uabs.edu.ua/images/stories/docs/K_BOA/kravchenko_023.pdf (дата звернення: 25.08.2019).
13. Крикавський Є.В., Похильченко О.А., Фертч М. Логістика та управління ланцюгами поставок: навч. посібник. Львів: В-во Львівської політехніки, 2017. 844 с.
14. Курлыкова А. В. Стратегический менеджмент: учеб. пособие. М.: ИЦ РИОР; НИЦ ИНФРА-М, 2013. 176 с.
15. Минцберг Г. Куинн Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс. СПб.: Питер, 2001. 688 с. Теория и практика менеджмента.
16. Минцберг Г., Альстренд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий / Пер. с англ. под. ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб: «Питер», 2001. 336 с.
17. Назаренко О. В. Стратегія розвитку підприємства: навч. посіб. Х.: Вид-во НФаУ: Золоті сторінки, 2003. 144 с.
18. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. К.: КНЕУ, 2001. 227 с.
19. Немцов В. Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент. К.: КП, 2001. 557 с.
20. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент: Навчальний посібник. К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2002. 560 с.

21. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства: Короткий курс лекцій. К.: МАУП, 2000. 128 с.
22. Ольве Н.-Г., Рой Ж., Веттер М. Оценка эффективности деятельности компании. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей: Пер. с англ. М.: Вильямс, 2004. 304 с.
23. Осовська Г. В., Фіщук О. Л., Жалінська І. В. Стратегічний менеджмент: теорія та практика: Навчальний посібник. К.: Кондор, 2003. 196 с.
24. Пирс Д., Робинсон Р. Стратегический менеджмент; пер. с англ. Е. Милютин. СПб.: Питер, 2013. 560 с.
25. Портер Е.М. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. К.: Основи, 2002. 390 с.
26. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі: Навчальний посібник. Видання 2-ге, доповнене. Львів: «Новий світ-2000», 2003. 272 с.
27. Саєнко М. Г. Стратегія розвитку підприємства: Підручник. Тернопіль: «Економічна думка», 2006. 390 с.
28. Сумець О. М. Стратегія розвитку підприємства. Теорія, ситуації, приклади: Навчальний посібник. К.: ВД «Професіонал», 2005. 320 с.
29. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія / за заг. ред. Ю. Б. Іванова, О. М. Тищенка. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. 384 с.
30. Томпсон А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. 928 с.
31. Хрущ Н. А. Стратегії компанії: механізм формування й адаптації в сучасному інвестиційному середовищі. Фінанси України. 2008. № 8. С. 45-53.
32. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. Київський національний економічний ун-т. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: КНЕУ, 2004. 700 с.

Допоміжна література

1. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр.пер. с англ. М.: Экономика, 1989. 519 с.
2. Дмитренко Г.А. Стратегічний менеджмент: цільове управління персоналом організації: Навч. посібник. К.: МАУП, 1998. 188 с.
3. Лигоненко Л. О. Дослідження стану зовнішнього середовища як складова процесу діагностики кризових явищ та загрози банкрутства підприємства. Маркетинг и реклама. 1999. № 12. С.28-31.
4. Люкшынов А.И. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 375 с.
5. Мізюк Б.М. Стратегічне управління підприємством. Львів: «Коопосвіта», ЛКА, 1999. 388 с.
6. Олійник О.В. Методичні рекомендації з аналізу фінансового стану підприємства відповідно до вимог П(С)БО. Житомир: ЖІТІ, 2000. 24 с.
7. Ортинська В.В. Значення узагальнюючого аналізу при визначенні стратегії маркетингу. Фінанси України. 1998. № 8. С.42-47.
8. Оценка бизнеса / Под ред. проф. Грязновой А.Г., проф. Федотова М.А. М.: Финансы и статистика, 2000. 512 с.

9. Парсяк В.Н., Рогов Г.К. Маркетинговые исследования. К:Наукова думка, 2000. 174 с.
10. Пономаренко В.С. Стратегічне управління підприємством. Х.: Основа, 1999. 620 с.
11. Суржик В.Г. Фінансове прогнозування доходів і витрат акціонерного товариства. Фінанси України. 1997. № 12. С.70-78.