

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Методичні рекомендації до виконання курсової роботи
для здобувачів вищої освіти
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Бізнес-адміністрування»
першого (бакалаврського) рівня

Укладачі:



Мазоренко Оксана Володимирівна
Перерва Іванна Миколаївна
Василик Сергій Костянтинович

Відповідальний за видання



Лепейко Тетяна Іванівна

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2024

УДК 005.21(072.034)

С83

Укладачі : О. В. Мазоренко, І. М. Перерва, С. К. Василик

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту та бізнесу.
Протокол № 1 від 25.08.2023 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Стратегічний менеджмент [Електронне видання] :
С83 методичні рекомендації до виконання курсової роботи для
здобувачів вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Бізнес-адміністрування» першого
(бакалаврського) рівня / укладачі О. В. Мазоренко,
І. М. Перерва, С. К. Василик. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця,
2024. – 36 с. (українською)

Подано перелік можливих галузей та підприємств для виконання курсової роботи. Розглянуто основні положення, які допоможуть здобувачам у підготовці та захисті курсових робіт з навчальної дисципліни. Наведено зміст та вимоги до написання курсової роботи.

Рекомендовано для здобувачів вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Бізнес-адміністрування» першого (бакалаврського) рівня.

УДК 005.21(072.034)

© Харківський національний економічний
університет імені Семена
Кузнеця, 2024

ВСТУП

Навчальна дисципліна «Стратегічний менеджмент» спрямована на вивчення місця, ролі стратегічного управління для успішного функціонування будь-якої організації, незалежно від її розміру чи сфери діяльності; найбільш поширених та нових підходів для аналізу середовища організації, методів визначення її конкурентної позиції; моделей і методів розроблення системи стратегій у вигляді «стратегічного набору»; особливостей функціонування окремих підсистем підприємства у стратегічному режимі; практичних результатів застосування стратегічного управління на підприємствах України.

У процесі навчання здобувачі отримують необхідні знання під час лекційних занять, виконують завдання щодо практичного застосування одержаних знань. Вивчення теоретичних положень навчальної дисципліни «Стратегічний менеджмент» потребує закріплення їх за допомогою практичних занять і це складає значну частину дисципліни, що також набувається за рахунок написання курсової роботи з дисципліни.

Ці методичні рекомендації з написання курсової роботи, спрямовані на оволодіння здобувачами методами самостійного дослідження та практичне використання теоретичних знань при проведенні дослідження в процесі написання курсової роботи.

Відповідно до навчального плану спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Бізнес-адміністрування» вивчення здобувачами навчальної дисципліни «Стратегічний менеджмент» завершується виконанням курсової роботи, яка займає особливе місце в системі діагностики якості підготовки здобувачів вищої освіти зі спеціальності «Менеджмент».

Курсова робота спрямована на розвиток самостійної діяльності та аналітичних здібностей здобувачів. Курсова робота дозволить здобувачам поглибити та систематизувати свої теоретичні та практичні знання у сфері стратегічного управління діяльністю підприємства.

При виконанні курсової роботи здобувач повинен продемонструвати вміння користуватися нормативними документами та спеціальною

науковою літературою, грамотно формулювати та висловлювати думки, робити судження та обґрунтовані пропозиції.

Мета методичних рекомендацій – формування у здобувачів знань загальних основ, оволодіння методами самостійного дослідження, практичне застосування теоретичних знань для вирішення конкретних завдань у виконанні курсової роботи з навчальної дисципліни.

Методичні рекомендації надають студентам чіткі вказівки та інструменти, необхідні для успішного виконання курсової роботи. Вони охоплюють широкий спектр аспектів, починаючи від вибору теми та формулювання проблеми, і закінчуючи аналізом стратегічних альтернатив та висновками.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен володіти здобувач вищої освіти
PH3.	СК3
	СК4
PH4.	ЗК3
	ЗК10
	СК1
PH6.	СК2
	СК10
PH8.	СК19
PH16.	ЗК5
PH17.	ЗК3
	ЗК5
	ЗК10
	СК8
PH18.	ЗК11
PH19.	ЗК5
PH20.	ЗК11
PH21.	СК2
	СК3
	СК20

- де ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу.
- ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК10. Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні.
- ЗК11. Здатність до адаптації та дії у новій ситуації.
- СК1. Здатність визначати та описувати характеристики організації.
- СК2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.
- СК3. Здатність визначати перспективи розвитку організації.
- СК4. Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними.
- СК8. Здатність планувати діяльність організації та управляти часом.
- СК10. Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації.
- СК19. Здатність формувати на підприємстві умови, які сприяють виникненню та просуванню інновацій, розуміти існуючу й нову технологію та її вплив на нові / майбутні ринки.
- СК20. Здатність формування ефективних процедур та комунікаційних механізмів міжособистісної взаємодії в бізнес-середовищі у тому числі для адаптування до нових ситуацій.
- РН3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.
- РН4. Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень.
- РН6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.
- РН8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.
- РН16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- РН17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.
- РН18. Оцінювати можливості використання технологій для оптимізації ефективності бізнесу.
- РН19. Демонструвати навички аналізу та синтезу інформації, пристосовуючи їх для аналізу та вирішення проблем в різних галузях бізнесу та менеджменту.
- РН20. Координувати аспекти діяльності бізнес-організацій, які сприяють ефективності її роботи.
- РН21. Демонструвати комунікативні, дослідницькі, технологічні та крос-культурні навички, необхідні для аналізу бізнес-ситуацій, готувати, обґрунтовувати і презентувати управлінські рішення.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

1. Порядок виконання курсової роботи

Для успішного виконання курсової роботи з навчальної дисципліни «Стратегічний менеджмент» здобувач має чітко дотримуватися таких рекомендацій.

Курсова робота виконується у такій послідовності:
вибір галузі та підприємства для курсової роботи;
вивчення літератури за темою;
складання плану роботи;
написання та оформлення роботи;
подання курсової роботи керівнику для рецензування;
захист курсової роботи.

Курсова робота виконується самостійно за консультації наукового керівника в процесі вивчення здобувачами навчальної дисципліни відповідно до навчального процесу. Курсова робота передбачає наявність таких елементів дослідження: тема, актуальність, предмет і об'єкт дослідження, практична значущість, комплексний системний підхід до вирішення завдань дослідження, теоретичне використання сучасної методології стратегічного аналізу.

Курсова робота з дисципліни «Стратегічний менеджмент» має прикладний характер. Тому темою курсової роботи є «Стратегічний аналіз діяльності підприємства ...». Здобувач може вибрати галузь та підприємство за власним бажанням чи з наведеного в даних методичних рекомендаціях переліку. Здобувач може обрати для дослідження в курсовій роботі підприємство, яке потім стане об'єктом дослідження в його дипломній роботі бакалавра. Вибір підприємства для дослідження повинен бути погоджений з викладачем.

Метою курсової роботи є кінцевий результат, на досягнення якого вона спрямована.

Об'єкт дослідження - це процес або явище, що створює проблемну ситуацію або вимагає більш детального знання.

Предмет - це явище або процес, що знаходиться всередині об'єкта і розглядається як елемент, частина об'єкта дослідження.

Основними завданнями виконання курсової роботи є:

ознайомитися з вимогами до організації та проведення дослідження, підготовки та оформлення курсової роботи як виду дослідження;

опрацювати методiku виконання курсової роботи з основними джерелами інформації та науковою літературою;

обґрунтувати актуальність, наукову та практичну значущість обраної для дослідження теми;

отримати знання та навички використання методології дослідження та оформлення теоретичних та експериментальних результатів у формі курсової роботи;

набути вміння самостійно використовувати методiku проведення стратегічного аналізу;

набути знань і навичок обґрунтування та пояснення необхідного рівня ключових результатів;

ознайомитися з вимогами до підготовки та порядком захисту курсової роботи.

2. Теми для курсових робіт

Перелік можливих галузей та підприємств для курсових робіт щорічно розробляється, переглядається та уточнюється кафедрою менеджменту та бізнесу відповідно до сучасних тенденцій. Курсова робота виконується за варіантами (кожен студент повинен вибрати компанію для дослідження в курсовій роботі, свій вибір здобувач вищої освіти повинен узгодити з викладачем). Деякі орієнтовні галузі та підприємства для дослідження представлені нижче. При виборі міжнародної компанії в рамках курсової роботи доцільно зосередитись на аналізі діяльності підприємства на певному географічному ринку (перевага віддається дослідженню діяльності підприємства на ринку України).

Перелік можливих галузей та підприємств для курсової роботи

1. **Металургійні компанії** (Arcelormittal, CISA, World Steel Association, Hebei Iron & Steel Group, Nippon Steel, Sumitomo Metal Industries).

2. **Найбільші швейні компанії** (Christian Dior, Nike, Inditex, Adidas, GAP, Converse, Versace, Prada).

3. **Транспорт** (APM-Maersk, Mediterranean Shipping Company, CMA CGM, Evergreen Line, Hapag-Lloyd, COSCO Container L., Укрфреппі).

4. **Найбільші компанії з виробництва зброї** (Norinco, Textron, DCNS, Honeywell, Safran, Rolls-Royce, Huntington Ingalls, L-3 Communications, Thales, Finmeccanica, United Technologies Corporation, EADS / Airbus Group, General Dynamics, Northrop Grumman, BAE System, Boeing, Lockheed Martin).

5. **Найбільші мережі ресторанів швидкого харчування** (McDonald's, Subway, Papa John's, Dairy Queen, Dunkin' Donuts, Domino's Pizza, Burger King, Starbucks, Pizza Hut, KFC).

6. **Компанії харчової промисловості** (Nestlé S.A., The Procter & Gamble Company, Unilever Group, PepsiCo, Inc., The Coca-Cola Company, Associated British Foods, Groupe Danone, Mars).

7. **Електроніка** (Apple Inc., Samsung Electronics Co., Panasonic Corporation).

8. **Послуги** (PriceWaterHouseCoopers, Ernst&Young, Deloitte, KPMG, Ukrtransgaz, Southern Railway).

9. **Будівельні компанії** (VINCI, BECHTEL, BECHTEL, CCCC Ltd, SKANSKA, BUDIMEX).

10. **Авіаперевезення** (American Airlines Group, Deutsche Lufthansa, Delta Air Lines, Emirates, Delta Air Lines).

11. **Виробники автомобілів** (General Motors, Renault-Nissan, PSA, Toyota, Ford, Chrysler, Volkswagen, Daimler AG, BMW).

12. **Телекомунікаційні компанії** (China Mobile Ltd., Verizon Communications Inc., Vodafone Group plc, AT&T, Telefonica, Kyivstar, Orange).

13. ІТ-компанії (IBM, Microsoft Corporation, Oracle Corporation, Hewlett Packard Enterprise, SAP, CSC, CA Technologies).

14. Банки (UniCredit Group, Privat Bank, Bank of America, Credit Agricole, Raiffeisen Bank, OTP Bank, BNP Paribas Group).

15. Індустрія туризму (Disneyland Park, Hilton Hotels and Resorts, Legoland, Radisson Hotels, Sheraton, Walt Disney World Resort).

У процесі виконання курсової роботи здобувач повинен якомога більше охопити теоретичні питання обраної теми.

Основними принципами дослідження є науковість та об'єктивність.

Аналіз статистичних даних, ретельний аналіз фактів і врахування існуючих взаємозв'язків у процесі інтерпретації результатів і формулювання висновків.

Принцип об'єктивності означає, що здобувач вивчає тему курсової роботи в безперервному зв'язку з практикою, підтверджуючи статистику і факти. Для виконання курсової роботи здобувачі можуть використовувати матеріали літературних джерел та офіційної статистики.

3. Оцінювання курсової роботи

Курсова робота оцінюється за такими критеріями:

самостійність виконання;

логічність і детальність плану;

повнота і глибина розробки теми;

наявність ілюстрацій (таблиць, рисунків, схем тощо);

кількість використаних джерел (не менше десяти);

використання цифрової інформації та відображення практичного досвіду;

наявність конкретних пропозицій;

якість оформлення;

презентація результатів;

захист.

Курсова робота повинна відповідати принципам академічної доброчесності. Відповідальна особа за перевірку на академічний плагіат,

призначена рішенням випускової кафедри, здійснює перевірку за допомогою програмно-технічних засобів перевірки на ознаки плагіату, які знаходяться у відкритому доступі в мережі Інтернет.

За запитом кафедри навчально-методичним відділом може здійснюватись перевірка з використанням інтернет сервісу StrikePlagiarism.com.

Якість виконання курсової роботи оцінюється відповідно до вимог: своєчасне надання курсової роботи на кафедру. Дедлайн визначається щорічно – за 4 тижні до закінчення семестру;

зміст курсової роботи виконувати відповідно до змістовних вимог; теоретичного узагальнення наявних підходів до вирішення проблемної ситуації та використання передової сучасної методології і науково-методичного інструментарію;

курсорова робота повинна бути зроблена відповідно до вимог, що ставляться до курсової.

Максимально можлива оцінка якості виконання курсової роботи – 60 балів; мінімально необхідний бал – 35 балів.

Захист курсової роботи організовується на кафедрі менеджменту та бізнесу за два тижні до екзаменаційного періоду згідно з графіком, затвердженим завідувачем кафедри.

Захист – презентація виконаної курсової роботи. Під час захисту курсової роботи здобувач повинен вміти відповісти на питання про методику дослідження, його основні результати та оцінити перспективи подальших досліджень. Максимально можлива оцінка захисту курсової роботи – 40 балів; мінімально необхідний бал – 25 балів.

Підсумкова оцінка за курсову роботу з навчальної дисципліни «Стратегічний менеджмент» виставляється за 100-бальною накопичувальною системою оцінювання.

4. Вимоги до структури та змісту курсової роботи

Вимоги до структури курсової роботи

Курсова робота виконується на основі вивчення вітчизняної та зарубіжної літератури за спеціальністю: книги, періодичні видання, наукові публікації, законодавчі акти, спеціальна література, а також підручники (як допоміжне джерело, використовуються вкрай рідко), статистичні дані, тощо.

