



Силабус курсу Стратегічний аналіз галузі

Освітньо-професійна програма «Аналітична економіка»

Ступінь вищої освіти – магістр

Спеціальність: 051 «Економіка»

Рік навчання: I, Семестр: II

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ППП

к.е.н., доц. Лотиш Оксана Ярославівна

Контактна
інформація

o.lotysh@wunu.edu.ua

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.

Структура курсу

Години (лек./сем.)	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
4/1	3. Стратегічна сегментація та аналіз динаміки галузі	Здійснювати сегментацію ринку за різними ознаками та аналізувати галузеве середовище за відповідними критеріями, застосовувати кластерний аналіз в сегментації галузі	Тести, командний проект

4/2	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
2/1	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 вибирати 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 вибирати 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. Артюшок, В. Методи та моделі стратегічного аналізу у системі бізнес-планування. *Економіка та суспільство*, 2022. (44). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-61>
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”, 2019. 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. Пріоритетні галузі для стратегічного аналізу корупційних ризиків: аналітичне дослідження. Жовтень 2020. URL: <https://nazk.gov.ua/wp-content/uploads/2020/10/Priorytetni-galuzi-dlya-analizu.pdf>
9. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегія блакитного океану. Як створити безхмарний ринковий простір і позбутися конкуренції. 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. Frank Rothaermel. ISE Strategic Management: Concepts. McGraw-Hill Interamericana de España S.L.; 5th edition. 2021. 578 p.
12. 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.
13. Webb, A. How to Do Strategic Planning Like a Futurist. Harvard Business Review Digital Articles, 2019. p. 2-7.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Усі письмові роботи та презентації перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 25%. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування (наприклад, програма Kahoot).
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом при оцінюванні. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3	Модуль 4
20%	20%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Тренінг	Самостійна робота	Екзамен
1. Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (10 тем – від 7-и до 10-ти оцінок) 2. Оцінка за Модульний контроль 1 виставляється на підставі виконання модульної роботи за темами 1-10 (тестування, теоретичні питання, задачі)		Оцінка за тренінг визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання завдань під час тренінгу.	Оцінювання завдання «Стратегічний аналіз ринку»	2 питання = по 30 балів; 1 задача = 40 балів.

Шкала оцінювання студентів:

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