

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Декан ФЕУ
Андрій КОЦУР



« 30 » 08 2024 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Проректор з
науково-педагогічної роботи
Віктор ОСТРОВЕРХОВ



« 30 » 08 2024 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни
«Стратегічний аналіз галузі»

Ступінь вищої освіти – магістр
Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність: 051 «Економіка»
Освітньо-наукова програма «Аналітична економіка»

Кафедра економіки та економічної теорії

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практичні (год.)	ІРС, (год.)	Тренінг, (год.)	СРС, (год.)	Разом (год.)	Екзамен (семестр)
Денна	1	II	32	14	5	6	153	210	II

30.08.2024
[Signature]

Тернопіль – ЗУНУ
2024

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки магістрів галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка», затвердженої Вченою Радою ЗУНУ (протокол №11 від 26.06.2024 р.).

Робочу програму склала доцент кафедри економіки та економічної теорії, канд. екон. наук, доцент Оксана ЛОТИШ.



Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки та економічної теорії, протокол № 1 від 28.08.2024 р.

Завідувач кафедри, д-р екон. наук, проф.



Віктор КОЗІЮК

Розглянуто і схвалено на засіданні групи забезпечення спеціальності «Економіка», протокол № 2 від 30.08.2024 р.

Голова групи забезпечення спеціальності
д-р екон. наук, проф.



Віктор КОЗІЮК

Гарант ОНП «Аналітична економіка»
д-р. екон. наук, проф.



Віктор КОЗІЮК

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Стратегічний аналіз галузі»

1. Опис дисципліни «Стратегічний аналіз галузі»

Дисципліна «Стратегічний аналіз галузі»	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів – 7	Галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»	Статус дисципліни - обов'язкова дисципліна циклу професійної та практичної підготовки Мова навчання – українська
Кількість залікових модулів – 5	Спеціальність 051 «Економіка»	Рік підготовки: Денна – 1 Семестр: Денна – 2
Кількість змістових модулів – 2	Освітньо-наукова програма «Аналітична економіка»	Лекції: Денна – 32 год. Практичні заняття: Денна – 14 год.
Загальна кількість годин – 210	Ступінь вищої освіти – магістр	Самостійна робота: Денна – 153 год. Тренінг – 6 год. Індивідуальна робота: Денна – 5 год.
Тижневих годин:– 14 год., з них аудиторні – 3 год.		Вид підсумкового контролю – екзамен

2. Мета і завдання дисципліни «Стратегічний аналіз галузі»

2.1. Мета вивчення дисципліни.

Метою навчальної дисципліни є засвоєння знань з методики та техніки проведення аналітичних досліджень для обґрунтування стратегічних управлінських рішень, виявлення резервів підвищення ефективності виробництва.

2.2. Завдання вивчення 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.

2.3. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність розробляти та управляти проектами;

- здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень;

- здатність збирати, аналізувати та обробляти статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, які необхідні для розв'язання комплексних економічних проблем, робити на їх основі обґрунтовані висновки;

- здатність визначати ключові тренди соціально-економічного та людського розвитку;

- здатність до розробки сценаріїв і стратегій розвитку соціально-економічних систем.

2.4. Передумови вивчення дисципліни

Передумовою вивчення дисципліни є засвоєння і поглиблення знань з курсів «Економіка галузевих ринків», «Моделі та технології прийняття управлінських рішень», «Міжнародні стратегії корпоративного фінансування».

2.5. Результати навчання:

- формулювати, аналізувати та синтезувати рішення науково-практичних проблем.

- розробляти соціально-економічні проекти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням їх цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень;

- збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань;

- приймати ефективні рішення за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.;

- визначати та критично оцінювати стан та тенденції соціально-економічного розвитку, формувати та аналізувати моделі економічних систем та процесів;

- розробляти сценарії і стратегії розвитку соціально-економічних систем.

3. Програма навчальної дисципліни «Стратегічний аналіз галузі»

Змістовий модуль 1

Загальні основи сучасного стратегічного аналізу галузі

Тема 1. Фундаментальні основи стратегічного аналізу галузі

Концептуальні засади стратегічного аналізу галузі. Зміст, функції та методи стратегічного аналізу галузі. Характеристика етапів стратегічного аналізу галузі. Інформаційна база стратегічного аналізу.

Економічна стратегія як сукупність господарських та аналітичних дій. Місце стратегічного аналізу в управлінні економікою галузі.

Література: 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Тема 2. Інструментарій стратегічного аналізу галузі

Інструменти і методи стратегічного аналізу галузі. SWOT-аналіз. Аналіз беззбитковості функціонування галузі.

Матричні методи стратегічного аналізу. Матриця «темпи зростання ринку – частка на ринку». Матриця «привабливість ринку (галузі) – конкурентоспроможність компанії». Тривимірна модель Абеля.

Методи прогнозування в стратегічному аналізі. Аналіз і прогнозування запасу фінансової міцності. Виробничий і фінансовий леверидж в оцінці підприємницького ризику.

Література: 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Тема 3. Стратегічна сегментація та аналіз динаміки галузі

Макросегментація та мікросегментація ринку. Стадії аналізу ринкової сегментації. Можливості сегментації зі сторони споживачів і зі сторони виробників. Ідентифікація стратегічно важливих змінних сегментації галузі.

Економічні характеристики галузевого середовища. (розмір ринку; масштаби конкуренції; темпи росту ринку; стадії життєвого циклу галузі; структура конкуренції числа споживачів і їх фінансових можливостей; ступінь вертикальної інтеграції; темпи технологічних змін і продуктових інновацій; ступінь продуктової диференціації; величина економії на масштабі виробництва, транспортування).

Побудова матриці сегментації галузі. Аналіз привабливості ринкового сегменту галузі. Визначення ключових факторів успіху в ринковому сегменті. Вертикальна, горизонтальна сегментація.

Кластерний аналіз у сегментації галузі. Рівні кластерного аналізу. Етапи здійснення. Аналітичні методи дослідження кластерів у галузі. Сфера використання кластерного аналізу.

Література: 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Тема 4. Стратегічний аналіз і оцінка ступеня конкуренції в галузі

Оцінка ступеня конкуренції. Визначення конкурентних позицій основних фірм галузі (карта стратегічних груп). Суперництво серед конкуруючих підприємств. Конкуренція з боку товарів, що є заміниками і конкурентоспроможними за ціною. Загроза появи нових конкурентів.

Економічні можливості та торгові здібності постачальників. Економічні можливості і торгові здібності покупців.

Аналіз конкурентних позицій підприємства. Модель GE / McKinsey. Аналіз майбутніх цілей конкурента, його передбачення і поточні стратегії, можливості. Позиції фірми в конкурентному середовищі. Побудова карти стратегічних груп конкурентів. Профіль конкурентних переваг (недоліків).

Література: 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Тема 5. Стратегічний аналіз галузевих рушійних сил

Концепція рушійних сил конкуренції: фактори зовнішнього середовища, дії яких визначають напрямок і інтенсивність галузевих змін.

Аналіз галузевих рушійних сил: ідентифікація та дослідження їх впливу на зміни галузевих економічних показників. Зміни динаміки економічного зростання галузі. Зміни законодавства і політики уряду, місцевої влади. Зміна динаміки попиту на продукт у довгостроковому періоді. Зміни в складі покупців і способах використання продукту.

Продуктові та технологічні інновації. Маркетингові інновації. Входження і вихід з галузі великих підприємств. Поширення ноу-хау. Посилення глобалізації галузі. Зміни в питомих витратах і ефективності. Зниження чи зростання невизначеності й ризику.

Література: 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Тема 6. Стратегічний моніторинг та оцінка привабливості галузі

Метод оцінки перспектив стратегічної зони господарювання за критерієм «зростання ринку». Потенціал галузевого ринку. Поточний і абсолютний потенціал ринку. Показники місткості ринку: за структурними характеристиками; індексом дослідної панелі; рівнем інтенсивності споживання товару; сумою первинного, повторного і додаткового продажів; методом ланцюгових відношень.

Багатокритеріальний метод оцінки привабливості ринку. Метод оцінки привабливості галузі за І. Ансоффом. Критерії привабливості галузі: перспективи зростання попиту, рентабельності, нестабільності та ключові чинники успіху.

Аналіз показників привабливості галузі: потенціал зростання галузі; сприятливий або несприятливий вплив на дану галузь основних рушійних сил; можливість входу в галузь (виходу з галузі) потужних фірм; стабільність попиту (залежність попиту від пори року, економічного циклу; зміни смаків споживачів; наявність товарів – замінників); посилення або послаблення впливу сил конкуренції; серйозність проблем, що стоять перед галуззю загалом; ступінь ризику і невизначеності, пов'язаної з майбутнім розвитком галузі; зростання або зниження прибутковості галузі як результату існуючих умов конкуренції і рушійних сил.

Література: 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Змістовий модуль 2

Стратегічний аналіз фінансової, інвестиційної та інноваційної складової діяльності галузі

Тема 7. Аналіз фінансової стратегії та фінансових показників галузі

Фінансова стратегія підприємств галузі: суть та етапи. Стратегічний аналіз показників фінансової звітності, їх значення в управлінні бізнесом. Сучасна методика оцінювання фінансових звітів: горизонтальний, вертикальний метод, трендовий метод, аналіз відносних показників, порівняльний метод, факторний метод та метод Дюпон-каскад. Основні прийоми та типи моделей фінансового аналізу.

Моделювання прогнозу фінансових показників. Моделі прогнозу фінансової звітності. Стратегічний аналіз показників прибутковості галузі.

Література: 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Тема 8 Оцінка інвестиційних потоків у стратегічному аналізі галузі

Види інвестиційних проектів. Визначення початкових витрат при здійсненні інвестиційної діяльності. Критерії доцільності вибору інвестиційних проектів.

Оцінка грошових потоків в стратегічному аналізі галузі. Галузевий ризик: види ризику та фактори. Оцінка ризику в стратегії прийняття інвестиційних рішень. Врахування інфляції в оцінці майбутніх доходів від інвестиційних проектів.

Моніторинг інвестиційної привабливості галузі (ринку).

Стратегії злиття і поглинання (M&A): суть, види та мотиви. Основні підходи до оцінки ефективності M&A. Практика угод злиття і поглинання в Україні.

Література: 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Тема 9. Стратегічний аналіз і оцінка можливостей інноваційного розвитку галузі

Моніторинг інноваційної привабливості галузі. Інновації в технологічних галузях. Підходи до стратегічного управління інноваціями і технологічних змін. Конкурентні переваги в наукомістких галузях.

Стратегії ефективного використання інновацій: ліцензування, аутсорсинг деяких функцій, стратегічний альянс, спільне підприємництво, внутрішня комерціалізація. Конкуренція за стандарти.

Застосування технологічних стратегій. Створення умов для інновацій. Управління творчим потенціалом. Міжфункціональна інтеграція.

Література: 4, 5, 6, 7, 8, 9.

Тема 10. Глобальні стратегії в аналізі галузі

Аналіз міжнародної конкуренції в галузі. Аналіз конкурентної переваги в умовах інтернаціоналізації: конкурентні переваги, порівняльні переваги, національний «діамант» Портера. Відповідність стратегії національним умовам.

Стратегії входу на міжнародні ринки. Стратегічні рішення в міжнародному бізнесі (детермінанти географічного розміщення, місце

розташування та ланцюжок цінностей). Трансакції чи пряме інвестування. Стратегії виробництва за кордоном. Міжнародні альянси. Спільні підприємства. Типи глобальних стратегій.

Стратегія «блакитного океану»: суть, переваги та практика застосування. Практика використання стратегії блакитного океану.

Вигоди глобальної стратегії.

Література: 4, 5, 6, 7, 8, 9,10.

4. Структура залікового кредиту з дисципліни «Стратегічний аналіз галузі» (денна форма навчання)

Теми курсу	Кількість годин					Контрольні заходи
	Лекції	Практичні	ІРС	Тренінг	СРС	
Змістовий модуль 1. Загальні основи стратегічного аналізу галузі						
Тема 1. Фундаментальні основи стратегічного аналізу галузі	2	1	3	3	15	Тести
Тема 2. Інструментарій стратегічного аналізу галузі	2	1			15	Тести
Тема 3. Стратегічна сегментація та аналіз динаміки галузі	4	1			15	Тести, командний проект
Тема 4. Стратегічний аналіз і оцінка ступеня конкуренції в галузі	4	2			16	Тести, завдання, кейси
Тема 5. Аналіз рушійних сил змін галузевого ринку	2	1			15	Тести, командний проект
Тема 6. Стратегічний моніторинг та оцінка привабливості галузі	2	1			15	Тести, завдання, аналітичний звіт
Змістовий модуль 2 Стратегічний аналіз фінансової, інвестиційної та інноваційної складової діяльності галузі						
Тема 7. Аналіз фінансової стратегії та фінансових показників галузі	4	2	2	3	16	Тести, завдання, аналітичний звіт
Тема 8. Оцінка інвестиційних потоків у стратегічному аналізі галузі	4	2			15	Тести, завдання, кейси
Тема 9. Стратегічний аналіз і оцінка можливостей інноваційного розвитку галузі	4	2			16	Тести, завдання
Тема 10. Глобальні стратегії в аналізі галузі	4	2			15	Тести, завдання, кейси
ВСЬОГО	32	14	5	6	153	

5. Тематика практичних завдань

Практичне заняття № 1

Тема: Фундаментальні основи стратегічного аналізу галузі

Мета: визначити зміст та етапи стратегічного аналізу галузі, охарактеризувати інформаційну базу стратегічного аналізу.

