



Силабус навчальної дисципліни «СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ»

Ступінь освіти:	Магістр
Освітня програма:	Публічне управління та адміністрування
Тривалість викладання заняття:	2 (3) семестр
лекції:	6 години
практичні роботи:	4 година
Мова викладання:	українська
Кафедра, що викладає:	Публічного управління та права



Викладач:

Хитько Майя Миколаївна

доцент кафедри публічного управління та права,
кандидат наук з державного управління

E-mail: maiya.hitko@gmail.com

Консультації:

13.30-15.00, щосереди (крім святкових днів), ауд. 207
лекції та практичні заняття проводяться відповідно до
розкладу

1. Анотація до курсу

Стратегічне управління – це безперервний процес вибору й реалізації цілей і стратегій організації. Успішний сталий розвиток економіки може бути забезпечений лише за умови системного використання результатів безперервного стратегічного управління в організаціях різного рівня, що вимагає продовження дослідницьких зусиль у даному напрямі. У програмі вивчення дисципліни «Стратегічне управління» міститься теоретико-методологічний блок та практичні кейси щодо управління діяльністю та розвитком підприємства на ринку. Вивчення дисципліни направлене на здобуття теоретичних знань щодо стратегічного управління суб'єктами господарювання та практичну підготовку студентів, а також формування їх професійних компетенцій.

2. Мета та завдання курсу

Мета. Мета викладання дисципліни «Стратегічне управління» – оволодіння сучасними теоретичними основами стратегічного управління та практичними навичками прийняття стратегічних рішень в процесі управління

діяльністю та розвитком підприємства на ринку.

Завдання. Основними завданнями вивчення дисципліни «Стратегічне управління» є:

- дослідження концептуальних засад теорії стратегічного управління;
- вивчення рівнів стратегічних рішень та типології стратегій підприємства;
- аналіз етапів стратегічного управління та особливостей формування стратегії підприємства;
- вивчення основ стратегічного планування;
- стратегічний аналіз зовнішнього середовища;
- дослідження стратегічного потенціалу підприємства та формування його стратегічних переваг;
- вивчення видів стратегічного управління;
- вибір і формулювання стратегії підприємства;
- генерування стратегій та умови їх реалізації;
- проведення стратегічного контролю в процесі стратегічних перетворень на підприємстві.

3. Загальні компетентності

- ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- ЗК02. Здатність працювати в команді, мотивувати людей та рухатися до спільної мети, бути лідером, діяти соціально відповідально та свідомо;
- ЗК04. Здатність удосконалювати й розвивати професійний, інтелектуальний і культурний рівні;
- ЗК07. Здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- ЗК10. Здатність до визначення особистої ролі в суспільстві;
- ЗК11. Здатність робити власний вибір та встановлювати особисті цілі.

4. Структура курсу

Змістовий модуль 1. Концептуальні засади стратегічного управління
Тема 1. Концептуальні засади теорії стратегічного управління 1.1. Передумови розвитку теорії стратегічного управління. 1.2. Концепція, предмет, об'єкт стратегічного управління; стратегічні рішення. 1.3. Поняття «Стратегія підприємства» 1.4. Ключові гіпотези стратегічного управління 1.5. Задачі стратегічного управління 1.6. Моделі стратегічного управління 1.7. Стратегічне управління і інші наукові підходи до управління підприємствами
Тема 2. Рівні стратегічних рішень та типологія стратегій підприємства 2.1. Рівні стратегічних рішень 2.2. Типологія стратегій підприємства
Тема 3. Етапи стратегічного управління та особливості формування стратегії підприємства 3.1. Етапи стратегічного управління

3.2. Проблеми формування стратегії підприємства
Тема 4. Стратегічне планування 4.1. Типи стратегічного планування 4.2. Види стратегічного планування
Змістовий модуль 2. Практичні кейси стратегічного управління
Тема 5. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища 5.1. Задачі стратегічного аналізу та фактори розвитку зовнішнього середовища 5.2. Методи аналізу зовнішнього середовища 5.3. Аналіз внутрішнього потенціалу фірми. Метод SWOT
Тема 6. Стратегічний потенціал підприємства та формування його стратегічних переваг 6.1. Стратегічний потенціал підприємства як гарантія економічної безпеки 6.2. Формування переваг стратегічного потенціалу
Тема 7. Види стратегічного управління 7.1. Види стратегічного управління 7.2. Особливості стратегічної поведінки
Тема 8. Вибір і формулювання стратегії підприємства 8.1. Альтернативи розвитку підприємства 8.2. Розробка стратегій окремих бізнесів 8.3. Розробка стратегій функціональних підсистем підприємства
Тема 9. Генерування стратегій та умови їх реалізації 9.1. Цілі організації та проблеми формування стратегії 9.2. Умови реалізації стратегії
Тема 10. Стратегічний контроль в процесі стратегічних перетворень на підприємстві 10.1. Сутність та призначення стратегічного контролю 10.2. Етапи стратегічного контролю у процесі стратегічних перетворень

5. Технічне обладнання та/або програмне забезпечення

Платформа Moodle за посиланням: <https://learning.dp.ua/>

Організація технічної можливості користування платформою Moodle (студент)

6. Система оцінювання та вимоги

6.1. Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення курсу оцінюватимуться за шкалою, що наведена нижче:

Сума балів за 100- бальною шкалою	Оцінка в ECTS	Оцінка за національною шкалою	
90 – 100	A	відмінно	Зараховано
84-89	B	добре	
74-83	C	добре	
65-73	D	задовільно	

60-64	E	задовільно	
35-59	FX	незадовільно	Незараховано
1-34	F	незадовільно	

6.2. Здобувачі вищої освіти можуть отримати **підсумкову оцінку** з навчальної дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів не менше 60.

