

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАВЧАЛЬНО НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
МЕНЕДЖМЕНТУ**

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Директор ІФННІМ ЗУНУ
Галина ЛЯХОВИЧ



“ _____ ” 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:
В.о. проректора з НІП
Віктор ОСТРОВЕРХОВ.



_____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни «СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ГАЛУЗІ»

ступінь вищої освіти – магістр

галузь знань – 05 Соціальні та поведінкові науки

спеціальність – 051 Економіка

освітньо-професійна програма – «Міжнародна економіка»

Кафедра міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (семін.) (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПІЗ (год.)	Самост.робота студ. (год.)	Разом (год.)	Екз. (сем.)
Денна	1	1	30	14	4	4	68	120	Екз.; 1

31.08.2023
[Signature]

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки магістра галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка», затвердженої Вченою радою ЗУНУ (протокол №10 від 23.06.2023р.)

Робочу програму склала канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту ІФННІМ,  Лілія СТЕФАНІШИН.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту ІФННІМ, протокол № 1 від 28.08.2023 р.

Завідувач кафедри  : Ірина БІЛЕЦЬКА
д-р екон. наук, професор

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 051 Економіка, протокол № ____ від _____ р.

Голова групи  Віктор КОЗЬЮК
забезпечення спеціальності
д-р.е.н професор

**СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Стратегічний аналіз галузі»**

1. Опис дисципліни «Стратегічний аналіз галузі»

Дисципліна «Стратегічний аналіз галузі»	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»	Дисципліна циклу професійної та практичної підготовки
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність 051 «Економіка»	Рік підготовки: Денна – 1 Семестр: Денна – 1
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти –магістр	Лекції: Денна – 30 год. Практичні заняття: Денна – 14 год.
Загальна кількість годин – 120		Самостійна робота: Денна – 68 год. (<i>в т.ч. 4год – тренінг, КПІЗ з дисципліни</i>) Індивідуальна робота: Денна – 4 год.
Тижневих годин:– 10 год., з них аудиторних – 3 год		Вид підсумкового контролю – екзамен

2. Мета і завдання дисципліни «Стратегічний аналіз галузі»

2.1. Мета вивчення дисципліни.

Метою навчальної дисципліни є засвоєння знань з методики та техніки проведення аналітичних досліджень для обґрунтування стратегічних управлінських рішень, виявлення резервів підвищення ефективності виробництва.

2.2. Завдання вивчення дисципліни: поглиблення знань про термінологію та основні принципи, що лежать в основі стратегічного аналізу поведінки господарюючих суб'єктів; вивчення інструментарію сучасного стратегічного аналізу галузі; застосування сучасних методів стратегічного аналізу і прогнозування поведінки фірми в умовах невизначеності та обмеженості інформації.

2.3. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни:

- ЗК.2. здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- ЗК.6. здатність розробляти та управляти проектами;
- СК1.здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень;
- СК3.здатність збирати, аналізувати та обробляти статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, які необхідні для розв'язання комплексних економічних проблем, робити на їх основі обґрунтовані висновки;
- СК5.здатність визначати ключові тренди соціально-економічного та людськогорозвитку;
- СК7.здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання;
- СК10.здатність дорозробки сценаріїв і стратегій розвитку соціально-економічних систем;
- СК11.здатність планувати і розробляти проекти у сфері економіки, здійснювати її інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення.

2.4. Передумови вивчення дисципліни

Засвоєння знань за програмою вступного фахового випробування по спеціальності (додаткового вступного фахового випробування по спеціальності).

