



Силабус курсу Стратегічний аналіз галузі

Ступінь вищої освіти – магістр
Освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»

Рік навчання: I, Семестр: I

Кількість кредитів: 4 Мова викладання: українська

Керівник курсу

к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки, маркетингу та менеджменту ІФННІМ ЗУНУ
Стефанишин Лілія Стефанівна

Контактна інформація : liliua627@gmail.com, +380342754622

Опис дисципліни

Дисципліна «Стратегічний аналіз галузі» спрямована на поглиблення у студентів знань про термінологію та основні принципи, що лежать в основі стратегічного аналізу поведінки господарюючих суб'єктів; вивчення інструментарію сучасного стратегічного аналізу галузі; застосування матричних методів в умовах конкурентного галузевого середовища. Дисципліна орієнтує на пошук інструментарію аналітичних досліджень поведінки суб'єктів галузі та оцінки вибору стратегічних рішень.

Основною метою викладання дисципліни «Стратегічний аналіз галузі» є засвоєння знань з методики та техніки проведення аналітичних досліджень для об'єднання стратегічних управлінських рішень, виявлення резервів підвищення ефективності виробництва.

Завдання 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.

Структура курсу

Години (лек./практ.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2/1	1. Фундаментальні основи стратегічного аналізу галузі	Знати економічну термінологію, вміти знаходити інформаційну базу для проведення стратегічного аналізу галузі	Тести
2/1	2. Інструментарій стратегічного аналізу галузі	Вміти використовувати методи стратегічного аналізу для оцінки привабливості ринку	Тести
2/1	3. Стратегічна сегментація та аналіз динаміки галузі	Здійснювати сегментацію ринку за різними ознаками та аналізувати галузеве середовище за відповідними критеріями, застосовувати кластерний аналіз в	Тести, командний проект

		сегментації галузі	
2/1	4. Стратегічний аналіз і оцінка ступеня конкуренції в галузі	Проводити аналіз стану конкуренції в галузі різними методами, складати карту стратегічних груп та будувати конкурентний профіль підприємств галузі	Тести, завдання, кейси
4/2	5. Аналіз рушійних сил змін галузевого ринку	Вміти виокремлювати рушійні сили галузевого ринку та проводити аналіз впливу цих сил на галузь	Тести, командний проект
2/1	6. Стратегічний моніторинг та оцінка привабливості галузі	Здійснювати моніторинг, аналіз та оцінку привабливості галузі на основі одно- і багатокритеріальних методів	Тести, завдання, аналітичний звіт
4/2	7. Аналіз фінансової стратегії та фінансових показників галузі	Здійснювати аналіз фінансової складової та вибрати відповідні стратегії розвитку в галузі	Тести, завдання, аналітичний звіт
4/2	8. Оцінка інвестиційних потоків у стратегічному аналізі галузі	Проводити аналіз структури інвестиційних потоків, здійснювати моніторинг інвестиційної привабливості галузі та вибрати інструментарій аналізу	Тести, завдання, кейси
4/2	9. Стратегічний аналіз і оцінка можливостей інноваційного розвитку галузі	Виявляти джерела інноваційних можливостей фірм в галузі, вміння здійснювати стратегічний аналіз та оцінку інноваційного розвитку галузі	Тести, завдання
4/2	10. Глобальні стратегії в аналізі галузі	Вибирати глобальні стратегії на основі проведеного моніторингу галузевого середовища	Тести, завдання, кейси

Літературні джерела

1. Лотиш О.Я. Стратегічний аналіз зернової галузі: стан та перспективи розвитку. Науковий економічний журнал «ІНТЕЛЕКТ XXI». 2018. № 3 (46). с. 74-79.
2. Лотиш О.Я. Кластерний аналіз в сегментації галузі. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2019. Том 24, Випуск 5 (78). с. 37-42.
3. 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.
4. Лотиш О.Я. Стратегічний аналіз галузі. Навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка, 2019. 248 с.
5. 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.
6. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Дніпро: 2019. 240 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua/pdf>
7. Портер М. Конкурентна стратегія: Методика аналізу галузей і конкурентів. 2020. 464 с. URL: <https://online.kz/wp-content/uploads/2012/12/.pdf>
8. Тарасов Ю. Короткий конспект ринку з курсу «Стратегічний аналіз ринку» URL: <https://hsem.susu.ru/iepm/wp-content/uploads/sites/2/2017/09/YU.-Tarasov.-Kratkiy-konspekt-lektsiy-po-kursu-Strategicheskoy-analiz-ryinka-dlya-zo-v-shemah-i-risunkah.pdf>
9. Томпсон А.А., Стрікленд А.Дж. Стратегічний менеджмент. Мистецтво розробки і реалізації стратегії / Пер. з англ. під ред. Л.Г. Зайцева, М.І. Соколової. 2017. 576 с. URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028918>
10. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. 2019. 244 с.
11. Anne E. Beall Ph.D. Strategic Market Research: A Guide to Conducting Research that Drives Businesses. Independently published, 2019. 120 p.

12. Bradley, C., Hirt, M., & Smit, S. (2018). Eight shifts that will take your strategy into high gear. *McKinsey Quarterly*, 2, 89–99.

13. Frank Rothaermel. *ISE Strategic Management: Concepts*. McGraw-Hill Interamericana de España S.L.; 5th edition. 2021. 578 p.

14. 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.

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

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

17. Paul Hague, Julia Cupman, Matthew Harrison, Oliver Truman. *Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market*. Insight Kogan Page; Third edition, 2016. 400 p.

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

19. Webb, A. How to Do Strategic Planning Like a Futurist. *Harvard Business Review Digital Articles*, 2019. p. 2–7.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів і перескладання:** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів заборонено.
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, карантин, військовий стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбуватись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Заліковий 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:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом

