**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Львівський національний університет імені Івана Франка**

**Факультет міжнародних відносин**

**Кафедра міжнародних економічних відносин**

**Затверджено**

На засіданні кафедри міжнародних економічних відносин

факультету міжнародних відносин

Львівського національного університету імені Івана Франка

(протокол № від \_\_\_\_2023 р.)

Завідувач кафедри проф. Грабинський І. М.

**Силабус з навчальної дисципліни**

**«Корпоративна стратегія»,**

**що викладається в межах ОПП (ОНП) «Міжнародний менеджмент»**

**другого (магістерського) для здобувачів спеціальності**

**292 Міжнародні економічні відносини**

**Львів 2023 р.**

**Силабус курсу**

**КОПОРАТИВНА СТРАТЕГІЯ**

**2023-2024 навчальний рік**

|  |  |
| --- | --- |
| **Назва курсу** | Корпоративна стратегія |
| **Адреса викладання курсу** | м. Львів, вул. Січових Стрільців, 19, кафедра міжнародних економічних відносин, кім. 305 |
| **Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна** | Факультет міжнародних відносин, кафедра міжнародних економічних відносин |
| **Галузь знань, шифр та назва спеціальності** | 29 «Міжнародні відносини»; 292 «Міжнародні економічні відносини» |
| **Викладач (-і)** | Приходько Ірина Валеріївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин.  <https://intrel.lnu.edu.ua/employee/pryhodko-iryna-valerijivna> |
| **Контактна інформація викладача (-ів)** | ел. пошта: [iryna.prykhodko2015@gmail.com](mailto:iryna.prykhodko2015@gmail.com) , [iryna.prykhodko@lnu.edu.ua](mailto:iryna.prykhodko@lnu.edu.ua)  тел. (032)239-47-81 |
| **Консультації по курсу відбуваються** | Четвер 11.30 – 13.00 (кафедра міжнародних економічних відносин, вул. Січових Стрільців, 19) |
| **Інформація про курс** | Курс «Корпоративна стратегія» призначено для студентів денної форми навчання спеціальності «Міжнародні економічні відносини» Львівського національного університету імені Івана Франка. |
| **Коротка анотація курсу** | У курсі обґрунтувано необхідність розробки стратегічних планів, проектів та програм як інструментів реалізації стратегій. Розкрито сутність, особливості та види корпоративних стратегій. Висвітлено відмінності у визначеннях поняття «корпоративна стратегія», якісні та кількісні цілі корпоративної стратегії. |
| **Мета та цілі курсу** | Метою курсу «Корпоративна стратегія» є оволодіння сучасними теоретичними основами стратегічного управління та практичними навичками прийняття стратегічних рішень в процесі управління діяльністю та розвитком підприємства. Завданням курсу є теоретична підготовка студентів і формування у них навичок обґрунтування ефективних корпоративних стратегій та здійснення критичного аналізу сучасних вітчизняних і зарубіжних концепцій підприємства та їх корпоративних стратегій, характеристика переваг та обмежень їх застосування в практиці підприємств України та необхідність формування стратегічного мислення в українських спеціалістів. |
| **Література для вивчення дисципліни** | **Література:**   1. Дикань В.Л., Зубенко В.О., Маковоз О.В., Токмакова І.В., Шраменко О.В. Стратегічне управління: навч. посібник. К.: «Центр учбової літератури», 2019. – 272с. 2. Кусумано Майкл А. Стратегії геніїв. П'ять найважливіших уроків від Білла Ґейтса, Енді Ґроува та Стіва Джобса. [пер. з англ. С. Новікової]. 4-те вид. Харків, 2020. – 256 с. 3. Рокоча В., Одягайло Б., Терехов В. Бізнес-стратегії європейських компаній : навч. посіб. К: ВНЗ "Ун-т економіки та права "КРОК", 2018. – 310 с. 4. Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій [О. М. Полінкевич та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Полінкевич. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 415 с. 5. Тертичка В. В. Стратегічне управління: підручник. Київ: «К.І.С.», 2017. – 932 с.   **Допоміжна література:**   1. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. – К.: Yakaboo Publishing. – 2023. – 200с. 2. Браун П. Естетичний інтелект. – К.: Фабула. -2022. – 272с. 3. Велч Дж., Велч С. Сам собі МВА. Про бізнес без цензури. – К.: Наш формат. – 2018. – 200с. 4. Гарніш В. Масштабування бізнесу. Покрокова стратегія збільшення прибутків. – К.: Наш формат. – 2018. – 328с. 5. Джонсон М., Гуман П. Вплив брендів. Таємна сила нейронауки в маркетингу. – Київ: Віват. - 2023. – 384с. 6. Когут Ю. Competitive intelligence in the management system. – К.: Сідкон. -2023. – 425с. 7. Когут Ю. Корпоративна безпека. Практичний посібник. -К.: Сідкон. – 2021.- 460с. 8. Лефлі А., Мартін Р. Безпрограшна стратегія. Як уникнути промахів в бізнесі. – К.: наш формат. -2018. – 256с. 9. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягти стабільно високих результатів. – Київ: Наш формат. – 2018. – 328с. 10. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. – К.: Наш формат.- 2020.-424с. 11. Райт К. побудування бренду: не мовчіть у галасливому світі. – К.: Віват. – 2023. – 304с. |
| **Тривалість курсу** | 3 семестр |
| **Обсяг курсу** | 24 аудиторні години, з них 12 год. лекцій, 12 год. практичних занять, та 66 год. самостійної роботи. |
| **Очікувані результати** | Після вивчення курсу студенти повинні:  *Володіти загальними компетентностями:*   * Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями * Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел   *Спеціальними (фаховими) компетентнями:*   * Здатність приймати обґрунтовані рішення щодо налагодження міжнародних економічних відносин на всіх рівнях їх реалізації. * Здатність оцінювати масштаби діяльності глобальних фірм та їхні позиції на світових ринках.   Здатність прогнозувати тенденції розвитку міжнародних ринків з урахуванням кон’юнктурних змін.  *Програмні результати навчання:*   * Креативно мислити, проявляти гнучкість у прийнятті рішень на основі логічних аргументів та перевірених фактів в умовах обмеженого часу і ресурсів на засадах використання різних діагностичних методологій провідних міжнародних організацій * Систематизувати, синтезувати й упорядковувати отриману інформацію, ідентифікувати проблеми, формулювати висновки і розробляти рекомендації, використовуючи ефективні підходи та технології, спеціалізоване програмне забезпечення з метою розв’язання складних задач практичних проблем з урахуванням крос-культурних особливостей суб’єктів міжнародних економічних відносин. * Приймати обґрунтовані рішення з проблем міжнародних економічних відносин за невизначених умов і вимог. * Оцінювати ступінь складності завдань при плануванні діяльності та опрацюванні її результатів. * Аналізувати нормативно-правові документи, оцінювати аналітичні звіти, грамотно використовувати нормативно-розпорядчі документи та довідкові матеріали, вести прикладні аналітичні розробки, професійно готувати аналітичні матеріали. * Розробляти та досліджувати адаптивні моделі вирівнювання дисбалансів та нівелювання загроз глобального розвитку, пропонувати варіанти вирішення проблем за результатами дослідження. * Здійснювати моніторинг, аналіз, оцінку діяльності глобальних фірм (корпорацій, стратегічних альянсів, консорціумів, синдикатів, трастів тощо) з метою ідентифікації їхніх конкурентних позицій та переваг на світових ринках.   Ідентифікувати зміни кон’юнктури ринків під дією невизначених факторів, здійснювати їх компаративний аналіз, критично оцінювати наслідки продукованих ідей та прийнятих рішень з метою прогнозування тенденції розвитку глобальних ринків. |
| **Формат курсу** | Очний |
| **Тема** | Приведено у Табл. 1 |
| **Підсумковий контроль, форма** | Іспит – 3 семестр (магістратура) |