2.5. Результати навчання:

- ПРН1.формулювати, аналізувати та синтезувати рішення науково-практичних проблем;
- ПРН2.розробляти, обґрунтовувати і приймати ефективні рішення з питань розвитку соціально-економічних систем та управління суб'єктами економічної діяльності;
- ПРН4.розробляти соціально-економічні проекти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням їх цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень;
- ПРН7.обирати ефективні методи управління економічною діяльністю, обґрунтовувати пропонувані рішення на основі релевантних даних та наукових і прикладних досліджень;
- ПРН8.збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань;
- ПРН9.приймати ефективні рішення за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень;
- ПРН11.визначати та критично оцінювати стан та тенденції соціально-економічного розвитку, формувати та аналізувати моделі економічних систем та процесів;
- ПРН12.обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики;
- ПРН13.оцінювати можливі ризики, соціально-економічні наслідки управлінських рішень;
- ПРН14.розробляти сценарії і стратегії розвитку соціально-економічних систем;
- ПРН15.організувати розробку та реалізацію соціально-економічних проектів із врахуванням інформаційного, методичного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення.

3. Програма навчальної дисципліни «Стратегічний аналіз галузі»

Змістовий модуль 1

Загальні основи сучасного стратегічного аналізу галузі

Тема 1. Фундаментальні основи стратегічного аналізу галузі

Концептуальні засади стратегічного аналізу галузі. Зміст, функції та методи стратегічного аналізу галузі. Характеристика етапів стратегічного аналізу галузі. Інформаційна база стратегічного аналізу.

Економічна стратегія як сукупність господарських та аналітичних дій. Місце стратегічного аналізу в управлінні економікою галузі.

Література: 1, 2, 3, 4, 5.

Тема 2. Інструментарій стратегічного аналізу галузі

Інструменти і методи стратегічного аналізу галузі. SWOT-аналіз. Аналіз беззбитковості функціонування галузі.

Матричні методи стратегічного аналізу. Матриця «темпи зростання ринку – частка на ринку». Матриця «привабливість ринку (галузі) – конкурентоспроможність компанії». Тривимірні моделі Абеля.

Методи прогнозування в стратегічному аналізі. Аналіз і прогнозування запасу фінансової міцності. Виробничий і фінансовий леверидж в оцінці підприємницького ризику.

Література: 1, 2, 3, 4, 5.

Тема 3. Стратегічна сегментація та аналіз динаміки галузі

Макросегментація та мікросегментація ринку. Стадії аналізу ринкової сегментації. Можливості сегментації зі сторони споживачів і зі сторони виробників. Ідентифікація стратегічно важливих змінних сегментації галузі.

Економічні характеристики галузевого середовища. (розмір ринку; масштаби конкуренції; темпи росту ринку; стадії життєвого циклу галузі; структура конкуренції числа споживачів і їх фінансових можливостей; ступінь вертикальної інтеграції; темпи технологічних змін і продуктивних інновацій; ступінь продуктової диференціації; величина економії на масштабі виробництва, транспортування).

Побудова матриці сегментації галузі. Аналіз привабливості ринкового сегменту галузі. Визначення ключових факторів успіху в ринковому сегменті. Вертикальна, горизонтальна сегментація.

Кластерний аналіз у сегментації галузі. Рівні кластерного аналізу. Етапи здійснення. Аналітичні методи дослідження кластерів у галузі. Сфера використання кластерного аналізу.

Література: 1, 2, 3, 4, 5.

Тема 4. Стратегічний аналіз і оцінка ступеня конкуренції в галузі

Оцінка ступеня конкуренції. Визначення конкурентних позицій основних фірм галузі (карта стратегічних груп). Суперництво серед конкуруючих підприємств. Конкуренція з боку товарів, що є заміниками і конкурентоспроможними за ціною. Загроза появи нових конкурентів.

Економічні можливості та торгові здібності постачальників. Економічні можливості і торгові здібності покупців.

Аналіз конкурентних позицій підприємства. Модель GE / McKinsey. Аналіз майбутніх цілей конкурента, його передбачення і поточні стратегії, можливості. Позиції фірми в конкурентному середовищі. Побудова карти стратегічних груп конкурентів. Профіль конкурентних переваг (недоліків).

Література: 1, 2, 3, 4, 5.