Курсова робота повинна містити такі розділи (у порядку, зазначеному нижче):

1. Титульний аркуш курсової роботи. Виконується за уніфікованою формою (**Додаток А**) з підписами всіх (здобувача та членів комісії).
2. Зміст курсової роботи.
3. Вступ.
4. Основна частина, яка складається з наступних частин: огляд компанії; бачення, місія та цілі; аналіз оточення компанії; аналіз конкурентного середовища; набір стратегій).
5. Висновки.
6. Список літератури.
7. Додатки.

Структура курсової роботи та обсяг окремих її розділів залежать від конкретної галузі та підприємства дослідження, але її необхідно формувати з дотриманням таких умов:

обсяг роботи 25 – 30 друкованих сторінок (включаючи літературу та без додатків);

допоміжні таблиці, технічну документацію розміщувати в додатках; кількість сторінок в окремих розділах чітко не регламентується, але має відповідати вимогам достатньої інформативності та обґрунтованості рішень і висновків.

Курсова робота складається з розділів і підрозділів. У кінці кожного розділу формулюються висновки.

Зміст кожного розділу залежить від галузі та підприємства курсової роботи та плану курсової роботи, погодженого з науковим керівником.

Проте існують загальні вимоги до розміру кожного розділу, наведені нижче.

Приблизна кількість сторінок у розділах така:

вступ: 1 – 2 сторінки;

огляд компанії: 2 – 3 сторінки;

бачення, місія та цілі: 3 – 5 сторінок;

аналіз оточення компанії: 5 – 6 сторінок;

аналіз конкурентного середовища: 2 – 3 сторінки;

набір стратегій: 6 – 7 сторінок;

висновки: 1 – 2 стор.

Вимоги до змісту розділів курсвої роботи

ВСТУП

Вступ – це короткий розділ (зазвичай не більше 1-2 сторінок), призначений для інформування читача про актуальність дослідження та включає коротку історію або відповідну передумову, яка веде до формулювання проблеми, яка розглядається.

Мета вступу – надати достатню довідкову інформацію, щоб читач міг зрозуміти й оцінити результати дослідження.

У вступі викладено актуальність стратегічного підходу в сучасному бізнесі, обґрунтовано актуальність теми, визначено мету, завдання та практичне значення дослідження, зазначено об'єкт та предмет дослідження, коротко описано методи та джерела інформації використані для дослідження, отримані результати, які містять елементи новизни (пропозиції).

Обґрунтування актуальності має бути коротким. Кількох речень достатньо, щоб висловити головну думку.

Вступ містить формулювання мети курсвої роботи та завдань, які необхідно вирішити для досягнення цієї мети.

Об'єктом курсвої роботи є процес або явище, що породжує проблемну ситуацію та обране для дослідження. Предмет курсвої роботи визначає тему курсвої роботи.

У вступі також міститься перелік методів дослідження, які використовуються в курсовій роботі. Методи дослідження слід не просто перелічувати окремо від змісту, а коротко описати, що саме досліджується кожним із методів.

Основний розділ

Основний розділ курсової роботи складається з огляду компанії; бачення, місія та цілей; аналізу оточення компанії; аналізу конкурентного середовища; набору стратегій). Назва кожного розділу має відображати характер висвітлених питань. Не допускається використання назв «теоретична секція», «практична секція» тощо.

Огляд компанії

У цій частині описується досліджувана компанія. Тут ви повинні надати коротку історію компанії, місцезнаходження компанії, описати характер діяльності та продукти/послуги компанії, а також надати опис клієнта.

У курсовій роботі необхідно відобразити сучасний стан і перспективи розвитку галузі. Необхідно розглянути структуру, роль промисловості в економіці; у скороченій формі описати місткість ринку, тенденції його зростання та основних конкурентів досліджуваної компанії; оцінити ймовірність появи нових клієнтів, а також оцінити майбутній розвиток компанії.

Бачення, місія та цілі

Вкажіть бачення та місію компанії. Оцініть поточну місію компанії за допомогою матриці оцінки місії, визначте елементи місії. Після аналізу зробити висновок про місію та бачення компанії, їх відповідність. Дайте відповіді на питання: Чи розкриває місія в діяльності компанії? Як сформульована місія? Чи відповідає місія вимогам? Що має зробити компанія, щоб покращити місію?

Потім сформулюйте кінцеву критичну мету для досліджуваної компанії, використовуючи підхід SMART. Для кращих результатів використовуйте підхід SMART для постановки цілей (заповніть таблицю

постановки цілей SMART). Ця мета повинна відповідати та підтримувати місію та бачення компанії.

Розробіть схему дерева цілей для вашої компанії. Дайте пояснення дерева цілей.

Напишіть висновок щодо отриманих результатів дослідження обсягом до однієї сторінки.

Аналіз оточення компанії

Аналіз навколишнього середовища - це дуже важливий і дуже складний процес для розробки стратегії компанії. Це вимагає ретельного моніторингу процесів, що відбуваються в навколишньому середовищі, оцінки факторів і зв'язку цих факторів із сильними і слабкими сторонами компанії, можливостями і загрозами, які існують у зовнішньому середовищі. Компанія вивчає середовище, щоб забезпечити успішне просування до своїх цілей.

Аналіз навколишнього середовища включає:

- 1. Матриця оцінки внутрішніх факторів (IFE);**
- 2. Матриця оцінки зовнішніх факторів (EFE);**
- 3. SWOT-аналіз.**

Побудова матриці оцінки внутрішніх факторів (IFE)

Визначте 10 сильних і 10 слабких сторін вашої компанії, не більше і не менше. Ваші чинники мають бути детальними та дієвими, а не розпливчастими.

Призначте вагу кожному фактору. Ваги показують, наскільки важливий фактор для успіху в галузі. Усі ваги є «галузевими». Наприклад, коефіцієнт 0,10 у 5 разів важливіший за коефіцієнт 0,02 для досягнення успіху в галузі. Однак не бійтеся включати фактори з меншою вагою. Те, що фактор потрапив у ваш список 10 найпопулярніших, виправдовує його важливість, але він все ще може бути відносно менш важливим для галузі, ніж інші фактори, які ви включаєте. Також зверніть увагу на те, в якій галузі працює ваше підприємство.

Потім присвойте рейтингову оцінку від 1 до 4 кожному фактору. На відміну від вагових коефіцієнтів, які базуються на галузі, рейтинги

базуються на компанії та показують, наскільки добре працює ваша компанія.

Розробіть матрицю IFE для вашої компанії. Підсумуйте та оцініть зважений бал для внутрішнього середовища вашої компанії.

Зробіть висновок про сильні та слабкі сторони компанії, охарактеризуйте потенціал компанії.

Побудова матриці оцінки зовнішніх факторів (EFE)

Визначте 10 можливостей і 10 загроз, не більше не менше. Ваші чинники мають бути детальними та дієвими, а не розпливчастими. Майте на увазі, що і можливості, і загрози мають бути зовнішніми за своєю природою. Запитайте себе: "Чи контролює фірма цей фактор?" Якщо відповідь ствердна, то це не може бути можливістю чи загрозою.

