



## Силабус курсу Стратегічний аналіз галузі

Ступінь вищої освіти – магістр

Спеціальність – 051 Економіка

Освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»

Рік навчання: I, Семестр: I

Кількість кредитів: 5

Мова викладання: українська

### Керівник курсу

к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки, маркетингу та менеджменту ІФННІМ ЗУНУ  
**Стефанишин Лілія Стефанівна**

**Контактна інформація** : liliua627@gmail.com, +380342754622

### 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.

Основною метою викладання дисципліни «Стратегічний аналіз галузі» є засвоєння знань з методики та техніки проведення аналітичних досліджень для обґрунтування стратегічних управлінських рішень, виявлення резервів підвищення ефективності виробництва.

Завдання 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.

### Структура курсу

Години (лек./ практ.)	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

2/1	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
4/1	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
4/1	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. Лотиш О.Я. Сегментація ринку як інструмент стратегічного аналізу галузі Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. "Економіка і менеджмент". 2017. Вип. 24. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua.pdf>
2. Лотиш О.Я. Стратегічний аналіз зернової галузі: стан та перспективи розвитку. Науковий економічний журнал «ІНТЕЛЕКТ ХХІ». 2018. № 3 (46). С. 74-
3. (фахове видання) [http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018\\_3/15.pdf](http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2018/2018_3/15.pdf)
4. Лотиш О.Я. Кластерний аналіз в сегментації галузі. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2019. Том 24, Випуск 5 (78). С. 37-42. (фахове видання) [http://visnyk-onu.od.ua/journal/2019\\_24\\_5/8.pdf](http://visnyk-onu.od.ua/journal/2019_24_5/8.pdf)
5. 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. (фахове видання) [http://business-navigator.ks.ua/journals/2021/63\\_2021/9.pdf](http://business-navigator.ks.ua/journals/2021/63_2021/9.pdf)
6. Лотиш О.Я. Стратегічний аналіз галузі. Навчальний посібник. Тернопіль: Економічна думка,

2019. 248 с.

7. 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”, 2018. 350 с.

8. Тарасов Ю. Кроткий конспект ринку по курсу «Стратегічний аналіз ринку» URL: <https://hsem.susu.ru/iepm/wp-content/uploads/sites/2/2017/09/YU.-Tarasov.-Kratkiy-konspekt-lektsiy-po-kursu-Strategicheskiiy-analiz-ryinka-dlya-zo-v-shemah-i-risunkah.pdf>

9. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегія голубого океану: вибрані статті. Манн, Іванов і Фербер. 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. Bradley, C., Hirt, M., & Smit, S. (2018). Eight shifts that will take your strategy into high gear. McKinsey Quarterly, 2, 89–99 Frank Rothaermel. ISE Strategic Management: Concepts. McGraw-Hill

12. Interamericana de España S.L.; 5th edition. 2021. 578 p.

13. 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.

14. James DiNicolantonio. Market Segmentation Analysis: Understanding It, Doing It, and Making It Useful. (Management for Professionals), Springer; 1st ed. 2018. 466 p.

15. Mario Glowik. Global Strategy in the Service Industries. Routledge; 1st Edition. 2017. 210 p.

16. Paul Hague, Julia Cupman, Matthew Harrison, Oliver Truman Market Research in Practice: An Introduction to Gaining Greater Market. Insight Kogan Page; Third edition, 216. 400 p.

17. Robert M. Grant. Contemporary Strategy Analysis. Wiley; 10th edition, 2018, 672 p.

18. Webb, A. (2019). How to Do Strategic Planning Like a Futurist. Harvard Business Review Digital Articles, 2–7.

19. Стратегічне управління: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2016.

### Політика оцінювання

• **Політика щодо дедлайнів і перескладання:** Для виконання індивідуальних завдань і проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни. Перескладання модулів відбувається з дозволу дирекції факультету (інституту) за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

• **Політика щодо академічної доброчесності:** Використання друкованих і електронних джерел інформації під час контрольних заходів заборонено.

• **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов’язковим компонентом оцінювання. За об’єктивних причин (наприклад, карантин, військовий стан, хвороба, закордонне стажування) навчання може відбутись в онлайн формі за погодженням із керівником курсу.

### Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Тренінг	Самостійна робота
Середнє арифметичне від отриманих оцінок під час практичних занять по темах 1-10 не рідше одного разу на 2 практичні заняття	Контрольна робота (теми 1-10)	Оцінка виконання завдання	Оцінка за виконання есе

--	--	--	--

**Шкала оцінювання:**

<b>ECTS</b>	<b>Бали</b>	<b>Зміст</b>
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