

Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Факультет економіки та управління
Кафедра маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Стратегія підприємства

повна назва навчальної дисципліни

для підготовки
студентів освітнього
ступеня

бакалавр

молодший бакалавр, бакалавр
чи магістр

року набору

2017

галузі знань

07 Управління та адміністрування

шифр і назва галузі знань

спеціальності

073 Менеджмент

шифр і найменування спеціальності

освітня програма /
спеціалізація

Торговельний менеджмент

назва освітньої програми / спеціалізації

академічні групи

М-17, ЗМ-17

шифри академічних груп

статус дисципліни

обов'язкова

обов'язкова чи вибіркова

Харків, 2020 рік

Розробник:

Буднік Марина Миколаївна, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва, кандидат економічних наук, **доцент**

прізвище, ім'я, по батькові повністю, посада повністю, науковий ступінь, вчене звання повністю

10.09.2020 р.

Гарант освітньої програми

Мирошніченко Юрій Вікторович, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та торговельного підприємництва, кандидат технічних наук, **доцент**

прізвище, ім'я, по батькові повністю, посада повністю, науковий ступінь, вчене звання повністю

10.09.2020 р.

Програму обговорено та схвалено на засіданні кафедри маркетингу, менеджменту та торговельного підприємства

назва кафедри

протокол від 10.09.2020 р. № 01.

Програму розглянуто та затверджено на засіданні методичної комісії інституту, протокол від 11.09.2020 р. № 01.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» розроблена відповідно до освітньо-професійної програми «Торговельний менеджмент» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Метою викладання навчальної дисципліни є формування загальних та професійних компетентностей щодо оволодіння теоретичними знаннями і практичними навичками з питань впровадження стратегії підприємства, формування у майбутніх фахівців системи сучасних знань з організації і управління.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є стратегічний процес на підприємстві.

Міждисциплінарні зв'язки вивчення навчальної дисципліни ґрунтуються на знаннях навчальних дисциплін «Вища та прикладна математика», «Правознавство», «Мікроекономіка», «Статистика», «Економіка і фінанси підприємства», «Менеджмент», «Маркетинг», «Управління персоналом» та є основою для подальшого засвоєння навчальних дисциплін, таких як: «Стратегічне планування підприємства», «Менеджмент підприємства».

Мова викладання – українська.

2. ЗАПЛАНОВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Навчальна дисципліна забезпечує набуття студентами:

загальних компетентностей:

ЗК 1. Здатність застосувати набуті знання у практичних ситуаціях;

ЗК 2. Здатність використання комунікаційних технологій в менеджменті підприємства;

ЗК 3. Здатність до практики та саморозвитку, працювати самостійно та автономно.

ЗК 4. Здатність діяти з позицій соціальної відповідальності, чинного законодавства.

фахових компетентностей:

ФК 4. Здатність здійснювати організаційне проектування;

ФК 5. Здатність розробляти системи стратегічного, (поточного) тактичного та оперативного контролю торговельної діяльності;

ФК 6. Здатність прогнозувати та планувати цілі діяльності підприємств торгівлі;

ФК 7. Здатність збирати та обробляти первинну інформацію, виявляти загальні тенденції розвитку підприємства;

програмних результатів навчання:

ПРН 1. Знати та розуміти теорії менеджменту;

ПРН 14. Вміти формувати судження щодо обґрунтування стратегії розвитку підприємства торгівлі;

ПРН 16. Вміти планувати та прогнозувати діяльність підприємства торгівлі.

3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції.

Еволюція концепції стратегії підприємства. Еволюція систем управління підприємством. Перелік типових стратегічних рішень із яких підприємство має здійснити свій вибір. Сутність стратегії. Поняття «стратегії». Множинність аспектів вживання категорії «стратегія». Визначення стратегії підприємства різними авторами. Фактори, що найбільш суттєво впливають на зміст стратегії підприємства. Види стратегій. Організаційні рівні побудови стратегій. Ознаки класифікації стратегій.

