

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри
підприємництва і торгівлі
Протокол № 2 від 01.09.2023 р.



Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЛО

СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА ПІДПРИЄМНИЦТВА

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань 07 "Управління та адміністрування"
Спеціальність 076 "Підприємництво та торгівля"
Освітній рівень перший (бакалаврський)
Освітня програма "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність"

Статус дисципліни вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання українська

Розробник:
к.е.н., доцент

Каріна ТИМОШЕНКО

Завідувач кафедри
підприємництва і торгівлі

Марина САЛУН

Гарант програми

Аліна ЛИТВИНЕНКО

Харків
2023

ВСТУП

Висока ефективність діяльності підприємства переважно залежить від розумного вибору і правильного формулювання стратегії його розвитку. Процес формування стратегії включає в себе визначення місії підприємства, обґрунтування системи стратегічних цілей і вибір оптимальних шляхів досягнення цих цілей на основі аналізу доступних альтернатив. Основна мета полягає в тому, щоб використовувати потенціал підприємства та його конкурентні переваги. Цей підхід ґрунтується на сучасних інструментах стратегічного управління, розроблених вченими як в Україні, так і за кордоном, і перевірених на практиці успішних підприємств.

Мета навчальної дисципліни - формування системи знань з теоретико-методологічних аспектів інструментарію та методів розроблення стратегії та тактики підприємства, механізмів та інструментарію стратегічного менеджменту; виробити вміння щодо формування ефективної стратегії підприємства.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- вивчення основних понять та теоретичних засад стратегічного та тактичного управління підприємствами;
- розвиток навичок аналізу та прийняття рішень у галузі стратегічного та тактичного управління;
- розгляд сучасних тенденцій у галузі стратегічного управління та їх вплив на підприємництво

Об'єктом вивчення дисципліни є питання, пов'язані з формуванням та реалізацією стратегічних та тактичних рішень в галузі підприємництва і бізнесу.

Предметом навчальної дисципліни є теоретичні та практичні аспекти управління підприємством, які стосуються розробки та реалізації стратегічних планів, тактичних рішень та методів досягнення поставлених цілей в умовах підприємницької діяльності..

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
РН 1	СК1
РН 2	СК4
РН 5	СК1
РН 10	СК7
РН 11	СК2
РН 12	СК2
РН 14	СК11
РН 20	СК 10
РН 21	СК11

де, СК1. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

СК4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків

СК11. Здатність формувати та реалізовувати бізнес-ідеї соціального підприємництва, організовувати соціально відповідальний бізнес на основі цілей сталого розвитку суспільства

РН 1. Використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.

РН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

РН 5. Організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

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

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

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

РН 14. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

РН 20. Знати основи бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур з урахуванням ризиків.

РН 21 Вміти виділити напрямок сталого розвитку суспільства, за яким доцільно формувати та організовувати соціальне підприємництво, розробляти та реалізовувати соціально значимі проекти регіонального та територіального значення.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні підходи щодо визначення стратегії підприємства.

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття «стратегія підприємства», необхідність процесу її формування, предмет вивчення організація розробки

1.1. Еволюція систем планування розвитку підприємства.

Фази системи планування. Чинники, що сприяли розвитку стратегічного планування. Сутність стратегічного планування як явища та процесу передбачення майбутнього та підготовки до майбутнього.

1.2. Поняття «стратегія підприємства».

Поняття "стратегії". Множинність аспектів вживання категорії "стратегія". Визначення стратегії підприємства різними авторами. Фактори, що найбільш суттєво впливають на зміст стратегії підприємства. Особливості стратегії, що відрізняють її від поточного планування та управління

1.3. Ієрархія стратегій підприємства та етапи їх формування.

Перехід від довгострокового до стратегічного планування. Відмінності довгострокового та стратегічного планування: відхід від екстраполяції; облік

мінливості чинників діяльності; аналіз внутрішніх можливостей і зовнішніх чинників діяльності; альтернативність рішень. Система довго-, середньо- та короткострокових планів, проектів і програм.

1.4. Організація процесу розробки стратегій підприємства

Основні підходи до формування стратегій. Фактори, які треба враховувати при визначенні стратегії для забезпечення її ефективності. Етапи розробки стратегії

Тема 2. Аналіз зовнішнього середовища підприємства.

2.1. Загальні поняття про середовище підприємства.

