

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ “ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА”**

Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Стратегічне управління

Освітня програма
Туризмознавство

Спеціальність
242 Туризм

Галузь знань 24 Сфера обслуговування

Затверджено на засіданні
Кафедри управління соціокультурною діяльністю, шоу-бізнесу та
івентменеджменту
Протокол № 2 від “25” вересня 2019 р.

м. Івано-Франківськ – 2019

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація

Назва дисципліни: Стратегічне управління

Викладач (-і): Шикеринець Василь Васильович

Контактний телефон викладача: +380 95 423 94 68

E-mail викладача: v_shykerynets@ukr.net, vasyl.shykerynets@pnu.edu.ua

Формат дисципліни: 2. Цикл професійної підготовки

2.2 Вибіркові дисципліни

2.2.2 Дисципліни вільного вибору студента

Обсяг дисципліни: 90 год.; кількість кредитів ECTS – 3

Посилання на сайт дистанційного навчання: <http://www.d-learn.pu.if.ua>

Консультації: Відповідно до Плану-графіку консультацій викладачів з дисциплін кафедри.

2. Анотація до курсу

Дисципліна «Стратегічне управління» відноситься до циклу дисциплін професійної підготовки, які посідають провідне місце у професійній підготовці та є однією з профільюючих дисциплін. Головною метою вивчення дисципліни «Стратегічне управління» є набуття знань щодо сутності стратегічного менеджменту, практичних навичок використання методик стратегічного аналізу в туристичній галузі, розроблення стратегій діяльності і засобів їх реалізації організаціями різних форм власності і масштабів діяльності, вміння використовувати необхідний інструментарій стратегічного менеджменту в конкретній ситуації при розробленні управлінських рішень.

Змістові модулі: Теоретичні та методологічні основи стратегічного управління.

Стратегії управління: аналіз, діагностика, формування, розвиток.

3. Мета та цілі курсу

Мета навчальної дисципліни – надання студентам необхідних теоретичних основ, методичних підходів і практичних навичок щодо принципів побудови системи розробки і реалізації економічної стратегії підприємства, особливостей стратегічного аналізу зовнішнього середовища, визначення загальної і конкурентної стратегії.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

- вивчення основ теорії управління на рівні знань, необхідних для засвоєння системи взаємозалежних профільюючих навчальних дисциплін;
- ознайомлення з основами теорії стратегічного управління та концепції розробки стратегії на рівні уявлень, що розширюють професійний кругозір фахівця;
- здійснення аналізу сучасних вітчизняних і зарубіжних концепцій організації та процесу розробки й реалізації стратегічних планів різного рівня з урахуванням специфіки їх застосування на практиці підприємств України;
- виявлення найбільш розповсюджених та нових підходів до аналізу середовища підприємства, методів визначення його конкурентоспроможності, ознайомлення з методами стратегічного аналізу та прогнозування розвитку внутрішнього та зовнішнього середовища;
- визначення методичних принципів формулювання цілей та місії підприємства, ознайомлення з моделями і методами розробки стратегічного набору;
- обґрунтування необхідності розробки стратегічних і тактичних планів, проектів та програм як інструментів реалізації стратегій, визначення основних напрямів стратегічних змін і контроль за їх виконанням.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні **знати**:

- принципи розробки і реалізації стратегії підприємства і її зв'язок з поточним плануванням;

- економічну сутність категорії конкурентоспроможності підприємства і її зв'язок з іншими категоріями ринкової економіки;
- поняття й економічну сутність моделей сучасної конкуренції;
- структуру чинників зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства і механізм їх впливу на стратегію, що реалізується;
- методи стратегічного аналізу;
- SWOT-аналіз і його застосування при оцінці стратегічних позицій підприємства;
- особливості застосування стратегій підприємства;
- методичні основи розробки і реалізації функціональних стратегій;

вміти:

- формулювати місію і стратегічні цілі підприємства;
- аналізувати зовнішні чинники впливу і діагностувати стан внутрішнього середовища підприємства;
- аналізувати стратегічні альтернативні варіанти розвитку підприємства і здійснювати вибір найбільш прийняттого з них;
- визначати конкурентні переваги підприємства і розробляти напрями їх досягнення;
- виходячи з обраної загальної та конкурентної стратегій визначити систему функціональних, ресурсних та продуктових стратегій;
- розробляти заходи щодо забезпечення якісного процесу прийняття стратегічних рішень;
- самостійно управляти діяльністю підприємства з обліком стратегії його розвитку в умовах ринкового господарства;
- здійснювати поточне планування виробництва на основі організації, мотивації і контролю функціонування підприємства з обліком чинників зовнішнього і внутрішнього середовища;
- виробляти оптимальні стратегічні рішення, що забезпечують стійку роботу колективу і його конкурентоспроможність.

4. Результати навчання (компетентності)

Програмні компетентності:

- формулювати місію і стратегічні цілі підприємства;
- аналізувати зовнішні чинники впливу і діагностувати стан внутрішнього середовища підприємства;
- аналізувати стратегічні альтернативні варіанти розвитку підприємства і здійснювати вибір найбільш прийняттого з них;
- визначати конкурентні переваги підприємства і розробляти напрями їх досягнення;
- виходячи з обраної загальної та конкурентної стратегій визначити систему функціональних, ресурсних та продуктових стратегій;
- розробляти заходи щодо забезпечення якісного процесу прийняття стратегічних рішень;
- самостійно управляти діяльністю підприємства з обліком стратегії його розвитку в умовах ринкового господарства;
- здійснювати поточне планування виробництва на основі організації, мотивації і контролю функціонування підприємства з обліком чинників зовнішнього і внутрішнього середовища;
- виробляти оптимальні стратегічні рішення, що забезпечують стійку роботу колективу і його конкурентоспроможність.

5. Організація навчання курсу

Обсяг курсу			
Вид заняття		Загальна кількість годин	
лекції		12	
семінарські заняття / практичні / лабораторні		18	
самостійна робота		60	
Ознаки курсу			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
1-ий семестр	242 Туризм	1 курс	Вибірковий

Тематика курсу

Тема 1. Концептуальні засади теорії стратегічного управління. (лекція, 2 год)

Передумови розвитку та основні поняття теорії стратегічного управління. Особливості концепції стратегічного управління та її ключові гіпотези. Порівняльний аналіз системи стратегічного управління з іншими системами управління. Моделі стратегічного управління.

Тема 2. Рівні стратегічних рішень і типологія стратегій підприємства.

(лекція, 2 год)

Специфічні риси, рівні та передумови прийняття стратегічних рішень. Типологія стратегій за рівнями стратегічних рішень. Різновиди функціональних стратегій підприємства: стратегії управління ресурсами; виробнича стратегія підприємства; маркетингова стратегія та її субстратегії; стратегії управління персоналом; стратегії наукових досліджень і розробок. Стратегії підприємств різних галузей. Стратегії розвитку. Стратегії підприємств на іноземних ринках.

Тема 3. Етапи стратегічного управління та особливості формування стратегії підприємства. (лекція, 2 год)

Основні етапи стратегічного управління на підприємстві. Види та джерела стратегічної інформації. Побудова стратегічних карт і профілів. Альтернативні наукові підходи до формування стратегій підприємств.

Тема 4. Стратегічне планування. (лекція, 2 год)

Сутність, принципи та етапи стратегічного планування. Формулювання місії та визначення стратегічних цілей у процесі стратегічного планування. Організація стратегічного планування на підприємствах та оцінювання якості стратегічних планів.

Тема 5. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства. (лекція, 2 год)

Рівні та типи зовнішнього середовища підприємства. Методи та моделі для проведення стратегічної діагностики зовнішнього середовища підприємства. Ризики ринкового середовища та наукові підходи до їх оцінювання. Особливості стратегічного аналізу галузевого середовища.

Тема 6. Стратегічний потенціал підприємства та формування його конкурентних переваг. (лекція, 2 год)

Конкурентні переваги: визначення, основні характеристики, класифікація. Носії конкурентних переваг підприємства. Сутність, складові елементи та особливості управління стратегічним потенціалом підприємств. Технології формування та розвитку конкурентних переваг підприємства.