Тема 2. Місія та цілі підприємства

Визначення місії підприємства. Суть та значення місії для підприємства. Бачення та філософія функціонування підприємства. Інформація, що міститься в офіційному викладенні місії. Правила вибору місії підприємства. Класифікація та ранжування цілей підприємства. Поняття цілей. Стратегічні, довгострокові та короткострокові цілі. Вісім галузей діяльності, в яких мають бути визначені цілі компанії. Критерії ефективності цілей. «Дерево цілей» підприємства. Поняття «дерева цілей» і принципи його побудови. Вимоги до «дерева цілей». Нормативні та фактичні «дерева цілей». Стратегічна прогалина. Сутність стратегічної прогалини. Стратегічна прогалина як проблема підприємства. Напрями заповнення стратегічної прогалини. Основні етапи аналізу стратегічної прогалини.

Тема 3. Стратегічний контекст підприємства

Характерні особливості стратегічного контексту підприємства. Трансформаційні процеси в економіці України. Підвищення мобільності зовнішніх чинників і посилення їх впливу на внутрішнє середовище підприємства. Зміст завдань управління організаціями в перехідних до ринку умовах. Необхідність переходу вітчизняних підприємств до стратегічного управління як реакція на зміни умов їх функціонування. Конкурентні переваги як головний чинник успішної діяльності підприємства. Ознаки, зміст та перелік типових стратегічних рішень. Технологія та загальні підходи до вирішення проблем. Необхідність формування стратегічного мислення менеджерів підприємства. Конкурентні переваги і концепція стратегічних груп. Форми вияву переваг в економічній, організаційній, технічній сферах діяльності підприємства. Концепція стратегічних груп у конкурентному середовищі

Тема 4. Аналіз зовнішнього середовища

Сутність стратегічного аналізу. Мета і напрями стратегічного аналізу. Етапи стратегічного аналізу з позиції виявлення критичних точок середовища. Сутність та основні характеристики середовища підприємства (зовнішнє середовище, внутрішнє середовище). Методи формування інформаційної бази щодо критичних точок середовища (сканування, моніторинг, прогнозування). Оцінка оточення підприємства за допомогою різних інструментів (PEST-аналіз,

SLEPT-аналіз, матриця ризиків). Оцінювання зовнішнього середовища прямого впливу. Модель «галузевої конкуренції» М. Портера. Характеристика основних елементів прямого впливу на підприємство: інтенсивність конкуренції в галузі, потенційні конкуренти, конкурентна сила постачальників та споживачів, товари-субститути. Стратегічні групи конкурентів.

Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства

Складові стратегічного потенціалу. Потенціал підприємства. Функціональна структуризація потенціалу підприємства. Блоково-модульна структуризація потенціалу підприємства. Оцінювання стратегічного потенціалу підприємства. Види ресурсів стратегічного потенціалу. Структура стратегічного потенціалу. Методики оцінювання стратегічного потенціалу підприємства. Система показників для визначення можливостей розвитку потенціалу вітчизняних підприємств. Сутність категорії "конкурентоспроможність". Конкурентні переваги підприємства (зовнішні та внутрішні, низького та вищого порядку). Конкурентоспроможність підприємства і продукції. Матриця конкурентного профілю. Ефект синергізму, його сутність і типи.

Тема 6. Стратегії бізнесу

Поняття, призначення і зміст стратегій бізнесу підприємства, специфіка та порядок їх формування. Поняття бізнес стратегії. Алгоритм розробки бізнес-стратегії. Типи стратегій бізнесу підприємства та їх характеристика. Стратегічне позиціонування фірми. Класифікаційні ознаки стратегій бізнесу підприємства. Напрямки формування та типи конкурентної бізнес-стратегії.

Тема 7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства

Сутність стратегії диверсифікації діяльності підприємства. Суть стратегії диверсифікації. Основні методи реалізації стратегії диверсифікації. Фактори вибору стратегії диверсифікованого зростання. Переваги і ризики вузькоспеціалізованих підприємств. Умови доцільності переходу підприємства до диверсифікації. Критерії щодо оцінки диверсифікації. Переваги та недоліки створення спільних підприємств для входження до галузі. Види диверсифікації діяльності підприємства. Стратегія зв'язаної (концентричної) диверсифікації. Похідні стратегії диверсифікації підприємства. Стратегія входження в нову галузь, стратегія диверсифікації у споріднені галузі, стратегія диверсифікації у неспоріднені галузі, стратегія відновлення та економії, стратегія реструктуризації, стратегія ліквідації.