Мета і напрями стратегічного аналізу. Етапи стратегічного аналізу з позиції виявлення критичних точок середовища. Сутність та основні характеристики середовища підприємства (зовнішнє середовище прямого та побічного впливу, внутрішнє середовище). Методи формування інформаційної бази щодо критичних точок середовища (сканування, моніторинг, прогнозування).

2.2. Діагностика і прогноз макросередовища.

Зовнішнє середовище підприємства. Характеристика та цілі аналізу зовнішнього середовища підприємства. Необхідність в аналізі зовнішнього середовища як умова функціонування підприємства. Можливості й загрози в аналізі зовнішнього середовища. PEST-аналіз макросередовища, його етапи. Політико-правові, економічні, соціокультурні, технологічні групи чинників макросередовища й адаптація підприємства до них.

2.3. Аналіз і прогнозування мікросередовища.

Внутрішнє середовище організації. Чинники мікро середовища організації. Принципи аналізу внутрішнього середовища підприємства. Основні чинники конкурентоспроможності. Внутрішнє середовище підприємства: сильні та слабкі сторони. Унікальні переваги підприємства, їхні види. Стратегічний потенціал підприємства та його складові частини

2.4. Оцінка загроз і можливостей зовнішнього середовища.

Мета галузевого аналізу (аналізу проміжного середовища). Господарська галузь, стадії аналізу галузі. Модель "галузевої конкуренції" М. Портера. Характеристика основних елементів проміжного середовища підприємства: споживачі, конкуренти, постачальники, товари-замінники, нові конкуренти. Бар'єри виходу з галузі, бар'єри входу в галузь.

Тема 3. Діагностика внутрішнього стану і комплексний аналіз середовища підприємства.

3.1. Діагностика внутрішнього стану і комплексний аналіз середовища підприємства.

Умови ефективного моделювання внутрішнього середовища підприємства. Інструменти аналізу внутрішнього середовища. PEST-аналіз внутрішнього середовища підприємства. Аналіз стратегічних розривів для нормування стратегічних цілей.

3.2. Джерела і способи діагностики. Декомпозиція функцій та цілей підприємства.

Стратегічний аналіз підприємства за допомогою SPACE-матриці. Графічне подання та характеристика SPACE-матриці. Можливості її застосування. Методи декомпонування цілей підприємства.

3.3. Методи оцінювання стратегічного потенціалу. Оцінка середовища підприємства в цілому. SWOT-аналіз.

Основні етапи застосування SWOT-аналізу. Сильні та слабкі сторони підприємства. Оцінювання загроз і можливостей підприємства. Матриця можливостей. Матриця загроз. Побудова матриці SWOT-аналізу.

Тема 4. Формування місії та цілей підприємства.

4.1. Формування місії та цілей підприємства.

Суть та значення місії для підприємства. Бачення та філософія функціонування підприємства. Інформація, що міститься в офіційному викладенні місії. Правила вибору місії підприємства. Поняття цілей. Стратегічні, довгострокові та короткострокові цілі. Вісім галузей діяльності, в яких мають бути визначені цілі компанії.

4.2. Цілі підприємства, їх класифікація та рангування.

Критерії ефективності цілей. "Дерево цілей" підприємства. Поняття "дерева цілей" і принципи його побудови. Вимоги до "дерева цілей". Нормативні та фактичні "дерева цілей".

Тема 5. Корпоративна (загальна) стратегія підприємства

5.1. Поняття про корпоративну стратегію підприємства.

Сутність корпоративної стратегії. Відмінності корпоративної стратегії від стратегії монопродуктового підприємства. Види управлінської діяльності на рівні корпорації. Основні чинники забезпечення корпоративної стратегії. Головні напрями корпоративної стратегії.

5.2. Поняття про стратегічний аналіз і його методи.

Потенціал підприємства, методичні підходи до його оцінки. Стратегічний потенціал підприємства. Управлінський потенціал, його значення. Організаційна культура підприємства, її роль у процесі розробки та реалізації стратегічних рішень.

5.3. Портфельна стратегія і портфельний аналіз.

Основні підходи до формування портфельної стратегії. Фактори, які треба враховувати при визначенні стратегії для забезпечення її ефективності. Етапи розробки стратегії. Матриця Ансоффа. Мета портфельного аналізу. Проблеми портфельного аналізу. Послідовність (логіка) прийняття рішень в портфельному аналізі.