Призначте кожному фактору вагу від 0,0 (не важливо) до 1,0 (дуже важливо). Ваги показують, наскільки важливий фактор для успіху в галузі.

Рейтинги також базуються на компанії та відображають, наскільки добре фірма звертається до певного фактора. Призначте оцінку від 1 до 4 кожному ключовому зовнішньому фактору, щоб вказати, наскільки ефективно поточні стратегії фірми реагують на фактор.

Підготуйте матрицю EFE для вашої компанії, оцініть кожен фактор і обчисліть загальний зважений бал для організації.

Напишіть висновок щодо отриманих результатів дослідження обсягом до однієї сторінки.

SWOT аналіз

SWOT-аналіз — це метод стратегічного планування, який використовується для оцінки сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, пов'язаних з проектом або бізнес-підприємством.

Він передбачає визначення мети бізнес-підприємства чи проекту та визначення внутрішніх і зовнішніх факторів, сприятливих і несприятливих для досягнення цієї мети.

Розробити матрицю SWOT; заповнити матрицю ключових можливостей і загроз, сильних і слабких сторін компанії. Використовуючи

методологію оцінки, оцінюються фактори та обчислюється бал для кожного з чотирьох квадрантів (SO, ST, WO, WT) матриці SWOT.

Проаналізуйте результати та сформулюйте стратегії компанії для кожної альтернативи. Обґрунтуйте найкращу альтернативу для компанії.

Напишіть висновок щодо отриманих результатів дослідження обсягом до однієї сторінки.

Аналіз конкурентів

Поясніть інтенсивність конкуренції в галузі. Визначте 2 головних конкурентів для вашої компанії. Дайте коротку характеристику конкурентів, їхньої діяльності та товарів/послуг.

Проведіть аналіз конкурентів для вашої компанії за допомогою матриці конкурентного профілю (CPM).

Щоб виконати CPM, введіть рівно 12 критичних факторів успіху, не більше і не менше. У CPM фактори не обов'язково повинні бути надто конкретними, але вони мають, наскільки це можливо, мати розподільний характер.

Після визначення 12 критичних факторів успіху визначити вагу для кожного фактора; ваги залежать від галузі. Цілком нормально, коли деякі фактори отримують низьку вагу, а один або два – високу.

Після визначення ваги та ідентифікації вашої компанії та двох конкуруючих фірм введіть рейтинг (на основі компанії) для кожної організації. Не присвоюйте компаніям однаковий рейтинг; займіть позицію; зробіть вибір.

Оцініть і порівняйте результати для кожної компанії.

Напишіть висновок щодо отриманих результатів аналізу обсягом до однієї сторінки.

Набір стратегій

Спочатку опишіть поточні стратегії вашої компанії. Оцінити ефективність поточних стратегій.

Набір стратегій – це система різних типів стратегій, які розробляються компанією на певний період часу. Ця система відображає

специфіку функціонування та розвитку компанії та рівень її претензій на місце у зовнішньому середовищі.

Процес побудови стратегічного набору – діяльність, яка здійснюється на всіх рівнях управлінської ієрархії. Існують такі стратегії:

загальні для підприємства в цілому;

загальна конкурентна з окремих видів господарської діяльності;

загальні, функціональні та торгові види.

На основі попереднього аналізу з попередніх розділів розробіть набір стратегій для вашої компанії.

Набір стратегій для вашої компанії повинен включати:

1) обґрунтування загальної стратегії компанії з використанням Grand Matrix;

2) обґрунтування конкурентної стратегії вашої компанії за допомогою моделі загальних стратегій Портера;

3) обґрунтування стратегій окремих бізнес-одиниць вашої компанії за допомогою портфельного аналізу: BSG Matrix.

Матриця Гранд-стратегії (Grand Strategy Matrix)

Матриця Гранд-стратегії (Grand Strategy Matrix) стала потужним інструментом для розробки альтернативних стратегій. Ця матриця в основному базується на чотирьох важливих елементах:

швидке зростання ринку;

повільне зростання ринку;

сильна конкурентна позиція;

слабка конкурентна позиція.

Ці елементи утворюють чотириквADRантну матрицю, в якій всі організації можна розташувати таким чином, що ідентифікація та вибір відповідної стратегії стає легким завданням. Крім того, ця матриця допомагає прийняти найкращу стратегію на основі поточного зростання та конкурентного стану фірми. Велика компанія, розділена на багато підрозділів, також може розмістити свої підрозділи в цій чотириквADRантній Матриці великої стратегії для формулювання найкращої стратегії для кожного підрозділу.

Поясніть свій вибір стратегій у Гранд матриці.

Швидке зростання ринку



Рис. 1. Приклад матриці Гранд-стратегій (Grand Matrix)

Конкурентна стратегія

Використовуючи загальну модель стратегій Портера, виберіть конкурентну стратегію для вашої компанії. Обґрунтуйте свій вибір.

Аналіз портфолію: Матриця BCG

Ця техніка особливо корисна для компаній, які мають багато підрозділів або багато продуктів. Підрозділи або продукти компрометують «бізнес-портфолію» організації. Склад портфолію може мати вирішальне

значення для зростання та успіху компанії. Матриця BCG враховує дві змінні, а саме:

швидкість зростання ринку;

відносна частка ринку.

Визначте 5 стратегічних бізнес-одиниць вашої компанії. Розробити матрицю BCG. Добре було б розробити BCG за географічним регіоном і побудувати інший за продуктом (якщо у вас є дані).

Напишіть висновок щодо набору стратегій для вашої компанії обсягом до однієї сторінки.

Висновки

Висновок є завершальним етапом виконання курсової роботи. У висновку коротко викладено найважливіші теоретичні та практичні моменти курсової роботи, з точки зору мети та завдань курсової роботи. Послідовність висновків повинна відповідати набору цілей, поставлених у вступі.

Список літератури

Список використаної літератури розміщено після висновків. Він складається з літературних джерел, якими користувався здобувач при написанні курсової роботи, а саме нормативно-правових актів, підручників, монографій, статей у періодичних виданнях, веб-сайтів, довідкових матеріалів тощо. Неопубліковані джерела (фінансова звітність, технічна документація, інші внутрішні документи підприємства, конспект лекцій, підготовлений здобувачем тощо) не включати до списку літератури. Кількість джерел залежить від новизни проблеми та ступеня її нормативного врегулювання. Виходячи з досвіду підготовки курсової роботи, рекомендована загальна кількість джерел у списку літератури має становити не менше 10 позицій. Переважають джерела, опубліковані не більше ніж за 5 років до написання дослідження.

Додатки

Курсова робота може містити додатки, що відображають відповідну інформаційну базу для аналізу діяльності підприємства та бути належним

чином оформлена. Також додатки можуть містити допоміжний матеріал, який використовується для комплексного сприйняття курсової роботи.