Тема 8. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства

Стратегії зовнішнього розвитку. Можливості зростання підприємства у межах галузі. Стратегії горизонтальної та вертикальної інтеграції, умови їх застосування, переваги та недоліки. Використання стратегії диверсифікації як можливості зовнішнього зростання. Стратегії підприємства на зовнішніх ринках. Фактори, що впливають на стратегії виходу на зовнішні ринки.

Характеристики, що властиві міжнародній діяльності. Типи міжнародних стратегій. Переваги і недоліки мультинаціональної стратегії.

Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства

Сутність, принципи та особливості корпоративних стратегій підприємства. Сутність корпоративної стратегії. Принципи формування корпоративної стратегії. Компоненти корпоративної стратегії. Основні чинники забезпечення корпоративної стратегії. Головні напрями корпоративної стратегії. Види корпоративної стратегії. Основні стратегії диверсифікованого підприємства: стратегії згортання і ліквідації; стратегії реструктурування, відновлення та економії; стратегії багатонаціональної диверсифікації, комбіновані стратегії.

Тема 10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства

Цілі і основні етапи матричного аналізу. Методи портфельного аналізу. Двомірні матриці. Етапи проведення аналізу. Сутність матриці господарського портфелю підприємства. Матриця БКГ – особливості побудови. Основні недоліки матриці БКГ та обмеження, які необхідно враховувати при використанні цієї моделі. Матриця McKinsey (General Electric). Особливості побудови матриці General Electric. Метод SPACE (стратегічного оцінювання дій) Інші матричні методи формування та аналізу корпоративних стратегій. Визначення стратегії розвитку і ключових факторів успіху з урахуванням кількісних і якісних параметрів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Концепція моделі ADL-LC та особливості побудови матриці. Переваги та недоліки матричних моделей.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Обсяги та структура навчальної дисципліни за навчальними роками

Форма навчання	Вид навчальних занять	Навчальні роки							
		2017/2018		2018/2019		2019/2020		2020/2021	
		осінь	весна	осінь	весна	осінь	весна	осінь	весна
Денна повна	Лекційні заняття							28	
	Семінарські заняття								
	Практичні заняття							28	
	Лабораторні заняття								
	Курсова робота								
	Самостійна робота студентів							124	
	Усього годин							180	
Денна скорочена	Лекційні заняття								
	Семінарські заняття								
	Практичні заняття								
	Лабораторні заняття								
	Курсова робота								
	Самостійна робота студентів								
	Усього годин								
Заочна повна	Лекційні заняття					4		2	
	Семінарські заняття								
	Практичні заняття					2		4	
	Лабораторні заняття								
	Курсова робота								
	Самостійна робота студентів					84		84	
	Усього годин					90		90	
Заочна скорочена	Лекційні заняття								
	Семінарські заняття								
	Практичні заняття								
	Лабораторні заняття								
	Курсова робота								
	Самостійна робота студентів								
	Усього годин								

4.2. Структура навчальної дисципліни за формами навчання

Теми дисципліни	Обсяг у годинах																							
	денна форма												заочна форма											
	повна						скорочена						повна						скорочена					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі					усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		Л	СЗ	ПЗ	ЛЗ	СРС		Л	СЗ	ПЗ	ЛЗ	СРС		Л	СЗ	ПЗ	ЛЗ	СРС		Л	СЗ	ПЗ	ЛЗ	СРС
Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції.	20	4		2		14							17	1				16						
Тема 2. Місія та цілі підприємства.	16	2		2		12							17	1				16						
Тема 3. Стратегічний контекст підприємства.	18	4		2		12							17	1				16						
Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства.	18	2		4		12							18	1		1		16						
Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства.	18	2		4		12							17			1		16						
Тема 6. Стратегії бізнесу підприємства.	18	4		2		12							17			1		16						
Тема 7. Стратегії диверсифікації діяльності підприємства.	18	2		4		12							20	1		1		18						
Тема 8. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства.	16	2		2		12							19	1				18						
Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства.	18	4		2		12							19			1		18						
Тема 10. Методи формування стратегії розвитку підприємства.	20	2		4		14							19			1		18						
Усього годин / кредитів ECTS	180/6	28		28		124							180/6	6		6		168						