Тема 5. Стратегічний аналіз галузевих рушійних сил

Концепція рушійних сил конкуренції: фактори зовнішнього середовища, дії яких визначають напрямок і інтенсивність галузевих змін.

Аналіз галузевих рушійних сил: ідентифікація та дослідження їх впливу на зміни галузевих економічних показників. Зміни динаміки економічного зростання галузі. Зміни законодавства і

політики уряду, місцевої влади. Зміна динаміки попиту на продукт у довгостроковому періоді. Зміни в складі покупців і способах використання продукту.

Продуктові та технологічні інновації. Маркетингові інновації. Входження і вихід з галузі великих підприємств. Поширення ноу-хау. Посилення глобалізації галузі. Зміни в питомих витратах і ефективності. Зниження чи зростання невизначеності й ризику.

Література: 1, 2, 3, 4, 5.

Тема 6. Стратегічний моніторинг та оцінка привабливості галузі

Метод оцінки перспектив стратегічної зони господарювання за критерієм «зростання ринку». Потенціал галузевого ринку. Поточний і абсолютний потенціал ринку. Показники місткості ринку: за структурними характеристиками; індексом дослідної панелі; рівнем інтенсивності споживання товару; сумою первинного, повторного і додаткового продажів; методом ланцюгових відношень.

Багатокритеріальний метод оцінки привабливості ринку. Метод оцінки привабливості галузі за І. Ансоффом. Критерії привабливості галузі: перспективи зростання попиту, рентабельності, нестабільності та ключові чинники успіху.

Аналіз показників привабливості галузі: потенціал зростання галузі; сприятливий або несприятливий вплив на дану галузь основних рушійних сил; можливість входу в галузь (виходу з галузі) потужних фірм; стабільність попиту (залежність попиту від пори року, економічного циклу; зміни смаків споживачів; наявність товарів – заміників); посилення або послаблення впливу сил конкуренції; серйозність проблем, що стоять перед галуззю загалом; ступінь ризику і невизначеності, пов'язаної з майбутнім розвитком галузі; зростання або зниження прибутковості галузі як результату існуючих умов конкуренції і рушійних сил.

Література: 1, 2, 3, 4, 5.

Змістовий модуль 2

Стратегічний аналіз фінансової, інвестиційної та інноваційної складової діяльності галузі

Тема 7. Аналіз фінансової стратегії та фінансових показників галузі

Фінансова стратегія підприємств галузі: суть та етапи. Стратегічний аналіз показників фінансової звітності, їх значення в управлінні бізнесом.

Сучасна методика оцінювання фінансових звітів: горизонтальний, вертикальний метод, трендовий метод, аналіз відносних показників, порівняльний метод, факторний метод та метод Дюпон-каскад. Основні прийоми та типи моделей фінансового аналізу.

Моделювання прогнозу фінансових показників. Моделі прогнозової фінансової звітності. Стратегічний аналіз показників прибутковості галузі.

Література: 1, 2, 3, 4, 5.

Тема 8 Оцінка інвестиційних потоків у стратегічному аналізі галузі

Види інвестиційних проектів. Визначення початкових витрат при здійсненні інвестиційної діяльності. Критерії доцільності вибору інвестиційних проектів.

Оцінка грошових потоків в стратегічному аналізі галузі. Галузевий ризик: види ризику та фактори. Оцінка ризику в стратегії прийняття інвестиційних рішень. Врахування інфляції в оцінці майбутніх доходів від інвестиційних проектів.

Моніторинг інвестиційної привабливості галузі (ринку).

Стратегії злиття і поглинання (M&A): суть, види та мотиви. Основні підходи до оцінки ефективності M&A. Практика угод злиття і поглинання в Україні.

Література: 1, 2, 3, 4, 5.

Тема 9. Стратегічний аналіз і оцінка можливостей інноваційного розвитку галузі

Моніторинг інноваційної привабливості галузі. Інновації в технологічних галузях. Підходи до стратегічного управління інноваціями і технологічних змін. Конкурентні переваги в наукомістких галузях.