Питання для обговорення:

1. Концептуальні засади стратегічного аналізу галузі: суть, функції та методи.
 2. Характеристика етапів стратегічного аналізу галузі.
 3. Інформаційна база стратегічного аналізу.
- Література: 1-13.

Практичне заняття № 2

Тема: Інструментарій стратегічного аналізу галузі

Мета: вивчити і дослідити інструменти та методи проведення стратегічного аналізу, доцільність їх використання і практичне значення.

Питання для обговорення:

1. Інструменти і методи стратегічного аналізу.
2. Матричні методи стратегічного аналізу.
3. Методи прогнозування в стратегічному аналізі.

Література: 1-13.

Практичне заняття № 3

Тема: Стратегічна сегментація та аналіз динаміки галузі

Мета: охарактеризувати та дослідити стадії сегментації ринку, проаналізувати показники привабливості сегменту ринку, навчитись будувати матрицю сегментації галузі.

Питання для обговорення:

1. Макросегментація та мікросегментація ринку.
2. Економічні характеристики галузевого середовища.
3. Побудова матриці сегментації галузі. Вертикальна і горизонтальна сегментація.
4. Кластерний аналіз в сегментації галузі.

Література: 1-13.

Практичне заняття № 4

Тема: Стратегічний аналіз і оцінка ступеня конкуренції в галузі

Мета: навчитись визначати конкурентні позиції фірм в галузі, здійснити аналіз конкурентних позицій фірми на основі окремих моделей.

Питання для обговорення:

1. Оцінка ступеня конкуренції. Визначення конкурентних позицій основних фірм галузі (карта стратегічних груп).
2. Економічні можливості та торгові здібності постачальників. Економічні можливості і торгові здібності покупців.
3. Аналіз конкурентних позицій підприємства. Модель GE/McKinsey.

Література: 1-13.

Практичне заняття № 5

Тема: Стратегічний аналіз галузевих рушійних сил

Мета: охарактеризувати рушійні сили в галузі, здійснити аналіз впливу динаміки рушійних сил на стан галузі.

Питання для обговорення:

1. Аналіз галузевих рушійних сил: ідентифікація та дослідження їх впливу на зміни галузевих економічних показників.
2. Вплив зміни законодавства і політики уряду, місцевої влади.
3. Зміна динаміки попиту на продукт у довгостроковому періоді. Зміни в складі покупців і способах використання продукту.
4. Маркетингові інновації.
5. Посилення глобалізації галузі.
6. Зміни в питомих витратах і ефективності.

Література: 1-13.

Практичне заняття № 6

Тема: Стратегічний моніторинг та оцінка привабливості галузі

Мета: навчитись визначати і аналізувати потенціал галузевого ринку, його показники, застосовувати методи привабливості ринку на практиці.

Питання для обговорення:

1. Потенціал галузевого ринку. Поточний і абсолютний потенціал ринку. Показники місткості ринку
2. Багатокритеріальний метод оцінки привабливості ринку. Метод оцінки привабливості галузі за І. Ансоффом.
3. Аналіз показників привабливості галузі

Література: 1-13.

Практичне заняття № 7

Тема: Аналіз фінансової стратегії та фінансових показників галузі

Мета: охарактеризувати основні етапи фінансової стратегії в галузі, аналізувати показники фінансової звітності та використовувати сучасні методи аналізу і оцінки фінансових звітів.

Питання для обговорення:

1. Фінансова стратегія підприємств галузі: суть та етапи.
2. Стратегічний аналіз показників фінансової звітності, їх значення в управлінні бізнесом. Сучасна методика оцінювання фінансових звітів: горизонтальний, вертикальний метод, трендовий метод, аналіз відносних показників, порівняльний метод, факторний метод та метод Дюпон-каскад.
3. Стратегічний аналіз показників прибутковості галузі.

Література: 1-13.