Навчальні матеріали з освітнього компоненту доступні на Порталі навчальних ресурсів та інформаційної підтримки освітнього процесу інституту: <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4086>, <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4087>

5. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції.

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче та наведено у нанавчальному посібнику [2] до теми 1.

1. Еволюція концепцій стратегії (від традиційної концепції до сучасних концепцій).
2. Перелік типових стратегічних рішень із яких підприємство має здійснити свій вибір.
3. Сутність стратегії підприємства і її визначення
4. Фактори, що найбільш суттєво впливають на зміст стратегії підприємства.

Тема 2. Місія та цілі підприємства.

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче та наведено у нанавчальному посібнику [2] до теми 2.

1. Суть та значення місії для підприємства.
2. Вісім галузей діяльності, в яких мають бути визначені цілі компанії.
3. Напрями заповнення стратегічної прогалини. Основні етапи аналізу стратегічної прогалини.

Тема 3. Стратегічний контекст підприємства.

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче та наведено у нанавчальному посібнику [2] до теми 3.

1. Трансформаційні процеси в економіці України.
2. Зміст завдань управління організаціями в перехідних до ринку умовах.
3. Необхідність переходу вітчизняних підприємств до стратегічного управління як реакція на зміни умов їх функціонування.
4. Концепція стратегічних груп у конкурентному середовищі

Тема 4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства.

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче та наведено у нанавчальному посібнику [2] до теми 4.

1. Етапи стратегічного аналізу з позиції виявлення критичних точок середовища.
2. Оцінка оточення підприємства за допомогою різних інструментів (PEST-аналіз, SLEPT-аналіз, матриця ризиків).
3. Характеристика основних елементів прямого впливу на підприємство: інтенсивність конкуренції в галузі, потенційні конкуренти, конкурентна сила постачальників та споживачів, товари-субститути.

Тема 5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства.

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче та наведено у нанавчальному посібнику [2] до теми 5.

1. Блоково-модульна структуризація потенціалу підприємства.

2. Система показників для визначення можливостей розвитку потенціалу вітчизняних підприємств.

3. Ефект синергізму, його сутність і типи.

Тема 6. Стратегії бізнесу підприємства.

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче та наведено у нанавчальному посібнику [2] до теми 6.

1. Алгоритм розробки бізнес-стратегії.
2. Стратегічне позиціонування фірми.
3. Напрямки формування та типи конкурентної бізнес-стратегії.

Тема 7. Стратегії диверсифікації діяльності підприємства.

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче та наведено у нанавчальному посібнику [2] до теми 7.

1. Переваги і ризики вузькоспеціалізованих підприємств.
2. Переваги та недоліки створення спільних підприємств для входження до галузі.
3. Похідні стратегії диверсифікації підприємства.

Тема 8. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства.

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче та наведено у нанавчальному посібнику [2] до теми 8.

1. Використання стратегії диверсифікації як можливості зовнішнього зростання.
2. Характеристики, що властиві міжнародній діяльності.
3. Переваги і недоліки мультинаціональної стратегії.

Тема 9. Корпоративна стратегія підприємства.

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче та наведено у нанавчальному посібнику [2] до теми 9.

1. Компоненти корпоративної стратегії.
2. Основні чинники забезпечення корпоративної стратегії.
3. Порівняльний аналіз основних стратегій диверсифікованого підприємства.

Тема 10. Методи формування стратегії розвитку підприємства.

Передбачено опрацювання питань, які подано нижче та наведено у нанавчальному посібнику [2] до теми 10.