Стратегії ефективного використання інновацій: ліцензування, аутсорсинг деяких функцій, стратегічний альянс, спільне підприємництво, внутрішня комерціалізація. Конкуренція за стандарти.

Застосування технологічних стратегій. Створення умов для інновацій.

Управління творчим потенціалом. Міжфункціональна інтеграція.

Література: 1, 2, 3, 4, 5.

Тема 10. Глобальні стратегії в аналізі галузі

Аналіз міжнародної конкуренції в галузі. Аналіз конкурентної переваги в умовах інтернаціоналізації: конкурентні переваги, порівняльні переваги, національний «діамант» Портера. Відповідність стратегії національним умовам.

Стратегії входу на міжнародні ринки. Стратегічні рішення в міжнародному бізнесі (детермінанти географічного розміщення, місце розташування та ланцюжок цінностей). Трансакції чи пряме інвестування. Стратегії виробництва за кордоном. Міжнародні альянси. Спільні підприємства. Типи глобальних стратегій. Стратегія «блакитного океану»: суть, переваги та практика застосування. Практика використання стратегії блакитного океану. Вигоди глобальної стратегії.

Література: 1, 2, 3, 4, 5.

**4. Структура залікового кредиту з дисципліни «Стратегічний аналіз галузі»
(денна форма навчання)**

Теми курсу	Кількість годин					
	Лекції	Практичні	СРС	Тренінг КПЗ	Індивід. робота	Контрольні заходи
Змістовий модуль 1. Загальні основи стратегічного аналізу галузі						
Тема 1. Фундаментальні основи стратегічного аналізу галузі	2		6	-		Тести
Тема 2. Інструментарій стратегічного аналізу галузі	2		7			Тести
Тема 3. Стратегічна сегментація та аналіз динаміки галузі	2		7	1	1	Тести, командний проект
Тема 4. Стратегічний аналіз і оцінка ступеня конкуренції в галузі	2		2	7		
Тема 5. Аналіз рушійних сил змін галузевого ринку	4	1	7	1	1	Тести, командний проект
Тема 6. Стратегічний моніторинг та оцінка привабливості галузі	2	1	7			Тести, завдання, аналітичний звіт
Змістовий модуль 2 Стратегічний аналіз фінансової, інвестиційної та інноваційної складової діяльності галузі						
Тема 7. Аналіз фінансової стратегії та фінансових показників галузі	4	2	7	1	1	Тести, завдання, аналітичний звіт
Тема 8. Оцінка інвестиційних потоків у стратегічному аналізі галузі	4	2	7			Тести, завдання, кейси
Тема 9. Стратегічний аналіз і оцінка можливостей інноваційного розвитку галузі	4	2	7	1	1	Тести, завдання
Тема 10. Глобальні стратегії в аналізі галузі	4	2	6			Тести, завдання, кейси
Тренінг, КПЗ				4		
ВСЬОГО	30	14	68	4	4	120

5. Тематика практичних завдань Практичне заняття

Тема: Фундаментальні основи стратегічного аналізу галузі

Мета: визначити зміст та етапи стратегічного аналізу галузі, охарактеризувати інформаційну базу стратегічного аналізу.

Питання для обговорення:

1. Концептуальні засади стратегічного аналізу галузі: суть, функції та методи.
2. Характеристика етапів стратегічного аналізу галузі.
3. Інформаційна база стратегічного аналізу. Література: 1, 2, 8, 9, 11, 21.

Практичне заняття

Тема: Інструментарій стратегічного аналізу галузі

Мета: вивчити і дослідити інструменти та методи проведення стратегічного аналізу, доцільність їх використання і практичне значення.

Питання для обговорення:

1. Інструменти і методи стратегічного аналізу.
 2. Матричні методи стратегічного аналізу.
 3. Методи прогнозування в стратегічному аналізі.
- Література:** 1, 2, 8, 9, 11, 21.