Практичне заняття № 8

Тема: Оцінка інвестиційних потоків у стратегічному аналізі галузі

Мета: навчитись визначати і аналізувати показники інвестиційної діяльності підприємств галузі, прогнозувати причини виникнення галузевого ризику при прийнятті інвестиційних рішень.

Питання для обговорення:

1. Види інвестиційних проектів. Визначення початкових витрат при здійсненні інвестиційної діяльності. Критерії доцільності вибору інвестиційних проектів.

2. Оцінка грошових потоків в стратегічному аналізі галузі.

3. Галузевий ризик: види ризику та фактори. Оцінка ризику в стратегії прийняття інвестиційних рішень.

4. Моніторинг інвестиційної привабливості галузі (ринку).

Література: 1-13.

Практичне заняття № 9

Тема: Стратегічний аналіз і оцінка можливостей інноваційного розвитку галузі

Мета: охарактеризувати види інновацій та чинники інноваційної привабливості галузі, застосовувати стратегії використання інновацій.

Питання для обговорення:

1. Моніторинг інноваційної привабливості галузі. Конкурентні переваги в наукомістких галузях.

2. Стратегії ефективного використання інновацій: ліцензування, аутсорсинг деяких функцій, стратегічний альянс, спільне підприємництво, внутрішня комерціалізація. Конкуренція за стандарти.

3. Застосування технологічних стратегій. Створення умов для інновацій. Управління творчим потенціалом. Міжфункціональна інтеграція.

Література: 1-13.

Практичне заняття № 10

Тема: Глобальні стратегії в аналізі галузі

Мета: охарактеризувати глобальні стратегії, що використовують на міжнародних ринках, переваги та перспективи їх застосування в економіці України.

Питання для обговорення:

1. Аналіз міжнародної конкуренції в галузі. Аналіз конкурентної переваги в умовах інтернаціоналізації: конкурентні переваги, порівняльні переваги, національний «діамант» Портера.

2. Стратегії входу на міжнародні ринки. Стратегічні рішення в міжнародному бізнесі (детермінанти географічного розміщення, місце розташування та ланцюжок цінностей).

3. Стратегії виробництва за кордоном. Трансакції чи пряме інвестування. Міжнародні альянси. Спільні підприємства.

4. Стратегія «блакитного океану»: суть, переваги та практика застосування.

5. Вигоди глобальної стратегії.

Література: 1-13.

6. Самостійна робота

Важливе значення в процесі вивчення дисципліни має самостійна робота студентів, яка сприяє одержанню глибоких знань, вмінь і практичних навичок.

Самостійна робота з дисципліни реалізується у формі завдань, спрямованих на здійснення стратегічного аналізу ринку і вирішення яких

потребує успішного засвоєння змісту дисципліни та отримання навичок застосування набутих знань шляхом збору і опрацювання інформації, проведення розрахунків, моделювання процесів та обґрунтування висновків.

Завдання для самостійної роботи видається студенту в перші два тижні навчання та виконується упродовж семестру відповідно до встановлених графіків, дотримання яких є необхідною передумовою допуску до здачі іспиту.

Результати виконання самостійної роботи подаються у вигляді реферату (аналітичної записки), що може супроводжуватися презентацією. Результати виконання завдання і публічний захист оцінюються викладачем у балах.

Завдання передбачає здійснити стратегічний аналіз ринку товару. Для дослідження студент обирає конкретний реальний об'єкт дослідження: конкретну галузь (ринок певного товару чи послуги) та відображає назву об'єкта аналізу в назві роботи, наприклад: «Стратегічний аналіз та перспективи розвитку українського ринку зерна», «Стратегічний аналіз ринку хлібобулочних виробів Тернопільської області» тощо. Інформаційною базою для виконання завдання є реальні показники діяльності підприємств галузі, статистична інформація з офіційних джерел, експертні оцінки фахівців, аналітичні матеріали, опубліковані в періодичних бізнес-виданнях, в електронних джерелах, преса, телебачення дослідження, отримані в результаті власних спостережень, тощо.

Для викладення змісту дослідження студентам пропонується використовувати орієнтовний перелік питань, які наведені нижче. При цьому слід зауважити, що не є обов'язковим розкривати всі питання, а лише ті, за якими виконавці мають достатньо інформації, можуть провести самостійний аналіз, та які вони вважають особливо важливими для галузі чи ринку, що аналізується. Робота має закінчуватися висновками та пропозиціями щодо того, чи знаходиться галузь (ринок) в стані рівноваги, які зміни доцільно (чи недоцільно) було б здійснити в довгостроковому періоді, якої поведінки слід дотримуватися (чи вже дотримуються) на ринку виробникам, як використати ринкові тенденції на користь суб'єктів ринку тощо.