5.4. Ефект синергізму і його використання в портфельному аналізі

Суть синергізму. Типи синергізму. Початковий синергізм. Оперативний синергізм. синергетичні ефекти

Тема 6. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства

6.1. Матриця Бостонської консультативної групи (БКГ) «зростання-частина ринку».

Методи "портфельного" аналізу. Сутність матриці господарського портфелю підприємства. Матриця БКГ – особливості побудови. Специфіка чотирьох квадрантів матриці: "зірки", "важкі діти", "мішок з грошима", "собаки". Основні недоліки матриці БКГ та обмеження, які необхідно враховувати при використанні цієї моделі.

6.2. Багатофакторна портфельна матриця «Мак-Кінсі» «привабливість конкурентоспроможність».

Особливості побудови матриці «Мак-Кінсі». Характеристика полів матриці. Переваги та основні недоліки матриці «Мак-Кінсі» та обмеження, які необхідно враховувати при використанні цієї моделі.

6.3. Матриця АДЛ (фірми Артура Д.Літла).

Концепція моделі ADL-LC та особливості побудови матриці. Основні недоліки матриці БКГ та обмеження, які необхідно враховувати при використанні цієї моделі. Переваги та недоліки матричних моделей.

6.4. Інші матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства

Матриця Ансоффа. Тривимірний модель Абея. Портфельна матриця Р. Купера.

Тема 7. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства

7.1. Поняття «стратегічний потенціал підприємства».

Потенціал підприємства, методичні підходи до його оцінки. Стратегічний потенціал підприємства. Управлінський потенціал, його значення. Організаційна культура підприємства, її роль у процесі розробки та реалізації стратегічних рішень.

7.2. Методи оцінювання стратегічного потенціалу підприємства.

Ресурсний підхід. Структурний підхід. Цільовий (проблемно-орієнтований) підхід. Цільова оцінка потенціалу.

7.3. Сутність, класифікація та основні характеристики конкурентних переваг підприємства. Формування та розвиток конкурентних переваг підприємства.

Сутність категорії "конкурентоспроможність". Конкурентні переваги підприємства (зовнішні та внутрішні, низького та вищого порядку). Конкурентоспроможність підприємства і продукції. Відмінності даних понять. Аналіз конкурентних переваг продукції підприємства з позиції забезпечення споживчої цінності товару. Матриця конкурентного профілю.

Тема 8. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства

8.1. Передумови впровадження стратегії диверсифікації і форми входження підприємства у нові галузі.

Переваги і ризики вузькоспеціалізованих підприємств. Умови доцільності переходу підприємства до диверсифікації. Критерії щодо оцінки диверсифікації. Сутність поглинання вже існуючої фірми. Чинники доцільності створення нового підприємства у обраній галузі. Переваги та недоліки створення спільних підприємств для входження до галузі.

8.2. Види диверсифікації.

Диверсифікація у споріднені галузі. Стратегічна відповідність (ринкова, виробнича, управлінська відповідність). Основні шляхи профільної диверсифікації. Диверсифікація у неспоріднені галузі. Критерії вибору підприємства-кандидата для диверсифікації. Переваги та недоліки стратегії непрофільної диверсифікації.

Змістовий модуль 2. Організація стратегічного управління на підприємстві.

Тема 9. Конкурентні стратегії підприємства (стратегії бізнесу).

9.1. Поняття про конкурентні стратегії підприємства і їх види

Концепція стратегічного бізнес-центру. Конкурентна перевага. Способи досягнення конкурентних переваг. Базові конкурентні стратегії Портера.

9.2. Характеристика загальноприйнятих конкурентних стратегій

Стратегія лідерства за витратами. Концепція ланцюга цінностей. Основні шляхи досягнення конкурентних переваг за витратами. Стратегія широкої диференціації. Підходи до створення успішної купівельної цінності. Стратегія оптимальних витрат. Конкурентна перевага стратегії оптимальних витрат.

9.3. Оцінка конкурентоспроможності продукції і підприємства

Конкурентоспроможність продукції. Кількісні показники конкурентоспроможності продукції. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. Конкурентоспроможність підприємства. Методи визначення конкурентоспроможності підприємства.

9.4. Формування конкурентної стратегії: етапи і складові процесу

Формування конкурентної (ділової) стратегії окремої СОБ. Вивчення конкурентних переваг. Визначення можливих перспектив росту і рентабельності.

Тема 10. Стратегічний вибір, декомпонування і виконання стратегії підприємства.

10.1. Стратегічна піраміда корпорації.