1. Основні недоліки матриці БКГ та обмеження, які необхідно враховувати при використанні цієї моделі.
2. Особливості побудови матриці General Electric. Метод SPACE (стратегічного оцінювання дій)
3. Концепція моделі ADL-LC та особливості побудови матриці.

Зміст, порядок виконання та критерії оцінювання самостійної роботи студентів наведено на Порталі навчальних ресурсів та інформаційної підтримки освітнього процесу інституту: <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4086>, <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4087>

Організація самостійної роботи студентів регламентується наступними нормативними документами:

- Положенням про самостійну роботу студентів Харківського торговельно-економічного-інституту КНТЕУ;
- Положенням про організацію освітнього процесу у Харківському торговельно-економічному інституті КНТЕУ.

6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ, ПЕРЕДБАЧЕНІ НАВЧАЛЬНИМ ПЛАНОМ

Навчальним планом не передбачено виконання індивідуальних завдань.

7. ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Для визначення рівня засвоювання студентами навчального матеріалу використовуються наступні форми оцінювання та схема розподілу балів:

Весна 2019/2020 н. р., Осінь 2020/2021 н. р.

№	Рейтингові оцінки	Макс. бали за формами навчання	
		денна	заочна
1	Поточний контроль	60	60
1.1	<i>Тема 1</i>		
	Опрацювання матеріалу лекції	1	1
	Опрацювання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.2	<i>Тема 2</i>		
	Опрацювання матеріалу лекції	1	1
	Опрацювання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.3	<i>Тема 3</i>		
	Опрацювання матеріалу лекції	1	1
	Опрацювання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.4	<i>Тема 4</i>		
	Опрацювання матеріалу лекції	1	1
	Опрацювання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.5	<i>Тема 5</i>		

№	Рейтингові оцінки	Макс. бали за формами навчання	
		денна	заочна
	Опрацювання матеріалу лекції	1	1
	Опрацювання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.6	<i>Тема 6</i>		
	Опрацювання матеріалу лекції	1	1
	Опрацювання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.7	<i>Тема 7</i>		
	Опрацювання матеріалу лекції	1	1
	Опрацювання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.8	<i>Тема 8</i>		
	Опрацювання матеріалу лекції	1	1
	Опрацювання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.9	<i>Тема 9</i>		
	Опрацювання матеріалу лекції	1	1
	Опрацювання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.10	<i>Тема 10</i>		
	Опрацювання матеріалу лекції	1	1
	Опрацювання практичного завдання	2	2
	Тестування на Порталі	2	2
1.11	<i>Додаткові бали</i>	10	10
2	Підсумковий семестровий контроль (письмова екзаменаційна робота)	40	40
2.1	Завдання на оцінювання теоретичних знань (комп'ютерне тестування).	10	10
2.2	Завдання на оцінювання практичних навичок (розрахунково-аналітичне завдання)	10	10
2.3	Ситуаційне завдання на оцінювання професійних вмінь	20	20
3	Оцінка з дисципліни	100	100

Під час організації освітнього процесу на Порталі використовуються наступні елементи:

- опрацювання матеріалу лекції: елемент «Лекція»
- опрацювання практичного завдання: елемент «Завдання»;
- тестування на Порталі: елемент «Тест».

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється за 100-бальною шкалою та шкалою ЄКТС. Умовою допуску до підсумкового семестрового контролю є виконання програми навчальної дисципліни і отримання оцінки за виконання завдань поточного контролю не менше ніж 36 балів. Мінімальна загальна кількість балів для отримання позитивної оцінки з дисципліни – 60.

Організація та проведення контрольних заходів регламентується наступними нормативними документами:

- Положенням про оцінювання результатів навчання студентів у Харківському торговельно-економічному інституті КНТЕУ;
- Положенням про організацію освітнього процесу у Харківському торговельно-економічному інституті КНТЕУ.

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

8.1. Основні джерела інформації

1. П'ятницька Г. П. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Стратегія підприємства» : навчально-методичне видання / Г. П. П'ятницька, Н. В. Ракша. – Київ : ЦПНМВ КНТЕУ, 2017. – 152 с.