Критеріями оцінювання роботи є обсяг зібраної та опрацьованої інформації, грамотність та доцільність застосування інструментів стратегічного аналізу, самостійність та обґрунтованість висновків за результатами проведеного аналізу.

Орієнтовний перелік питань для виконання роботи:

1. Економічні характеристики галузевого середовища: розмір ринку, темпи росту ринку (%); масштаби конкуренції; стадії життєвого циклу галузі; структура конкуренції, сегментація ринку; частка ринку основних гравців; число споживачів і їх фінансові можливості; ступеня вертикальної інтеграції; темпи технологічних змін і продуктивних інновацій; ступінь продуктової диференціації; величина економії на масштабі виробництва, транспортування; наявність і величина ефекту кривої досвіду.

2. Оцінка ступеня конкуренції: суперництво серед конкуруючих підприємств; конкуренція з боку товарів, що є заміниками і конкурентоспроможними за ціною; загроза появи нових конкурентів; економічні можливості та торгові здібності постачальників; економічні можливості і торгові здібності покупців.

3. Виявлення рушійних сил конкуренції: зміна динаміки попиту, на продукт у довгостроковому періоді; зміни в складі покупців і способах використання продукту; продуктові та технологічні інновації; маркетингові інновації; входження і вихід з галузі великих підприємств; поширення "ноу-хау"; посилення глобалізації галузі; зміни в питомих витратах і ефективності; зниження чи зростання невизначеності й ризику.

4. Визначення ключових факторів успіху: науково-дослідні роботи, маркетинг, виробництво, фінанси тощо

5. Висновок про ступінь привабливості галузі.

Список використаних джерел повинен включати не менше 10 найменувань (в тому числі Інтернет-ресурси).

Додатки. У додатках при необхідності розміщуються допоміжні таблиці, схеми, рисунки, розрахунки, спостережні листки, форми звітів та інші додаткові матеріали.

7. Тренінг з дисципліни

Тематика тренінгу

1. Аналітична оцінка стратегій злиття і поглинання на галузевому ринку.
2. Ефективність використання кластерного аналізу у сегментації галузі.

Організація і проведення тренінгу

1. *Вступна частина* проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.

2. *Організаційна частина* полягає у створенні робочого настрою у колективі студентів, визначенні правил проведення тренінгового заняття. Можлива наявність роздаткового матеріалу у вигляді таблиць, бланків документів.

3. *Практична частина* реалізовується шляхом виконання завдань у групах студентів у кількості 3-5 осіб з певних проблемних питань теми тренінгового заняття.

4. *Підведення підсумків.* Обговорюються результати виконаних завдань у групах. Обмін думками з питань, які виносилися на тренінгові заняття.

8. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни «Стратегічний аналіз галузі» використовують наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- командні проекти;
- кейси;
- аналітичні звіти;
- розрахункові та розрахунково-графічні роботи;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів СРС;

- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- екзамен.

10. Критерії, форми поточного і підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «Стратегічний аналіз галузі» визначають як середньозважену величину залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4	Модуль 5
10%	10%	10%	10%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінг	Самостійна робота	Екзамен
1. Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (6 тем – від 4-ох до 6-ти оцінок) 2. Оцінка за Модульний контроль 1 виставляється на підставі виконання модульної роботи за темами -6 (тестування, теоретичні питання, задачі)		1. Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (4 теми – від 3-ох до 5-ти оцінок) 2. Оцінка за Модульний контроль 2 виставляється на підставі виконання модульної роботи за темами 7-10 (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

За шкалою ЗУНУ	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90 – 100	відмінно	A (відмінно)
85 – 89	добре	B (дуже добре)
75 – 84		C (добре)
65 – 74	задовільно	D (задовільно)
60 – 64		E (достатньо)
35 – 59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю перескладання)
1 – 34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1.	Мультимедійний проектор	1-10
2.	Прикладне програмне забезпечення загального призначення (засоби Microsoft Office)	1-10
3.	Комп'ютери з базовим і спеціалізованим програмним забезпеченням, що застосовуються в економічній діяльності	1-10
4.	Комунікаційна навчальна платформа (Moodle) для організації дистанційного навчання (за необхідності)	1-10

Рекомендовані джерела інформації

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/Prioritytetni-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.