Тема 7. Види стратегічного управління.

Передумови та наслідки превентивного і девіантного характеру систем управління підприємством. Порівняльний аналіз систем та видів стратегічного управління.

Тема 8. Портфельні стратегії та управління стратегічною позицією підприємства.

«Портфель» підприємства та його портфельні стратегії. Визначення ємності ринку в процесі управління стратегічною позицією підприємства. Матричні моделі для оцінювання стратегічної позиції та вибору стратегічно перспективного напрямку дій підприємства на ринку.

Тема 9. Генерування стратегій та умови їх реалізації.

Критерії та моделі вибору стратегічних альтернатив. Стратегічний набір підприємства та наукові підходи до його формування. Визначення та вдосконалення умов реалізації стратегій.

Тема 10. Стратегічний контроль у процесі стратегічних перетворень на підприємстві.

Мета, завдання та етапи стратегічного контролю на підприємстві. Методи оцінювання обраних підприємством стратегій. Стратегічні перетворення: сутність та рівні. Агенти змін та налагодження зворотного зв'язку в процесі стратегічного управління.

6. Система оцінювання курсу

Загальна система оцінювання курсу	<p>Структура розподілу балів у ході аудиторно-самостійної роботи студентів (вересень-грудень 2019 р.):</p> <p>1) усні відповіді на практичних заняттях з використанням візуалізованих презентацій своїх відповідей – 45 балів (9 оцінок на 9 практичних заняттях);</p> <p>2) тематичне опитування – (дві письмові контрольні роботи) – 55 балів.</p> <p>Загальна кількість – 100 балів.</p> <p>Підсумковий контроль – екзаменаційна контрольна робота (січень 2020 р.):</p> <p>1) практичний тур – тестування (50 тестів в екзаменаційному завданні) – 50 балів;</p> <p>2) теоретичний тур – екзаменаційна контрольна робота (у кожному варіанті – 5 питань, які максимально оцінюються 10 балами) – 50 балів.</p> <p>Загальна кількість – 100 балів.</p> <p>Сумарна кількість – 100 балів.</p>
Умови допуску до підсумкового контролю	<p>Належне виконання:</p> <p>1) підготовка до практичних занять (вересень-грудень 2019 р.). Для цього необхідно готувати конспекти практичних занять. Вітається якісна підготовка візуалізованих презентацій для відповідей на практичні питання. Візуалізована презентація на семінарське питання не повинна перевищувати 20 слайдів. Однак</p>

	<p>слід пам'ятати, що візуалізована презентація тільки доповнює підготовлену основну відповідь студента (-ки).</p> <p>Студент (-ка) допускається до підсумкового контролю (екзамену) на початку грудня 2020 р. за умови відпрацювання усіх «заборгованостей» та набору 51 і більше балів.</p>
--	---

7. Політика курсу

Політика курсу «Стратегічне управління» передбачає перездачу усіх невиконаних завдань в силу серйозних запізнь на заняття або пропущених пар без поважних причин. За умови відсутності студента (-ки) на лекції чи практичному занятті, отримання негативної оцінки на практичних заняттях визначений день для відпрацювання пропущених аудиторних занять, негативних оцінок відповідно до Плану-графіку консультацій викладачів з дисциплін кафедри. У випадку запозичених робіт, випадків плагіату, виявів академічної недоброчесності (списування), недобропорядної поведінки в аудиторії викладач пропонує студентіві (-ці) повторно виконати необхідний вид роботи.