| **Пререквізити** | Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з дисциплін: «Міжнародний менеджмент інновацій», «Стратегічний менеджмент», «Франчайзинг», «Офшорне підприємництво». |
| **Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу** | Презентація, лекції, кейси, індивідуальні завдання, колективні завдання, дискусія |
| **Необхідне обладнання** | Дана дисципліна не потребує використання особливого програмного забезпечення. Для вивчення використовуються загально вживані програми: Canva, PowerPoint, Prezi тощо. |
| **Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)** | 50 балів – поточний контроль (25% - семестрові оцінки, 25% - модуль 1, модуль 2)  50 балів – залік (оцінювання проводиться за поточними видами робіт: есе на тему, присутність на занятті, активність студента, опрацювання усіх тем передбачених дисципліною).  Загалом протягом семестру 100 балів.  Письмові роботи: очікується, що студенти виконають письмову роботу (у формі есе).  *Академічна доброчесність*: очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями.  *Відвідання занять* є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу.  *Література:* уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам.  *Політика виставлення балів:* враховуються бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов’язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час практичного заняття. Жодні порушення академічної доброчесності не толнруються. |
| **Питання до заліку чи екзамену** | 1. Корпоративна стратегія: поняття, еволюція 2. Поняття категорії «стратегія». 3. Стратегія фірми в контексті її економічної політики. 4. Трактування «стратегії фірми». 5. Еволюція концепції стратегії підприємства. 6. Корпоративна стратегія підприємства 7. Поняття та зміст корпоративної стратегії підприємств. 8. Характеристика корпоративних стратегій підприємства. 9. Загальна характеристика методів і методики розробки стратегії фірми. 10. Методи комплексного стратегічного аналізу: SWOT, SPACE. 11. Загальна характеристика «стратегічного набору підприємства». Базові (корпоративні) стратегії підприємства 12. Поняття базової стратегії та її зв’язок з життєвим циклом підприємства. 13. Загальна характеристика стратегій концентрованого росту. 14. Загальна характеристика стратегій інтегрованого росту. 15. Загальна характеристика стратегій диверсифікованого росту. 16. Загальна характеристика стратегій скорочення (економії). 17. Конкурентні стратегії підприємства 18. Конкурентна перевага підприємства: сутнісна характеристика та значення в умовах невизначеності. 19. Конкурентна стратегія підприємства як інструмент забезпечення його конкурентної переваги. 20. Загальні (диамічні) конкурентні стратегії М. Портера. 21. Конкурентні «стратегії-гібриди»: оптимальних витрат та «блакитного океану». 22. Забезпечувальні (функціональні) стратегії підприємства 23. Функціональні стратегії підприємства: сутність та значення у «стратегічному наборі». 24. Маркетингова стратегія підприємства. 25. Стратегії розвитку науково-дослідних та проектно-конструкторських робіт (НДПКР). 26. Виробнича стратегія підприємства. 27. Комплексні стратегії підприємства. 28. Інформаційне забезпечення реалізації стратегії та стратегічний контроль 29. Сутність стратегічної інформації. 30. Інформаційна система стратегічного управління. 31. Етапи та призначення стратегічного контролю. 32. Вимоги до системи стратегічного контролю. 33. Види і типи стратегічного контролю. |
| **Опитування** | Поточний контроль здійснюється під час проведення семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю: опитування, самостійні роботи, робота в групах, науково-пошукова робота, перевірка виконання індивідуального завдання, тестові контрольні роботи.  Після вивчення курсу всі бали набрані студентами сумуються. |