6.3. Критерії отримання підсумкової оцінки

Підсумкова оцінка передбачає:

- виконання тестового контролю (модуль 1 – 10 питань; модуль 2 – 30 питань). Правильна відповідь кожного питання оцінюється в 1 бал;

- опитування під час занять (4 питання). У разі використання технології дистанційної освіти усне опитування за темами може проводитися з використанням інструментів платформи Moodle та програми Zoom. Правильна відповідь кожного питання оцінюється 10 балами, а саме:

- 10 балів – відповідь вірна (додаткових питань немає);
- 1-9 балів – відповідь вірна, з уточненням (додаткові питання)*;
- 0 балів – відповіді невірні (або відповіді немає).

- виконання, оформлення і захист індивідуального завдання оцінюється в 20 балів (при розкритті теми повністю студент отримує 20 балів, при розкритті теми частково – студент отримує додаткові питання)*.

Індивідуальні завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-5 балів). Перескладання відбувається із дозволу завідувача кафедрою за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

**якщо студент не відповідає на додаткові питання, то не отримує жодного балу. Відповідь на додаткові питання оцінюється викладачем індивідуально.*

7. Політика курсу

7.1. Політика щодо академічної доброчесності

Політика щодо академічної доброчесності регламентується Положенням про академічну доброчесність у Комунальному закладі вищої освіти «Дніпровська академія неперервної освіти» Дніпропетровської обласної ради» http://dano.dp.ua/images/cwattachments/1293_812a9613c29ecdd88ea88df1acf9351f.pdf

У разі порушення здобувачем вищої освіти академічної доброчесності (списування, плагіат, фабрикація) робота оцінюється незадовільно та має бути виконана повторно. Викладач зобов'язаний у такому випадку видати інше індивідуальне завдання.

7.2. Комунікативна політика

Усі письмові запитання до викладача щодо навчальної дисципліни можуть надсилатися на персональну електронну пошту, на платформу Moodle та на Viber викладача.

7.3. Політика щодо перескладання

Роботи, які надано викладачеві для перевірки із порушенням термінів, оцінюються нижчими балами. Перескладання відбувається із дозволу завідувача кафедрою у разі поважної причини (наприклад, лікарняний).

7.4 Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням, він має право опротестувати виставлену оцінку у встановленому порядку.

7.5. Відвідування занять

Для здобувачів вищої освіти відвідування занять є обов'язковим. Причиною невідвідування занять є хвороба, участь в заходах, організованих Академією, навчання за індивідуальним графіком та академічна мобільність, що задокументовано. Про причину відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача особисто або через старосту та самостійно надолужити пропущений матеріал.

У разі міжнародної мобільності та умов дистанційного навчання може відбуватись в он-лайн режимі.

Література:

1. Василенко В.А. Стратегічне управління: Навч. посібник / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
2. Дженсен П. Анализ сильных и слабых сторон компании. Определение стратегических возможностей / Пер Дженсен, Давид Хасси. – М.: Вильямс, 2004.
3. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: Навч. посібник / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко. – К.: ЦУЛ, 2009. – 440 с.
4. Осовська Г.В. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник / Г.В. Осовська, О.Л. Фіщук, І.В. Жалінська. – К.: Кондор, 2003. – 196 с.
5. Попов С.А. Модульная программа для менеджеров. Модуль 4. Стратегическое управление. – М.: Инфра-М, 1999.
6. Порохня В.М. Стратегічне управління: Навч. посібник / В.М. Порохня, Т.О. Безземельна, Т.А. Кравченко. – К.: ЦУЛ, 2012. – 224 с.
7. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
8. Шершиньова З.Є. Стратегічне управління: Навч. посібник / З.Є. Шершиньова, С.В. Оборська. – К.: КНЕУ, 2004. – 384 с.
9. Володькина М.В. Стратегический менеджмент: Учеб. Пособие / М.В. Володькина. – К.: Знання-Прес, 2002. – 146 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Филипп Котлер. – СПб.: Питер, 2003.
11. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. – Вид. 2-ге, без змін / Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2006. – 152 с.
12. Соловьев В.С. Стратегический менеджмент: Учебник / В.С. Соловьев. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 448 с.
13. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: Підручник / М.Г. Саєнко. – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 390 с.
14. Трейси М. Маркетинг ведущих компаний. Выбери потребителя, определи фокус, доминируй на рынке / Майкл Трейси, Фред Вирсема. – М.:

Вильямс, 2007.

15. Интернет-портал для управленцев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua>.

16. Новини інформаційних технологій [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.it-tehnolog.com>.

17. Майкл Гербер Создание предприятия, которое работало бы (Предпринимательство: мифы и реальность) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.Internet-Business.ru>.

18. Сайт про інновації в бізнесі та інноваційні підходи в менеджменті [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.innovations.com.ua>.

19. Свежие маркетинговые решения: поиск и внедрение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketingscout.ru>.