Вимоги до оформлення курсової роботи

Загальні вимоги

Курсова робота має бути роздрукована за допомогою комп'ютера на одній стороні аркуша білого паперу формату А4 (210 x 297 мм), міжрядковий інтервал 1,5, до тридцяти рядків на сторінці (крім титульного аркуша, для якого встановлено множник інтервалу 1,3).

поля повинні бути наступними: ліве — 25 мм, праве — 15 мм, верхнє — 20 мм, нижнє — 20 мм.

Шрифт основного тексту – Normal, Times New Roman, кегль 14. Не допускається виділення жирним або курсивом окремих слів чи частин тексту (крім заголовків і заголовків таблиць, рисунків).

Абзацний відступ повинен бути 1,25 см, основний текст вирівнювати по ширині. «Висячі рядки» не допускаються.

Числа не можна відокремлювати від одиниць – вони повинні бути в одному рядку.

Необхідно дотримуватися єдиного стилю оформлення курсової роботи. Друк має бути чітким, чорним. Щільність тексту курсової повинна бути однаковою.

Питальні та окличні знаки в курсовій роботі неприпустимі.

Назви структурних частин курсової роботи: зміст, вступ, розділи, список використаної літератури тощо друкуються великими літерами (14 пт, жирний шрифт).

Назви розділів і підрозділів подаються через один інтервал. Назви підрозділів друкуються малими літерами (крім першого блоку), кегль 14, напівжирний. Між текстом попереднього підрозділу та назвою поточного підрозділу залишають пробіл. Безпосередньо після назви підрозділу пробілу немає. Крапка в кінці жодного заголовка не ставиться.

Кожен розділ починається з нової сторінки. Кожен новий підрозділ, який починається на тій самій сторінці, де закінчувався попередній, відокремлюється пробілом.

Остання сторінка кожного розділу повинна бути заповнена текстом не менше ніж на 2/3.

Нумерація

Розділи, підрозділи, рисунки, таблиці, формули позначаються арабськими цифрами без знака «№».

Першою сторінкою курсової роботи є титульний аркуш, який входить до загальної кількості сторінок звіту. Титульний аркуш не нумерується.

Номери сторінок друкують, починаючи з другої сторінки вступу до кінця останньої сторінки додатків включно, у верхньому правому куті без крапки. Для нумерації сторінок використовується шрифт Times New Roman (кегель 12 пт).

Перед назвою структурного розділу ставлять його номер арабськими цифрами та крапку. Слово «розділ» не пишеться.

Структурні підрозділи нумеруються в кожному розділі. Номер підрозділу складається з номера структурного розділу та номера підрозділу в цьому розділі з крапкою між цими номерами.

СПИСКИ

Для обліку певних об'єктів, подій або їх властивостей у звіті можуть знадобитися нумеровані або марковані списки. Загальні правила використання цих списків такі:

1. У разі досить довгих списків (що складаються з кількох речень) бажано нумерувати список. Кожен елемент списку починається з нового рядка з великою літерою в кінці крапки. Нумерація ведеться арабськими цифрами, після номера ставиться крапка.

2. Якщо логіка вимагає реалізації нумерації елементів списку з невеликою кількістю елементів, використовується нумерований список. Нумерація ведеться арабськими цифрами або малими літерами латинського алфавіту, після номера — дужка. Кожен елемент списку починається з нового рядка малих літер у кінцевій позиції крапки з комою. Останній пункт закінчується крапкою.

3. За потреби використовується багаторівневий список (якщо деякі або весь список містять «вкладені» списки), який має відповідати тим самим правилам, що й для групових списків елементів.

4. У всіх інших випадках використовуйте маркований список. Кожен елемент списку починається з нового рядка малих літер у кінцевій позиції крапки з комою. У кінці останнього пункту ставиться крапка. Маркери або не використовуються, або використовуються як маркерна лінія (штрих). Не використовуйте інші типи маркерів (коло, квітка, рука тощо).

5. Сильове оформлення списків (розмір, відступ, табуляція) має бути однаковим у всій роботі.

Рисунки

Рисунки (схеми, діаграми, графіки) повинні бути безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або на наступній сторінці. Малюнки розміром більше А4 розглядаються як одна сторінка і розміщуються на аркушах А3 після зазначення в тексті або в додатках.

Якщо в додатку розміщено довідкову інформацію (фото, малюнки, схеми, діаграми, графіки, карти), переконайтеся, що в тексті на неї є посилання.

Кожен малюнок в основному тексті курсової роботи або додатку повинен мати посилання в тексті.

Усі ілюстрації, незалежно від того, чи є вони графіками, діаграмами, діаграмами тощо, позначаються словом «Рис.» з великої літери та послідовною нумерацією в межах розділу, за винятком рисунків, поданих у додатках. Більшість малюнків повинні містити номер розділу та порядковий номер, крапку між ними. Підписи до рисунків послідовно розміщуються виключно під малюнком. Номер малюнка та підпис відокремлюються крапкою, наприклад «Рис. 1.2. Цілі управління персоналом» [10]. Приклад малюнка представлений нижче.



Рис. 1.2. Цілі управління персоналом

Рисунки повинні бути зроблені на комп'ютері і бути чорно-білими. Усі кольорові малюнки допускаються лише в додатках.

Таблиці

Таблиці в розділі нумеруються послідовно. Біля правого поля аркуша, залишаючи інтервал після тексту, розміщують слово "таблиця" з її номером. Більшість таблиць має складатися з номера розділу та порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка. Крапка після номера таблиці не ставиться, наприклад, «Таблиця 3.2» означає другу таблицю третього розділу.

У наступному рядку симетрично до тексту дається назва таблиці. Слово «Таблиця» та назва таблиці починаються з великої літери. Слово «Таблиця», її номер і назву виділяють жирним шрифтом. Під заголовком таблиці не пропускайте пробіл і розміщуйте таблицю. Зразок таблиці наведено нижче.

Таблиця 3.2

Розрахунок інтегральної оцінки якості та ефективності нового обладнання

Критерій	Середнє зважений	вага
Продюсер	4	0,36
Функціональні можливості обладнання	4,24	0,37
Гарантія	2,79	0,1

Після продажу обслуговування	1	0,06
Вартість обладнання	3,60	0,11

Кожна таблиця повинна містити заголовок з назвами стовпців (іноді – з назвами рядків). Шрифт заголовка таблиці повинен бути жирним.

Таблиці розміщують після першої згадки про них у тексті або, за відсутності цього, на наступній сторінці. Таблиця розміщується так, щоб її можна було читати без повороту одиниці роботи або переплітається з поворотом за годинниковою стрілкою.

У тексті повинні бути посилання на всі таблиці курсової роботи.

Всі частини таблиці, перенесені на інший аркуш, не мають заголовків, але на правому полі ставлять слова «Продовження табл.» та її номер, наприклад: «Продовження табл. 1.2». На останній сторінці замість «Продовження табл.» написати «Закінчення табл.». Жирним шрифтом наведено слова «Продовження табл.», «Закінчення табл.» та кількість таблиць.

Для таблиць можна використовувати шрифт 14, 12 або 10 пт Times New Roman, міжрядковий інтервал одинарний.