Чотири рівні розробки корпоративної стратегії. Стратегічні дії на кожному рівні ієрархії. Ділова стратегія. Функціональна стратегія. Операційна стратегія. Додержання принципів декомпозиції в процесі побудови стратегічної піраміди. Схеми корпоративного планування.

10.2. Концепції розробки корпоративної стратегії.

Корпоративна стратегія як система стратегій. Побудова корпоративної стратегії на основі виділення ключової стратегії підсистеми. Корпоративна стратегія як сукупність стратегій окремих видів бізнесу. Функціональний підхід до формування корпоративної стратегії. Етапи розробки корпоративної стратегії.

Тема 11. Стратегічний контроль в процесі стратегічних перетворень на підприємстві.

11.1. Мета та завдання стратегічного контролю в управлінні діяльністю підприємства.

Процес виконання стратегії. Стратегічний контроль як особливий вид управлінської діяльності. Основні етапи стратегічного контролю.

11.2. Суть стратегічних змін та визначення їх рівня.

Інерція як перепона для змін. Одномоментні і поетапні зміни. Етапи управління змінами. Проблеми під час управління змінами. Індивідуальний опір змінам.

11.3 Опір змінам. Причини опору змінам та подолання стереотипів, що загрожують змінам.

Етапи опору змінам. Типові реакції людини на стратегічні зміни. Опір системи. Методи впровадження організаційних змін. Управління опором.

Тема 12. Генерування стратегій та умови їх реалізації.

12.1. Вибір стратегічних альтернатив.

Основні чинники, які впливають на вибір стратегії. Ціннісні орієнтації керівників. Матриця вибору стратегії А. Томпсона і Дж. Стрікланда. Стратегії середнього бізнесу. Стратегія копіювання. Стратегія оптимального розміру. Критерії вибору стратегічних альтернатив. Використання матричних моделей (І. Ансоффа, М. Портера та інших) у процесі генерування стратегій підприємства.

12.2. Стратегічний набір підприємства та вимоги до його формування.

Поняття стратегічної прогалини. Специфічні напрями заповнення стратегічної прогалини. Умови реалізації стратегії, пов'язані з управлінською структурою, організаційною культурою та персоналом підприємства. Створення корпоративної культури для підтримки стратегії підприємства. Мотивація персоналу в процесі реалізації стратегії.

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Таблиця 2

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань

Назва теми та завдання	Зміст
Тема 1. Завдання 1.	Еволюція розуміння та передбачення майбутнього підприємств (історичний огляд).
Тема 2. Завдання 2.	Проведення аналізу макросередовища для підприємства легкої промисловості, з використанням методики PEST.
Тема 3. Завдання 3.	Проведення аналізу проміжного середовища підприємства, з використанням галузевої моделі п'яти сил конкуренції.
Тема 4. Завдання 4.	Побудова «Дерева цілей».
Тема 5. Завдання 5.	Стадії розроблення загальної стратегії.
Тема 6. Завдання 6.	Практичне застосування матриці Бостонської консультативної групи (БКГ).
Тема 7. Завдання 7.	Складання матриці конкурентного профілю.
Тема 8. Завдання 8.	Розробка основних шляхів профільної диверсифікації.

Назва теми та завдання	Зміст
Тема 9. Завдання 9.	Аналіз прихильності споживачів до підприємства для оцінки його конкурентної позиції.
Тема 10. Завдання 10.	Побудова корпоративної стратегії на основі виділення ключової стратегії підсистеми.
Тема 11. Завдання 11.	Аналіз чинників, що впливають на формування системи стратегічного управління.
Тема 12. Завдання 12.	Розробка схеми корпоративного планування.

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3
Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми	Зміст
Тема 1 - 12	Пошук, підбір та огляд літературних джерел за заданою тематикою
Тема 1 - 12	Підготовка до практичних занять
Тема 2, 4, 9, 11	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань
Тема 3, 4, 6	Підготовка презентації
Тема 8, 12	Підготовка до колоквиуму

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та / або лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Тема 1, 3, 4, 7), проблемна лекція (Тема 1, 3, 7, 12)),

Наочні (демонстрація (Тема 1-12)).

Практичні (практична робота (Тема 1 – 12), презентація (Тема 3, 4, 6), кейс-метод (теми 4 , 10); дебати (теми 2, 6, 12); ділові та рольові ігри (теми 3, 11)).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит):

максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формах семестрового екзамену (іспиту), диференційованого заліку або заліку. Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається:

– для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит) – сумуванням балів за поточний та підсумковий контроль.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: Індивідуальні навчально-дослідні завдання (25 балів), письмова контрольна робота (10 балів), колоквіум (20 балів), есе (5 балів).