8. Рекомендована література

Основна

1. Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз : навч. посібн. / П. Л. Гордієнко, Л. Г. Дідковська, Н. В. Яшкіна. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Алерта, 2008. – 478 с.
2. Стратегічне управління : підручник / О. М. Тищенко, Т. М. Хміль, С. К. Василик та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2009. – 280 с.
3. Стратегія підприємства : підручник / Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, Т. М. Четова-Терашвілі та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2009. – 560 с.
4. Томпсон-мл. А. Д. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации для анализа / А. Д. Томпсон-мл, А. Дж. Стрикленд ; пер. с англ. – 12-е изд. – М. : Издательский дом "Вильямс", 2006. – 928 с.
5. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

Додаткова

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент : классическое издание / И. Ансофф. – СПб. : Питер, 2009. – 344 с.
2. Афанасьєв М. В. Стратегія підприємства : навч.-метод. посіб. / М. В. Афанасьєв, Г. О. Селезньова. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2007. – 207 с.
3. Васюнин О. В. Основы ценообразования / О. В. Васюнин. – СПб. : СПбГУ ИТМО, 2010. – 110 с.
4. Герчанівська С. В. Стратегічне управління як механізм забезпечення ефективного розвитку вітчизняних підприємств / С. В. Герчанівська // Інноваційна економіка. – № 1. – С.79–81.
5. Горбатов В. М. Конкурентоспособность и циклы развития интегрированных структур бизнеса : монография / В. М. Горбатов. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2006. – 592 с.

6. Дамодаран Л. Стратегический риск-менеджмент. Принципы и методики / Л. Дамодаран. – М. : ИД Вильямс. 2010. – 496 с.
7. Довгань Л. Є. Стратегічне управління : навч. посібн. / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – 2-ге вид. – К. : ЦУЛ, 2011. – 440 с.
8. Долгов А. И. Стратегический менеджмент : учебн. пособ. / А. И. Долгов, Е. А. Прокопенко. – М. : Флинта-МПСИ, 2008. – 280 с.
9. Иванов Ю. Б. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса : монография / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Кизим и др. – Х. : ИД "ИНЖЕК", 2007. – 376 с.
10. Керцнер Г. Стратегическое управление в компании. Модель зрелого управления проектами / Г. Керцнер. – Изд. : ДМК Пресс, 2010. – 320 с.
11. Коваленко Ю. М. Портфельні теорії крізь призму сучасних кризових явищ / Ю. М. Коваленко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 8. – С. 5–9.
12. Колпаков В. М. Стратегический кадровый менеджмент: учебн. пособ. / В. М. Колпаков, Г. А. Дмитренко. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : МАУП, 2005. – 752 с.
13. Костирко Р. О. Системно-цільовий підхід до організації внутрішнього контролю для прийняття управлінських рішень / Р. О. Костирко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 197–206.
14. Отенко И. П. Методологические основы управления потенциалом предприятия / И. П. Отенко. – Х. : ХНЭУ, 2004. – 216 с.
15. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях : методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта ; пер. с пол. В. В. Иванова. – М. : Статистика, 1980. – 151.
16. Портер М. Конкурентная стратегия : Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Альбина Бизнес Бук, 2006. – 454 с.
17. Посыпанова О. С. Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей : монография / О. С. Посыпанова. – Калуга : Изд. КГУ им. К. Э. Циолковского, 2012. – 296 с.
18. Рингланд Д. Сценарное планирование для разработки бизнес-стратегии. – М. : ИД Вильямс. 2008. – 560 с.
19. Садеков А. Методичний підхід до оцінки ефективності стратегічних змін на підприємстві / А. Садеков, О. Гусева // Вісн. Київського нац. торг.-екон. ун-ту. – 2006. – № 2. – С. 5–9.
20. Стратегический менеджмент : учебн. пособ. / А. П. Романов, И. А. Жариков и др. – Тамбов : Изд. Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 80 с.
21. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / за заг. ред. Ю. Б. Иванова і О. М. Тищенка. – Х. : ВД "Інжек", 2006. – 384 с.
22. Управління конкурентоспроможністю підприємства : підручник / Ю. Б. Иванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко та ін. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2010. – 320 с.
23. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса : монография / А. Н. Тищенко, Ю. Б. Иванов, Н. А. Кизим и др. ; под общ. ред. А. Н. Тищенко. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2007. – 376 с.
24. Шеметов П. Эффективный управленческий контроль / П. Шеметов // Менеджмент і менеджер. – 2009. – № 3. – С. 30–33.
30. Шиповських И. Ю. Основы маркетинга. Краткий курс : учебн. пособ. / И. Ю. Шиповских. – Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 176 с.