Таблиці розміром від 2 повних аркушів переносяться в додаток.

Формули

Формули в курсовій роботі виконуються за допомогою стандартних математичних редакторів Microsoft Office (наприклад, Microsoft Equation 3.0) і нумеруються (якщо їх більше одного) в межах розділу. Формули розташовуються симетрично до тексту, відразу після них ставиться кома, або розділові знаки можуть бути відсутніми. Стилі всіх формул у творі мають бути однаковими.

Більшість формул складається з номера розділу та порядкового номера формули в розділі, крапки між ними. Номер формули вказано на правому полі аркуша в дужках. Між формулою та її номером і після номера формули в дужках крапка не ставиться.

Безпосередньо під формулою повинно бути пояснення всіх символів і числових значень коефіцієнтів, що використовуються у формулі

(включаючи символ, що вказує на величину, для якої складається формула розрахунку), у тому порядку, в якому вони наведені в формула. Зразок формули наведено нижче.

$$AEE = I_a - C_a, \quad (1.2)$$

де АЕЕ – річний економічний ефект, тис. грн.;

I_a – додатковий маржинальний дохід протягом року, тис. грн.;

C_a – додаткові витрати протягом року, тис. грн.

Відповідно до прикладу, це друга формула першого розділу.

Список літератури

Під час написання курсової роботи здобувачі обов'язково повинні робити посилання на вихідні матеріали або окремі результати, які викладені в курсовій роботі (теоретичні джерела, довідкові матеріали тощо), а також на таблиці, рівняння, рисунки та додатки до курсової роботи.

Якщо використовуються відомості, матеріали з підручників, монографій, оглядових статей та інших багатосторінкових джерел, то в посиланні має бути точно вказано кількість сторінок, малюнків, таблиць, формул з джерела, на яке посилається у звіті.

Джерело в тексті має бути наведено з порядковим номером, зазначеним у списку літератури, у двох дужках, наприклад, «[4, с. 21 – 22]» (четвертий номер у списку літератури, сторінки 21 – 22).), або "... в [14, 21, 30] ..." [16].

Посилання на рисунок містить порядковий номер, наприклад: «Рис. 1.4» малими літерами.

Посилання на формулу вказує порядковий номер формули в дужках, наприклад: "... у (2.3)".

При посиланні на таблицю в тексті слово «таблиця» пишуть з малої літери, наприклад: «...у табл. 1.4».

У повторних посиланнях на таблиці, ілюстрації та формули пишеться слово «див.», наприклад «див. табл. 1.2».

Список використаної літератури оформлюється згідно вимог ДСТУ 8302:2015 (приклад оформлення можна знайти за посиланням http://lib.znau.edu.ua/jirbis2/images/phocagallery/2017/Pryklady_DSTU_8302_2015.pdf).

Джерела в списку використаної літератури наводяться за абеткою (в алфавітному порядку за прізвищами перших авторів або за заголовками у разі відсутності відомостей про авторів). Спочатку подаються джерела українською мовою, а потім – іншомовні джерела. Нумерація джерел у списку – наскрізна.

При внесенні окремих джерел до списку використаної літератури необхідно обов'язково наводити всі вихідні дані: ПІБ автора (авторів), назву праці, місце і назву видавництва (останнє – необов'язково), рік видання, загальну кількість сторінок (для періодичних видань – діапазон сторінок, на яких розміщена стаття, на яку робиться посилання). Крім того, при оформленні списку літератури слід звертати увагу на такі загальні вимоги:

ініціали і прізвище автора не відриваються одне від одного, тобто завжди розміщуються на одному рядку;

назви та інші реквізити джерел з іноземних мов не перекладаються; скорочення слова «сторінка» («с.») завжди розміщується на одному рядку з відповідним числом;

не допускається наведення у списку літератури номеру журналу (газети) як окремої позиції – позицією списку літератури може бути лише окрема стаття;

аналогічно не рекомендується робити посилання на цілий веб-сайт – позицією списку використаної літератури має бути окрема сторінка, яка оформлюється як стаття (з певними відмінностями від статті у паперовому виданні). Виключенням можуть бути сайти зі статистичною, довідковою інформацією – у разі неодноразового посилання в тексті курсової роботи на різні сторінки такого сайту його допускається оформити як окрему позицію списку використаної літератури;

URL-адреса веб-сайту як в основному тексті роботи, так і в списку використаної літератури не може наводитися шрифтом з підкреслюванням;

слід чітко дотримуватися вимог до пунктуації та використовуваного шрифту (згідно зі зразком), не замінюючи тире дефісом, роблячи необхідні відступи між структурними елементами позиції списку літератури і знаками пунктуації, використовуючи курсивний шрифт у ситуаціях, яких вимагає стандарт.

Зразок оформлення літературних джерел за їхніми видами наведено в **додатку Б** методичних рекомендацій. Слід мати на увазі, що в роботі список використаної літератури оформляється не таблицею, як це подано в додатку В, а нумерованим списком.

Для формування позицій списку використаної літератури можна використовувати онлайн-генератор посилань <https://www.grafiati.com/uk/blogs/dstu-8302-2015-referencing-generator/>.

Додатки

Додатки оформляються як розширення курсової роботи безпосередньо після списку літератури, як окрема частина, і розміщуються в порядку появи посилань у тексті курсової роботи. Додатки повинні починатися з титульного аркуша, на якому симетрично друкується слово «**ДОДАТКИ**». Кожен додаток також має починатися з титульного аркуша зі словом «**ДОДАТОК**» і відповідною літерою, розташованими симетрично до сторінки, і виділеними жирним шрифтом. Наприклад: «**ДОДАТОК А**». У наступному рядку його назву слід давати маленькими літерами, жирним шрифтом, наприклад: «**Організаційна структура управління підприємством**». Слова «додатковий», «додаток», номер додатка та назва в лапках не наводяться.

Додатки слід послідовно позначати великими літерами англійського алфавіту, наприклад: «**ДОДАТОК А**», «**ДОДАТОК Б**» тощо.

Рисунки, таблиці та формули в додатках пронумеровані в кожному додатку, наприклад «Рис. Е.2» — це другий малюнок у **ДОДАТКУ Е**, (А.1) — перша формула в **ДОДАТКУ А**. Рисунки, таблиці та формули в додатках повинні бути оформлені відповідно до загальних вимог до курсової роботи.

Рекомендована література

Основна

1. Лепейко Т. І. Менеджмент [Електронний ресурс]: навчальний посібник / Т. І. Лепейко, О. М. Миронова. – Х.: Вид. ХНЕУ, 2010. – 204 с. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30823> .
2. Менеджмент [Електронний ресурс] : навчально-практичний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах, таблицях, тестах та завданнях / М. В. Афанасьєв, І. Я. Іпполітова, В. В. Ушкальов, І. Г. Муренець; за заг. ред. В. В. Ушкальова. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 392 с. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26540>.
3. Менеджмент у структурах видавничо-поліграфічного комплексу [Електронний ресурс]: навчальний посібник / Т. І. Лепейко, Т. П. Близнюк, А. В. Котлик та ін. – Харків, ХНЕУ, 2011. – 352 с. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30822>.
4. Пономаренко В. С. Стратегічне управління розвитком підприємства: навч. посіб. / В.С. Пономаренко, О.І. Пушкар, О.М. Тридід.– Х. : ХДЕУ, 2002. – 639 с.
5. Тертичка В. В. Стратегічне управління : підручник / В. В. Тертичка. - Київ : К.І.С., 2017. – 932 с.