Семестровий контроль: Екзамен (40 балів)

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання для навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

Спеціальність «Підприємництво та торгівля»

Освітньо-професійна програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Семестр V

Навчальна дисципліна "Стратегія і тактика підприємництва"

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

Завдання 1 (тестове). (10 балів)

1	Яка стратегія спрямована на досягнення конкурентних переваг шляхом зниження витрат на виробництво? А. Стратегія зростання. Б. Стратегія фокусу. В. Стратегія лідерства вартості. Г. Стратегія диференціації.
2	Яке твердження найбільш точно визначає предмет дисципліни «Стратегія підприємства»: А. Способи формування довгострокових цілей; Б. Оцінювання потенційних можливостей підприємства; В. методологія формування і досягнення довгострокових цілей в умовах мінливого середовища;

	Г. Вивчення сильних і слабких сторін підприємства?
3	Що включає в себе стратегія підприємства? А. Тактичні дії. Б. Сукупність цілей та шляхи їх досягнення. В. Поточні операції. Г. Виробництво.
4	Що таке аналіз SWOT? А. Аналіз вартості. Б. Аналіз внутрішнього середовища. В. Аналіз можливостей та загроз. Г. Аналіз конкурентів.
5	Яка стратегія передбачає спрямування на ринок обмеженої групи клієнтів з унікальними потребами? А. Стратегія диференціації. Б. Стратегія зростання. В. Стратегія фокусу. Г. Стратегія лідерства вартості.
6	Що означає термін "тактика" в контексті підприємництва? А. Довгострокові плани. Б. Перспективні цілі. В. Конкретні дії на короткий термін. Г. Стратегічні рішення.
7	Яка з наступних характеристик є стратегічною? А. Короткострокова. Б. Динамічна. В. Постійно змінюється. Г. Довгострокова.
8	Як називається стратегія, яка включає в себе розвиток нових продуктів або послуг та входження на нові ринки? А. Стратегія лідерства вартості. Б. Стратегія стабільності. В. Стратегія росту. Г. Стратегія диверсифікації.
9	Яка з наступних стратегій передбачає зосередження на розвитку внутрішніх операцій і зниження витрат? А. Стратегія диференціації. Б. Стратегія лідерства вартості. В. Стратегія росту. Г. Стратегія фокусу.
10	Що включає в себе аналіз PESTEL? А. Аналіз політичних факторів. Б. Аналіз маркетингових стратегій. В. Аналіз споживчої поведінки. Г. Аналіз фінансових показників.

Завдання 2 (стереотипне). (5 балів)

Побудуйте довільну, найбільш детальну і повну схематичну модель середовища діяльності підприємства, яку потрібно враховувати при розробці його стратегії.

Завдання 3 (діагностичне). (10 балів)

Вин завод «Поділля» застосовує передову в галузі технологію, змонтував сучасне імпордне обладнання, випускає біля 20 одиниць асортименту продукції, вина заводу – престижні, отримали багато медалей на різних виставках, робітники – високооплачувані, продукція порівняно дорога.

Завдання:

1. Визначте, якого типу загальну конкурентну стратегію застосовує підприємство і чому?
2. В чому вона полягає?
3. Освоєння ще яких загальноконкурентних стратегій Ви можете запропонувати підприємству на майбутнє?
4. Зобразіть модель основних загальних типів конкурентних стратегій з урахуванням діапазону конкуренції і конкурентних переваг.

Завдання 4 (евристичне). (15 балів)

Ви створили новий мобільний додаток для сегмента здорового способу життя, який включає в себе функції відстеження фізичної активності, дієти, інструкції щодо здорового харчування та можливість ведення щоденника. Ви готові вивести цей додаток на ринок.

Ось деякі ключові дані:

1. Конкуренція: Існує декілька великих конкуруючих додатків у цьому сегменті.
2. Цільова аудиторія: Додаток призначений для активних осіб віком від 18 до 45 років, які цінують здоровий спосіб життя.
3. Монетизація: Модель монетизації передбачає безкоштовний доступ з можливістю покупки преміум-функцій або підписки.
4. Маркетинг: Ви маєте обмежений бюджет для маркетингу та реклами.