Практичне заняття

Тема: Стратегічна сегментація та аналіз динаміки галузі

Мета: охарактеризувати та дослідити стадії сегментації ринку, проаналізувати показники привабливості сегменту ринку, навчитись будувати матрицю сегментації галузі.

Питання для обговорення:

1. Макросегментація та мікросегментація ринку.
 2. Економічні характеристики галузевого середовища.
 3. Побудова матриці сегментації галузі. Вертикальна і горизонтальна сегментація.
 4. Кластерний аналіз в сегментації галузі.
- Література:** 1, 2,3, 5, 8, 9, 11,14, 18, 21.

Практичне заняття

Тема: Стратегічний аналіз і оцінка ступеня конкуренції в галузі

Мета: навчитись визначати конкурентні позиції фірм в галузі, здійснити аналіз конкурентних позицій фірми на основі окремих моделей.

Питання для обговорення:

1. Оцінка ступеня конкуренції. Визначення конкурентних позицій основних фірм галузі (карта стратегічних груп).
 2. Економічні можливості та торгові здібності постачальників. Економічні можливості і торгові здібності покупців.
 3. Аналіз конкурентних позицій підприємства. Модель GE/McKinsey.
- Література:** 1, 2, 6, 8, 9, 10, 11, 21.

Практичне заняття

Тема: Стратегічний аналіз галузевих рушійних сил

Мета: охарактеризувати рушійні сили в галузі, здійснити аналіз впливу динаміки рушійних сил на стан галузі.

Питання для обговорення:

1. Аналіз галузевих рушійних сил: ідентифікація та дослідження їх впливу на зміни галузевих економічних показників.
 2. Вплив зміни законодавства і політики уряду, місцевої влади.
 3. Зміна динаміки попиту на продукт у довгостроковому періоді. Зміни в складі покупців і способах використання продукту.
 4. Маркетингові інновації.
 5. Посилення глобалізації галузі.
 6. Зміни в питомих витратах і ефективності.
- Література:** 1, 2, 8, 9, 11, 12, 21.

Практичне заняття

Тема: Стратегічний моніторинг та оцінка привабливості галузі

Мета: навчитись визначати і аналізувати потенціал галузевого ринку, його показники, застосовувати методи привабливості ринку на практиці.

Питання для обговорення:

1. Потенціал галузевого ринку. Поточний і абсолютний потенціал ринку.
Показники місткості ринку
 2. Багатокритеріальний метод оцінки привабливості ринку. Метод оцінки привабливості галузі за І. Ансоффом.
 3. Аналіз показників привабливості галузі
- Література:** 1, 2, 6, 8, 9, 11, 12, 20, 21.

Практичне заняття

Тема: Аналіз фінансової стратегії та фінансових показників галузі

Мета: охарактеризувати основні етапи фінансової стратегії в галузі, аналізувати показники фінансової звітності та використовувати сучасні методи аналізу і оцінки фінансових звітів.

Питання для обговорення:

1. Фінансова стратегія підприємств галузі: суть та етапи.
 2. Стратегічний аналіз показників фінансової звітності, їх значення в управлінні бізнесом. Сучасна методика оцінювання фінансових звітів: горизонтальний, вертикальний метод, трендовий метод, аналіз відносних показників, порівняльний метод, факторний метод та метод Дюпон-каскад.
 3. Стратегічний аналіз показників прибутковості галузі.
- Література:** 1, 2, 8, 10, 12, 21.

Практичне заняття

Тема: Оцінка інвестиційних потоків у стратегічному аналізі галузі

Мета: навчитись визначати і аналізувати показники інвестиційної діяльності підприємств галузі, прогнозувати причини виникнення галузевого ризику при прийнятті інвестиційних рішень.