Додаткова

6. Ковтун, О.І. Стратегія підприємства: підручник; рекомендовано МОН / О. І. Ковтун. – Львів : Новий Світ-2000, 2018. – 426 с.
7. Мінцберг Г. Анатомія менеджменту. Ефективний спосіб керувати компанією / Г. Мінцберг ; пер. з англ. Р. Корнута ; пер. з англ. Р. Корнута. – Київ : Наш формат, 2018. – 397 с.
8. Чепелюк М. І. Інструментарій стратегічного управління в контексті сучасних концепцій та трендів світового економічного розвитку : монографія / М. І. Чепелюк. – Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. – 396 с. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26372>

9. David F., David F. Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts : 16th edition / F. David , F. David. – Pearson, 2016. – 432 p.

10. Kennedy R., Jamison E., Simpson J., Kumar P. Strategic Management / R. Kennedy , E. Jamison , J. Simpson , P. Kumar . – Virginia Tech Publishing, 2020. – 355 p.

11. Mazorenko O. V. The criteria for choosing an export strategy of enterprise / O. V. Mazorenko // Бізнес-інформ. – 2019. – № 8. – P. 253–258. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/22720>.

12. Pererva I. Use of creative marketing in the implementation of enterprise strategy / I. Pererva, O. Myronova // Economics of Development. – 2023. - 22(2). - P. 28-40. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/29814>.

13. Strategic management: syllabus of the educational discipline for students of specialty 073 «Management» of the first (bachelor) level: [Electronic edition] / comp. O. Mazorenko. – Kharkiv : KHNUe, 2019. – 9 p.

Інформаційні ресурси

14. Електронний каталог Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua.

15. Електронний каталог Харківської державної наукової бібліотеки імені В. Г. Короленка. – Режим доступу: <http://korolenko.kharkov.com>.

16. Василик С.К. Стратегічний менеджмент // Сайт ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=10304>

Приклад титульної сторінки курсової роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Кафедра менеджменту та бізнесу

Курсова робота оцінка _____

Оцінка захисту _____

Загальна оцінка _____

Дата надходження на кафедру _____

КУРСОВА РОБОТА
з навчальної дисципліни «СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»
на тему «Стратегічний аналіз _____»
назва компанії

здобувач

група 6.03.073.040.20.2 _____ Сергій ПЕТРОВ

Комісія:

Харків, 20__

Зразки оформлення джерел в списку літератури

Вид джерела	Зразки оформлення
1	2
Закони, підзаконні акти	1. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. <i>Відомості Верховної Ради України</i> . 2003. № 18, № 19–20, № 21–22. Ст. 144. 2. Про Державну програму економічного і соціального розвитку України на 2010 рік: Закон України від 20.05.2010 р. № 2278-17. <i>Відомості Верховної Ради України</i> . 2010. № 33. Ст. 470. 3. Про схвалення Державної програми розвитку промисловості на 2003–2011 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 28.06.2003 р. № 1174. <i>Офіційний вісник України</i> . 2003. № 31. Ст. 1628.
Державні стандарти	4. ДСТУ ISO 9001: 2001. Системи управління якістю. [Чинний від 2001-06-27]. Київ, 2001. 24 с. (Інформація та документація).
Закони, підзаконні акти, стандарти, розміщені в мережі інтернет	5. Про Державну програму економічного і соціального розвитку України на 2010 рік: Закон України від 20.05.2010 р. № 2278-17. URL: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2278-17 (дата звернення: 12.10.2023).
Книги: монографії, підручники, навчальні посібники, словники, тощо (один автор)	6. Близнюк Т. П. Вплив циклічності розвитку економіки на інноваційну діяльність підприємства : Монографія. Х. : ФОРМ Александрова К. М., 2008. 352 с. 7. Жаліло Я. А. Економічна стратегія держави: теорія, методологія, практика : Монографія. К., 2003. 362 с.
Книги: монографії, підручники, навчальні посібники, словники, тощо (два – три автори)	8. Лепейко Т. І., Котлик А. В. Процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства : монографія. Харків : Вид. ХНЕУ, 2012. 316 с. 9. Пономаренко В. С., Пушкар О. І., Тридід О. М. Стратегічне управління розвитком підприємства : Підручник. Харків, 2002. 640 с. 10. Білоус С. І., Корнійчук В. П. Філософія освіти. Переяслав-Хмельницький, 2016. 176 с.
Книги: монографії, підручники, навчальні посібники, словники, тощо (чотири автори)	11. Організація маркетингового управління діяльністю підприємств машинобудівного кластера в умовах глобалізації : монографія / Лепейко Т. І., Пилипенко А. А., Пушкар О. І., Березовський К. М. Х. : ТОВ «Золоті сторінки», 2015. 664 с. або: 12. Організація маркетингового управління діяльністю підприємств машинобудівного кластера в умовах глобалізації : монографія / Лепейко Т. І. та ін. Х. : ТОВ «Золоті сторінки», 2015. 664 с.

Продовження табл. Б.1

1	2
Книги: монографії, підручники, навчальні посібники, словники, тощо (понад чотири автори)	13. Концептуальні засади менеджменту в інформаційній економіці : монографія / Лепейко Т. І. та ін.; під заг. ред. Т. І. Лепейко. Харків : Вид. ХНЕУ, 2010. 252 с. 14. Концептуальні засади управління підприємством як економічною системою: Монографія / за заг. ред. В. О. Коюда. Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. 414 с. 15. Менеджмент у структурах видавничо-поліграфічного комплексу : навчальний посібник / Лепейко Т. І. та ін. Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. 352 с.
Без автора	16. Міжнародні відносини : монографія / за ред. М. А. Березовського. Київ : ЦУЛ, 2016. 162 с. 17. Економічна енциклопедія / за ред. В. В. Шевченка. Київ : Альманах, 2016. 304 с.
Частина видання (монографії)	18. Лепейко Т. І., Котлик А. В. Сучасні підходи до виділення підсистем підприємства. <i>Концептуальні засади управління підприємством як економічною системою</i> : Монографія / за ред. В. О. Коюда. Харків : Вид. ХНЕУ, 2007. С. 26–47. 19. Лепейко Т. І., Мазоренко О. В. Методичний підхід до побудови моделі функціонування та розвитку підприємства. <i>Ліберманівські читання – 2010: економічна спадщина та сучасні проблеми</i> : монографія / під заг. ред. д-ра екон. наук, проф. В. С. Пономаренка. Х. : ФОП Павленко О. Г.; ВД «ІНЖЕК», 2010. С. 293–308.
Багатотомні видання	20. Бондаренко В. Г., Канівська І. Ю., Парамонова С. М. Теорія ймовірностей і математична статистика. У 2 ч. К.: НТУУ «КПІ», 2006. Ч. 1. 125 с. 21. Енциклопедія рослин / редкол.: І. М. Деркач та ін. Київ : ЦУЛ, 2016. Т. 8. 812 с. 22. Котлик А. В. Критика застосування методу радару для оцінки конкурентоспроможності підприємства. <i>Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку виробничої сфери</i> : матеріали VI Міжнародної науково-теоретичної конференції молодих вчених і студентів, м. Донецьк, 21–22 травня 2009 р. Донецьк : ДВНЗ ДонНТУ, 2009. Т. 1. С. 291–294. 23. Бюджетна система України: історія, стан та перспективи : у 3 т. / Акад. прав. наук України. Львів : Право, 2012. Т. 2 : Бюджетний менеджмент / заг. ред. Ю. П. Бубряка. 476 с.
Перекладні видання	24. Брігхем Є. В. Основи фінансового менеджменту / пер. з англ. В. Біленького та ін. Київ : Молодь, 1997. 998 с.