Завдання:

- a) Визначте стратегію виходу на ринок для вашого мобільного додатку. Розгляньте можливі варіанти, такі як агресивне висування на ринок, висування в обмеженому регіоні або стратегія партнерства з фітнес-центрами або спортивними клубами.
- b) Розробіть тактичний план для впровадження обраної стратегії. Визначте, як ви будете просувати додаток, як залучати перших користувачів і як забезпечити їх задоволенням від використання продукту.
- c) Врахуйте можливі ризики і шляхи їх управління в процесі впровадження обраної стратегії.
- d) Розробіть план монетизації та визначте цінову політику для платних функцій або підписок.

Затверджено на засіданні кафедри підприємництва і торгівлі протокол № ____ від «__» _____ 20__ р.

Екзаменатор

к.е.н., доц. Тимошенко К. В.

Зав. кафедрою

д.е.н., проф. Салун М. М.

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Завдання 1 (тестове). (10 балів)

За кожний правильний тест– 1 бал.

Завдання 2 (стереотипне). (5 бали)

2 – побудовано схему модель середовища діяльності підприємства без врахування стратегії діяльності підприємства

3 – побудовано модель середовища діяльності підприємства з врахуванням стратегії підприємства

Завдання 3 (діагностичне). (10 балів)

2 – визначено, якого типу загальну конкурентну стратегію застосовує підприємство

2 – визначено в чому вона полягає, загальна конкурентна стратегія підприємства

3 – надано рекомендації загальноконкурентних стратегій підприємства на майбутнє

3 – зображено модель основних загальних типів конкурентних стратегій з урахуванням діапазону конкуренції і конкурентних переваг.

Завдання 4 (евристичне). (15 балів)

3 – визначено стратегію виходу на ринок для вашого мобільного додатку.

3 – розроблено тактичний план для впровадження обраної стратегії.

4 – враховано можливі ризики і шляхи їх управління в процесі впровадження обраної стратегії.

5 – розроблено план монетизації та визначено цінову політику для платних функцій або підписок.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «Стратегічне управління» (навчально-методичний посібник) / укл. Толуб'як В. С., Королюк Ю. Г., Дудкіна О. П., Попович Т. М. – Тернопіль : ТНЕУ, 2018. – 213 с.

2. Гевко О. Б. Стратегічне управління : навч. посіб./ О.Б. Гевко, Н. М. Шведа – Тернопіль ФОП Паляниця, 2016. – 152 с.

3. Тертичка В. В. Стратегічне управління : підручник / В. Тертичка. – Київ : «К.І.С.» 2017. – 932 с.

4. Бутенко Д. С. Вибір стратегії розвитку підприємства / Д. С. Бутенко, В. О. Буткова // Реформування економіки держави та регіонів: технологічні та економічні аспекти : Всеукр. наукова-практ. конф., 15 черв. 2019 р. – Київ, 2019. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/21628>.

5. Тимошенко К. В. Процес стратегічного управління / К. В. Тимошенко // Scientific research in the modern world: proceedings of the 3rd International scientific and practical conference, January 12-14 2023. – Toronto : Perfect Publishing, 2023. – С. 744-748. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/29727>.

Додаткова

6. Аванесова Н. Е. Стратегічне управління підприємством та сучасним містом : теоретико-методичні засади : монографія / Н. Е. Аванесова, О. В. Марченко. – Харків : Щедра садиба плюс, 2015. – 195 с

7. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства. Короткий курс лекцій. – К.:МАУП, 2019. – 128 с

8. Шталь Т. В. Стратегічний аналіз як інструмент управління для підвищення ефективності діяльності національних підприємств / Т. В. Шталь, Л. М. Бондаренко, К. О. Кучава // Бізнес-Інформ. – Х.: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – №1. – С. 319-325. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/19887>.

9. Тимошенко К. В. Технологія стратегічного управління підприємством / К. В. Тимошенко / Modern research in world science. Proceedings of the 10th International scientific and practical conference. SPC “Sci-conf.com.ua”. - Lviv, Ukraine. 2022. – Р. 1179-1185. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28729>.

Інформаційні ресурси

9. ЛигаБизнесИнформ. – Режим доступу : <http://www.liga.net>

10. Нормативні акти України. – Режим доступу : <http://www.nau.kiev.ua>

11. Сервер Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://portal.rada.gov.ua>

14. Бібліотеки в Україні <http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/res/resour.php>

15. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського – <http://www.nbuv.gov.ua>.