Питання для обговорення:

1. Види інвестиційних проектів. Визначення початкових витрат при здійсненні інвестиційної діяльності. Критерії доцільності вибору інвестиційних проектів.
 2. Оцінка грошових потоків в стратегічному аналізі галузі.
 3. Галузевий ризик: види ризику та фактори. Оцінка ризику в стратегії прийняття інвестиційних рішень.
 4. Моніторинг інвестиційної привабливості галузі (ринку).
- Література:** 1, 2, 8, 9, 11, 21.

Практичне заняття

Тема: Стратегічний аналіз і оцінка можливостей інноваційного розвитку галузі

Мета: охарактеризувати види інновацій та чинники інноваційної привабливості галузі, застосовувати стратегії використання інновацій.

Питання для обговорення:

1. Моніторинг інноваційної привабливості галузі. Конкурентні переваги в наукомістких галузях.

2. Стратегії ефективного використання інновацій: ліцензування, аутсорсинг деяких функцій, стратегічний альянс, спільне підприємництво, внутрішня комерціалізація. Конкуренція за стандарти.

3. Застосування технологічних стратегій. Створення умов для інновацій. Управління творчим потенціалом. Міжфункціональна інтеграція.

Література: 1, 2, 8, 9, 11, 21.

Практичне заняття

Тема: Глобальні стратегії в аналізі галузі

Мета: охарактеризувати глобальні стратегії, що використовують на міжнародних ринках, переваги та перспективи їх застосування в економіці України.

Питання для обговорення:

1. Аналіз міжнародної конкуренції в галузі. Аналіз конкурентної переваги в умовах інтернаціоналізації: конкурентні переваги, порівняльні переваги, національний “діамант” Портера.

2. Стратегії входу на міжнародні ринки. Стратегічні рішення в міжнародному бізнесі (детермінанти географічного розміщення, місце розташування та ланцюжок цінностей).

3. Стратегії виробництва за кордоном. Трансакції чи пряме інвестування. Міжнародні альянси. Спільні підприємства.

4. Стратегія “блакитного океану”: суть, переваги та практика застосування.

5. Вигоди глобальної стратегії.

Література: 1, 2, 8, 9, 11, 13, 21.

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання

Завдання передбачає здійснити стратегічний аналіз ринку товару. Для дослідження студент обирає конкретний реальний об’єкт дослідження: конкретну галузь (ринок певного товару чи послуги) та відображає назву об’єкта аналізу в назві роботи, наприклад: «Стратегічний аналіз та перспективи розвитку українського ринку зерна», «Стратегічний аналіз ринку хлібобулочних виробів Івано-Франківської області» тощо. Інформаційною базою для виконання завдання є реальні показники діяльності підприємств галузі, статистична інформація з офіційних джерел, експертні оцінки фахівців, аналітичні матеріали, опубліковані в періодичних бізнес-виданнях, в електронних джерелах, преса, телебачення дослідження, отримані в результаті власних спостережень, тощо.

Для викладення змісту дослідження студентам пропонується використовувати орієнтовний перелік питань, наведений нижче. При цьому, слід зауважити, що не обов’язково розкривати всі питання, а лише ті, за якими виконавці мають достатньо інформації, можуть провести самостійний аналіз, та які вони вважають особливо важливими для галузі чи ринку, що аналізується. Робота має закінчуватися висновками та пропозиціями щодо того, чи знаходиться галузь (ринок) в стані рівноваги, які зміни доцільно (чи недоцільно) було б здійснити в довгостроковому періоді, якої поведінки слід дотримуватися на ринку виробникам, як використати ринкові тенденції на користь суб’єктів ринку тощо.

Критеріями оцінювання роботи є обсяг зібраної та опрацьованої інформації, грамотність та доцільність застосування інструментів стратегічного аналізу, самостійність та обґрунтованість висновків за результатами проведеного аналізу.