Продовження табл. Б.1

1	2
Статті в періодичних виданнях (журналах, газетах)	<p>25. Котлик А. В. Побудова системи показників для оцінки конкурентоспроможності бізнес-процесів підприємства. <i>Управління розвитком</i>. 2011. № 21 (118). С. 30–32.</p> <p>26. Котлик А. В. Цілеорієнтований підхід до ідентифікації бізнес-процесів підприємства. <i>Бізнес Інформ</i>. 2013. № 2. С. 193–196.</p> <p>27. Масловська Л. Ц., Савчук В. А. Оцінка результативності і ефективності виробництва органічної агропродовольчої продукції. <i>Агросвіт</i>. 2016. № 6. С. 23–28.</p> <p>28. Якобчук В. П. Стратегічні пріоритети інноваційного розвитку підприємництва в аграрній сфері. <i>Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Сер. Економіка</i>. 2013. Вип. 148. С. 31–34.</p> <p>29. Dankevych Ye. M., Dankevych V. Ye., Chaikin O. V. Ukraine agricultural land market formation preconditions. <i>Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis</i>. 2017. Vol. 65, №. 1. P. 259–271.</p> <p>30. Монаєнко А. Поза чергою не рахується? Особливості звільнення суддів за порушення присяги. <i>Юридична газета</i>. 2017. 17 січ. С. 28–29.</p>
Збірники наукових праць	<p>31. Наумов О. Б., Мартинова О. В. Концептуальні підходи до формування механізму адаптаційних систем управління якістю текстильної продукції. <i>Економіка: проблеми теорії та практики</i> : зб. наук. праць. Дніпропетровськ, 2008. Вип. 238. Т. 4. С. 968–977.</p>
Тези доповідей на конференціях	<p>32. Грузіна І. А. Інформатизація як передумова соціально-економічного розвитку регіону. <i>Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики</i> : матеріали II наук.-практ. конф. Харків : Вид-во НФаУ, 2013. С. 108–110.</p> <p>33. Котлик А. В. Критика застосування методу радару для оцінки конкурентоспроможності підприємства. <i>Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку виробничої сфери</i> : матеріали VI Міжнародної науково-теоретичної конференції молодих вчених і студентів, м. Донецьк, 21–22 травня 2009 р. Донецьк : ДВНЗ ДонНТУ, 2009. Т. 1. С. 291–294.</p> <p>34. Скидан О. В., Судак Г. В. Розвиток сільськогосподарського підприємництва на кооперативних засадах. <i>Кооперативні читання</i> : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 4–6 квіт. 2013 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2013. С. 87–91.</p>
Автореферати дисертацій	<p>35. Барабась Д. О. Управління конкурентними перевагами підприємства (на прикладі підприємств швейної галузі) : автореф. дис... канд. економ. наук : 08.06.01. К., 2003. 18 с.</p>
Дисертації	<p>36. Беседовський О. М. Прийняття управлінських рішень: процесний підхід : дис... канд. економ. наук : 08.06.01. Харків, 2004. 241 с.</p>

Закінчення табл. Б.1

1	2
<p>Інтернет-ресурси: книги, статті, у тому числі без автора, сайти підприємств</p>	<p>37. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С. Товарна інноваційна політика : підручник. Суми : Університетська книга, 2007. 281 с. URL: ftp://lib.sumdu.edu.ua/Books/1539.pdf (дата звернення: 10.11. 2023).</p> <p>38. Мазоренко О. В. Е-рекрутмент як альтернатива традиційним інструментам управління персоналом. <i>Фінансовий простір</i>. 2015. № 3 (19). URL: https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/issue/view/19 (дата звернення: 10.09. 2023).</p> <p>39. Інформаційне суспільство: глобальне, європейське, українське. <i>E-Ukraine</i> : веб-сайт. URL: http://www.e-ukraine.org.ua/book (дата звернення: 15.08. 2023).</p> <p>40. Що таке органічні продукти і чим вони кращі за звичайні? <i>Екологія життя</i> : веб-сайт. URL: http://www.eco-live.com.ua (дата звернення: 12.07.2023).</p> <p>41. Капітальні інвестиції за січень–вересень 2010 року : Експрес-випуск № 263 від 15.11.2010 р. <i>Державний комітет статистики України</i> : веб-сайт. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2010/ibd/kindj/infin_u/infin03_10u.htm (дата звернення: 05.03. 2023).</p> <p>42. Проект «Рейтинг». URL: http://alt.com.ua/ukr (дата звернення: 05.03. 2023).</p> <p>43. Українські енергетичні машини. URL: https://ukrenergymachines.com (дата звернення: 05.03. 2023).</p>

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Методичні рекомендації до виконання курсової роботи.....	6
1. Порядок виконання курсової роботи.....	6
2. Теми для курсових робіт.....	7
3. Оцінювання курсової роботи.....	9
4. Вимоги до структури та змісту курсової роботи.....	11
Вимоги до оформлення курсової роботи.....	20
Рекомендована література.....	28
Додатки.....	30

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Методичні рекомендації до виконання курсової роботи
для здобувачів вищої освіти спеціальності 073 “ Менеджмент ”
освітньої програми «Бізнес-адміністрування»
першого (бакалаврського) рівня

Укладачі **Мазоренко Оксана Володимирівна**
Перерва Іванна Миколаївна
Василик Сергій Костянтинович

Відповідальний за випуск *Т. І. Лепейко*

Редактор
Коректор

Подано перелік можливих галузей та підприємств для виконання курсової роботи. Розглянуто основні положення, які допоможуть здобувачам у підготовці та захисті курсових робіт з навчальної дисципліни. Наведено зміст та вимоги до написання курсової роботи.

Рекомендовано для здобувачів вищої освіти спеціальності 073 “Менеджмент” освітньої програми “Бізнес-адміністрування” першого (бакалаврського) рівня.

План 2024 р. Поз № 63ЕВ. Обсяг 36 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім . С. Кузнеця , 61166, м. Харків ,
просп. Науки, 9-А.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного
реєстру

Дк №4853 від 20.02.2015 р.