2. Буднік М. М. Стратегічне управління: навчальний посібник / М. М. Буднік, Г. С. Невертій, Н. М. Курилова. – Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. – 292 с. Також доступно: <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4086>, <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4087> – Станом на 01.09.2020. – Назва з екрана.

3. Стратегічне управління : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / В. О. Могилко, І. А. Дмитрієв, Р. В. Сагайдак-Нікітюк, І. Ю. Шевченко, О. А. Ященко ; за заг. ред. В. О. Могилко, І. А. Дмитрієва. – Харків : ХНАДУ, 2016. – 252 с.

4. Буднік М. М. Стратегічне управління : конспект лекцій / М. М. Буднік [Електронний ресурс]. – Також доступно: <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4086>, <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4087> – Станом на 01.09.2020. – Назва з екрана.

5. Буднік М. М. Стратегічне управління : методичні рекомендації до проведення практичних занять [Електронний ресурс]. – Також доступно: <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4086>, <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4087> – Станом на 01.09.2020. – Назва з екрана.

6. Буднік М. М. Методичні вказівки до самостійної роботи студентів з дисципліни «Стратегічне управління» / М. М. Буднік [Електронний ресурс]. – Також доступно: <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4086>, <http://beta-edu.htei.kh.ua/moodle/course/view.php?id=4087> – Станом на 01.09.2020. – Назва з екрана.

8.2. Додаткові джерела інформації

7. Strategic management [Electronic source] : John Wiley & Sons, Ltd // Wiley : [journal website]. – Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/10970266> – Viewed 01.09.2020. – Title from screen.

8. Юшкевич О. О. Конспект лекцій з дисципліни «Стратегія підприємства» для студентів спеціальності 051 Економіка (Спеціалізація «Економіка підприємства») галузь знань 05 Соціальні і поведінкові науки; спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність галузь знань 07 Управління та адміністрування освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр [Електронний ресурс] : Освітній портал ЖДТУ : [сайт]. – Також доступно: <https://learn.ztu.edu.ua/course/view.php?id=434>. – Станом на 01.09.2020. – Назва з екрана.

9. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни «Стратегія підприємства» (для студентів 4 курсу денної та 5 курсу заочної форм навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства») / укладач О. О. Юшкевич ; Житомирський державний технологічний університет. – Житомир : ЖДТУ, 2015. – 82 с. [Електронний ресурс] : – Також доступно: <https://learn.ztu.edu.ua/course/view.php?id=434>. – Станом на 01.09.2020. – Назва з екрана.

10. Бурак О. М. Конспект лекцій з дисципліни «Стратегія підприємства» (для студентів 4 курсу денної форми навчання і 5 курсу заочної форми навчання напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства») / О. М. Бурак; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2014. – 59 с. [Електронний ресурс]. – Також доступно: <http://eprints.kname.edu.ua/> – Станом на 01.09.2020. – Назва з екрана.

11. Бойчик І. М. Економіка підприємства : підручник / І. М. Бойчик. – Київ : Кондор, 2016. – 378 с.

12. Бізнес-планування : навчальний посібник / Т. Г. Васильців, Я. Д. Качмарик, В. І. Блонська, Р. Л. Лупак ; за заг. ред. Т. Г. Васильців. – Київ : Знання, 2016. – 173 с.

13. Карлофф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф. – Москва : Экономика, 1991. – 239 с.

14. Минцберг Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошал ; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 688 с.

15. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел ; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 336 с.

16. Портер М. Е. Стратегія конкуренції / М. Е. Портер ; пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – Київ : Основи, 1998. – 390 с.

17. Господарський кодекс України. 16 січня 2003 року № 436-IV [Електронний ресурс] : Законодавство України // Верховна Рада України : [офіційний веб-портал]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>. – Станом на 01.09.2020. – Назва з екрана.

18. Про акціонерні товариства [Електронний ресурс] : Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР) від 10 грудня 2008 року № 50-51, ст. 38 : [офіційний веб-портал]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-17>. – Станом на 01.09.2020. – Назва з екрана.