Орієнтовний перелік питань для виконання роботи:

1. Економічні характеристики галузевого середовища: розмір ринку, темпи росту ринку (%); масштаби конкуренції; стадії життєвого циклу галузі; структура конкуренції, сегментація ринку; частка ринку основних гравців; число споживачів і їх фінансові можливості; ступеня вертикальної інтеграції; темпи технологічних змін і продуктивних інновацій; ступінь продуктової диференціації; величина економії на масштабі виробництва, транспортування; наявність і величина ефекту кривої досвіду.

2. Оцінка ступеня конкуренції: суперництво серед конкуруючих підприємств; конкуренція з боку товарів, що є заміниками і конкурентоспроможними за ціною; загроза появи нових конкурентів; економічні можливості та торгові здібності постачальників і покупців.

3. Виявлення рушійних сил конкуренції: зміна динаміки попиту, на продукт у довгостроковому періоді; зміни в складі покупців і способах використання продукту; продуктивні та технологічні інновації; маркетингові інновації; входження і вихід з галузі великих підприємств; поширення "ноу-хау"; посилення глобалізації галузі; зміни в питомих витратах і ефективності; зниження чи зростання невизначеності й ризику.

4. Визначення ключових факторів успіху: науково-дослідні роботи, маркетинг, виробництво, фінанси тощо

5. Висновок про ступінь привабливості галузі.

7. Самостійна робота

№ п/п	Тематика
1.	Сучасний стан розвитку стратегічного аналізу галузі в Україні та розвинених країнах.
2.	Науковий внесок вчених-аналітиків у розвиток методології стратегічного аналізу.
3.	Якісні та кількісні методи прогнозування, що застосовують у стратегічному аналізі галузі.
4.	Конкурентна перевага і еволюція галузі. Модель життєвого циклу галузі.
5.	Використання методики Р. Гранта при визначенні ключових факторів успіху підприємства в галузі.
6.	Використання матриці М. Мак Дональда при аналізі та оцінці ступеня привабливості цільового ринку
7.	Модель життєвого циклу галузі: значення та сутність для формування стратегій. Графічна інтерпретація методу.
8.	Матриця Дж. Стейнера для формування ступеня ризику та визначеності товарної і ринкової політики
9.	Матриця Хекса-Меджлафа для аналізу привабливості галузі з метою збуту продукції
10.	Стратегія «блакитного океану» як механізм досягнення лідерства в галузі

8. Тренінг з дисципліни

Тематика тренінгу

1. Аналітична оцінка стратегій злиття і поглинання на галузевому ринку.
2. Ефективність використання кластерного аналізу у сегментації галузі.

Організація і проведення тренінгу

1. *Вступна частина* проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.

2. *Організаційна частина* полягає у створенні робочого настрою у колективі студентів, визначенні правил проведення тренінгового заняття. Можлива наявність роздаткового матеріалу у вигляді таблиць, бланків документів.

3. *Практична частина* реалізується шляхом виконання завдань у групах студентів у кількості 3-5 осіб з певних проблемних питань теми тренінгового заняття.

4. *Підведення підсумків.* Обговорюються результати виконаних завдань у групах. Обмін думками з питань, які виносилися на тренінгові заняття.

9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Стратегічний аналіз галузі» використовують наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- командні проекти;
- сценарії;
- кейси;
- аналітичні звіти;
- розрахункові та розрахунково-графічні роботи;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КПІЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- ректорська контрольна робота;
- екзамен;

10. Критерії, форми поточного і підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Стратегічний аналіз галузі» визначають як середньозважену величину залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Змістовий модуль 3	Змістовий модуль 4 (екзамен)
20 %	20 %	20 %	40 %
1. Опитування (тестування) під час заняття (Тема 1-6 по 8 балів) = 48 балів 2. Письмова робота = 52 балів	1. Опитування (тестування) під час занять (Тема 7-10 по 10 балів) = 40 балів 2. Письмова (контрольна) робота = 60 балів	1. Активна участь у тренінгах = 20 балів 2. Написання КПІЗ, на основі сформованих індивідуальних завдань = 50 балів 3. Захист КПІЗ = 30 балів	1. Відповідь на два запитання, кожне з яких = 20 балів, а у підсумку = 40 балів 2. Практичне завдання = 60 балів