**Таблиця 1**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Тиждень** | **Тема, план, короткі тези** | **Форма**  **діяльності** | **Літера**  **тура** | **Завдання, год.** | **Термін виконання** |
| 1 | **Тема: 1 Корпоративна стратегія: поняття, еволюція (2 год.)**   1. Поняття категорії «стратегія». 2. Стратегія фірми в контексті її економічної політики. 3. Трактування «стратегії фірми». 4. Еволюція концепції стратегії підприємства. | Лекція | 1-5  Доп. 1,7 | 2 | 1 тиждень |
| 2 | **Тема: 1 Корпоративна стратегія: поняття, еволюція (2 год.)**   1. Поняття категорії «стратегія». 2. Стратегія фірми в контексті її економічної політики. 3. Трактування «стратегії фірми».   Еволюція концепції стратегії підприємства. | Семінар | 1-5  Доп. 1,7 | 2 | 1 тиждень |
| 3 | **Тема: 2 Загальна характеристика «стратегічного набору підприємства». Базові (корпоративні) стратегії підприємства (2 год.)**   1. Поняття базової стратегії та її зв’язок з життєвим циклом підприємства. 2. Загальна характеристика стратегій концентрованого росту. 3. Загальна характеристика стратегій інтегрованого росту. 4. Загальна характеристика стратегій диверсифікованого росту. 5. Загальна характеристика стратегій скорочення (економії). | Лекція | 1-5  Доп. 1, 2, 11 | 2 | 1 тиждень |
| 4 | **Тема: 2 Загальна характеристика «стратегічного набору підприємства». Базові (корпоративні) стратегії підприємства (2 год.)**   1. Поняття базової стратегії та її зв’язок з життєвим циклом підприємства. 2. Загальна характеристика стратегій концентрованого росту. 3. Загальна характеристика стратегій інтегрованого росту. 4. Загальна характеристика стратегій диверсифікованого росту. 5. Загальна характеристика стратегій скорочення (економії). | Семінар | 1-5  Доп. 1,2,11 | 2 | 1 тиждень |
| 5 | **Тема: 3 Конкурентні стратегії підприємства (2 год.)**   1. Конкурентна перевага підприємства: сутнісна характеристика та значення в умовах невизначеності. 2. Конкурентна стратегія підприємства як інструмент забезпечення його конкурентної переваги. 3. Загальні (диамічні) конкурентні стратегії М. Портера. 4. Конкурентні «стратегії-гібриди»: оптимальних витрат та «блакитного океану». | Лекція | 1-5  Доп. 2, 7, 10 | 2 | 1 тиждень |
| 6 | **Тема: 3 Конкурентні стратегії підприємства (2 год.)**   1. Конкурентна перевага підприємства: сутнісна характеристика та значення в умовах невизначеності. 2. Конкурентна стратегія підприємства як інструмент забезпечення його конкурентної переваги. 3. Загальні (диамічні) конкурентні стратегії М. Портера. 4. Конкурентні «стратегії-гібриди»: оптимальних витрат та «блакитного океану». | Семінар | 1-5  Доп. 2, 7, 10 | 2 | 1 тиждень |
| 7 | **Тема: 4,5 Забезпечувальні (функціональні) стратегії підприємства(4 год.)**   1. Функціональні стратегії підприємства: сутність та значення у «стратегічному наборі». 2. Маркетингова стратегія підприємства. 3. Стратегії розвитку науково-дослідних та проектно-конструкторських робіт (НДПКР). 4. Виробнича стратегія підприємства. 5. Комплексні стратегії підприємства. | Лекція | 1-5  Доп. 2,4,8,9 | 4 | 2 тижня |
| 8 | **Тема: 4,5 Забезпечувальні (функціональні) стратегії підприємства(4 год.)**   1. Функціональні стратегії підприємства: сутність та значення у «стратегічному наборі». 2. Маркетингова стратегія підприємства. 3. Стратегії розвитку науково-дослідних та проектно-конструкторських робіт (НДПКР). 4. Виробнича стратегія підприємства. 5. Комплексні стратегії підприємства. | Семінар | 1-5  Доп. 2,4,8,9 | 4 | 2 тижня |
| 9 | **Тема: 6 Соціально-психологічне забезпечення реалізації корпоративної стратегії (2 год.)**   1. Системи соціально-психологічного супроводження стратегічних змін. 2. Опір змінам на підприємстві. 3. «Аналіз поля сил» як основа для забезпечення стратегічного організаційного розвитку. 4. Управління стратегічними змінами на підприємстві. | Лекція | 1-5  Доп.7,9 | 2 | 1 тиждень |
| 10 | **Тема: 6 Соціально-психологічне забезпечення реалізації корпоративної стратегії (2 год.)**   1. Системи соціально-психологічного супроводження стратегічних змін. 2. Опір змінам на підприємстві. 3. «Аналіз поля сил» як основа для забезпечення стратегічного організаційного розвитку. 4. Управління стратегічними змінами на підприємстві. | Семінар | 1-5  Доп. 7,9 | 2 | 1 тиждень |

Оцінювання знань студента здійснюється за 100-бальною шкалою (для екзаменів і заліків).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Оцінка  ECTS | Оцінка в  Балах | За національною шкалою | | |
| Екзаменаційна оцінка, оцінка з диференційованого заліку | | Залік |
| A | 90-100 | 5 | Відмінно | Зараховано |
| B | 81-89 | 4 | Дуже добре |
| C | 71-80 | 4 | Добре |
| D | 61-70 | 3 | Задовільно |
| E | 51-60 | 3 | Достатньо |

* Максимальна кількість балів при оцінюванні знань студентів з дисципліни, яка завершується екзаменом, становить за поточну успішність 50 балів, на екзамені – 50 балів.
* При оформленні документів за екзаменаційну сесію використовується таблиця відповідності оцінювання знань студентів за різними системами.

Шкала оцінювання: вузу, національна та ECTS

К.е.н., доцент,

доцент кафедри міжнародних економічних відносин

факультету міжнародних відносин

Львівського національного університету

імені Івана Франка Приходько І. В.