Шкала оцінювання

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90 – 100	відмінно	A (відмінно)
85 – 89	добре	B (дуже добре)
75 – 84		C (добре)
65 – 74	задовільно	D (задовільно)
60 – 64		E (достатньо)
35 – 59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю перескладання)
1 – 34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійне забезпечення викладання лекцій (проектор; on-line платформи: ZOOM; Google Meet)	1-10
2.	Система дистанційного навчання ЗУНУ moodle.wunu.edu.ua	1-10
3.	Електронний варіант лекцій	1-10
4.	Індивідуальні завдання для самостійного виконання (електронний варіант)	1-10
5.	Мультимедійний проектор	1-10
6.	Прикладне програмне забезпечення загального призначення (засоби Microsoft Office)	1-10

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Лотиш О.Я. Сегментація ринку як інструмент стратегічного аналізу галузі Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. “Економіка і менеджмент”. 2017. Вип. 24. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua>. pdf

2. Лотиш О.Я. Стратегічний аналіз зернової галузі: стан та перспективи розвитку. Науковий економічний журнал «ІНТЕЛЕКТ ХХІ». 2018. № 3 (46). С. 74-

3. (фахове видання) http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_3/15.pdf

4. Лотиш О.Я. Кластерний аналіз в сегментації галузі. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2019. Том 24, Випуск 5 (78). С. 37-42. (фахове видання) http://visnyk-onu.od.ua/journal/2019_24_5/8.pdf

5. Лотиш О.Я. Використання матричних методів у стратегічному аналізі зернової галузі України. Науково-виробничий журнал з економіки «Бізнес- навігатор». 2021. №2 (63). С. 36-44. (фахове видання) http://business-navigator.ks.ua/journals/2021/63_2021/9.pdf

6. Лотиш О.Я. Стратегічний аналіз галузі. Навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка, 2019. 248 с.

7. Пилипенко О. В. Стратегічний аналіз: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ О. В. Пилипенко; За заг. ред. М. І. Ковалю. Київ: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2018. 350 с.

8. Тарасов Ю. Кроткий конспект ринку по курсу «Стратегічний аналізринку» URL:

konspekt-lektsiy-po-kursu-Strategicheskoy-analiz-ryinka-dlya-zo-v-shemah-i-risunkah.pdf

9. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегія голубого океану: вибрані статті. Манн, Іванов і Фербер. 2019. 244 с.

10. Anne E. Beall Ph.D. Strategic Market Research: A Guide to Conducting Research that Drives Businesses. Independently published, 2019. 120 p.

11. Bradley, C., Hirt, M., & Smit, S. (2018). Eight shifts that will take your strategy into high gear. McKinsey Quarterly, 2, 89–99 Frank Rothaermel. ISE Strategic Management: Concepts. McGraw-Hill

12. Interamericana de España S.L.; 5th edition. 2021. 578 p.

13. James Cadle, Debra Paul, Jonathan Hunsley, Adrian Reed, David Beckham, Paul Turner. Business Analysis Techniques: 123 essential tools for. BCS, The Chartered Institute for IT; 3rd edition, 2021. 600 p.

14. James DiNicolantonio. Market Segmentation Analysis: Understanding It, Doing It, and Making It Useful. (Management for Professionals), Springer; 1st ed. 2018. 466 p.

15. Mario Glowik. Global Strategy in the Service Industries. Routledge; 1st Edition. 2017. 210 p.

16. Paul Hague, Julia Cupman, Matthew Harrison, Oliver Truman Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market. Insight Kogan Page; Third edition, 216. 400 p.

17. Robert M. Grant. Contemporary Strategy Analysis. Wiley; 10th edition, 2018, 672 p.

18. Webb, A. (2019). How to Do Strategic Planning Like a Futurist. Harvard Business Review Digital Articles, 2–7.

19. Стратегічне управління: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2016.