

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан ФЕУ
Андрій КОЦУР



« 29 » 02 2025 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з
науково-педагогічної роботи
Віктор СТРОВЕРХОВ



« 29 » 02 2025р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни
«Стратегічний аналіз галузі»

ступінь вищої освіти – магістр
галузь знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини
спеціальність С1 Економіка та міжнародні економічні відносини
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

Віктор Стровехов

Тернопіль – ЗУНУ
2025

Робоча програма складена на основі освітньо-наукової програми «Аналітична економіка» підготовки магістрів галузі знань С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини спеціальності С1 Економіка та міжнародні економічні відносини, затвердженої Вченою Радою ЗУНУ (протокол №8 від 26.06.2025 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 27.08.2025 р.

Завідувач кафедри,
д-р екон. наук, професор



Віктор КОЗЮК

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



Віктор КОЗЮК

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 С Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини	Статус дисципліни - обов'язкова дисципліна циклу професійної та практичної підготовки Мова навчання – українська
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність С1 Економіка та міжнародні економічні відносини	Рік підготовки: Денна – 1 Семестр: Денна – 2
Кількість змістових модулів – 1	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:

- ЗК2. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- ЗК6. Здатність розробляти та управляти проектами;
- СК1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень;
- СК3. Здатність збирати, аналізувати та обробляти статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, які необхідні для розв'язання комплексних економічних проблем, робити на їх основі обґрунтовані висновки;
- СК5. Здатність визначати ключові тренди соціально-економічного та людського розвитку;

- СК10. 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:

- ПР1. Формулювати, аналізувати та синтезувати рішення науково-практичних проблем.
- ПР4. 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;
- ПР8. Збирати, обробляти та аналізувати статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, необхідні для вирішення комплексних економічних завдань;
- ПР9. Приймати ефективні рішення за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень;
- ПР11. Визначати та критично оцінювати стан та тенденції соціально-економічного розвитку, формувати та аналізувати моделі економічних систем та процесів;
- ПР14. 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: 1-17.

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 Абея.

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

Література: 1-17.

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: 1-17.

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 замінниками 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: 1-17.

Тема 5. Стратегічний аналіз галузових рушійних сил

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

Аналіз галузових рушійних сил: ідентифікація та дослідження їх впливу на зміни галузових 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. Вхідження 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: 1-17.

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: 1-17.

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 прогнозової фінансової звітності. Стратегічний аналіз показників прибутковості галузі.

Література: 1-17.

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: 1-17.

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: 1-17.

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: 1-17.

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

Теми курсу	Кількість годин					
	Лекції	Практичні	ІРС	Тренінг	СРС	Контрольні заходи
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: 1-17.

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: 1-17.

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: 1-17.

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:** 1-17.

Практичне заняття № 5

Тема: Стратегічний аналіз галузових рушійних сил

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

Питання для обговорення:

1. Аналіз галузових рушійних сил: ідентифікація та дослідження їх впливу на зміни галузових 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: 1-17.

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: 1-17.

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: 1-17.

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. Галуzeвий ризик: види ризику та фактори. Оцінка ризику в стратегії прийняття інвестиційних рішень.
4. Моніторинг інвестиційної привабливості галузі (ринку).

Література: 1-17.

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: 1-17.

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: 1-17.

6. Самостійна робота

Важливе значення в процесі вивчення дисципліни має самостійна робота студентів, яка сприяє одержанню глибоких знань, вмій 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 продуктових 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 замінниками 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;
- сценарії;
- 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.

9. 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
20%	20%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Тренінг	Самостійна робота	Екзамен
1. Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час занять (10 тем – від 7-и до 10-ти оцінок) 2. Оцінка за Модульний контроль 1 виставляється на підставі виконання модульної роботи за темами 1-10 (тестування, теоретичні питання, задачі)		Оцінка за тренінг визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання завдань під час тренінгу.	Оцінювання завдання «Стратегічний аналіз ринку певного товару»	Оцінка визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання завдань (2 питання, 1 задача).

Модуль 1

1. Поточне оцінювання: оцінка визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих на практичних заняттях.

Критерії оцінювання поточного опитування:

90 – 100 балів. Студент має глибокі знання з тем практичних занять. Відповідь змістовна, ґрунтовна та відповідає вимогам. При підготовці до заняття студент не обмежується тільки матеріалами лекції. Під час практичного заняття студент активно приймає участь в дискусіях та доповнює відповіді інших. Під час відповіді активно наводить приклади для кращого розуміння матеріалу. Вдало поєднує теоретичні знання та практичні вміння з даної дисципліни. Володіє навичками розв'язування задач та обґрунтування отриманих результатів.

75 – 89 балів. Студент знає програмний матеріал повністю. Відповідь відповідає вимогам. Студент своєчасно готується до заняття. Під час заняття студент відповідає на поставлені запитання. Проте існують проблеми з застосуванням прикладів з практичної діяльності. Існують певні помилки в трактуванні поставленого питання. Володіє навичками розв'язування задач, але може припускатися певних помилок у розрахунках або обґрунтуванні отриманих результатів.

60 – 74 бали. Студент знає основну тему заняття, має уявлення про поставлене питання, але його знання мають загальний характер. Відповіді базуються лише тільки на лекційному курсі і практично не підкріплені прикладами. Має певні прогалини в інших темах, на яких базується матеріал практичного заняття. Має деякі труднощі у розв'язуванні задач, зокрема може припускатися певних помилок, які впливають на отримані результати, або не може правильно їх інтерпретувати.

1 – 59 балів. Студент повністю не знає програмного матеріалу, не працює в аудиторії, не готовий відповідати на будь-яке запитання з теми практичного заняття. Має значні труднощі або не може розв'язувати задачі.

2. Модульний контроль: оцінка виставляється як середнє арифметичне з оцінок за кожне завдання модульної роботи, яка передбачає виконання завдань (тестування, теоретичні питання, задачі) за темами, визначеними в межах відповідних залікових модулів.

Критерії оцінювання

2.1. Тестування

20 тестових завдань – 5 балів за кожну правильну відповідь.

10 тестових завдань – 10 балів за кожну правильну відповідь.

2.2. Теоретичне питання

90 – 100 балів. Відповідь правильна, вичерпна та добре аргументована, містить аналіз та критичну оцінку матеріалу. Студент володіє спеціалізованою термінологією, демонструє всебічні та глибокі знання, встановлює причинно-наслідкові зв'язки.

75 – 89 балів. Відповідь містить ключові теоретичні поняття, повна та логічно структурована. Студент добре орієнтується в теоретичному матеріалі та наводить приклади, які ілюструють його основні положення.

60 – 74 бали. Відповідь поверхнева, не розкриває усіх аспектів питання. містить Студент володіє загальними знаннями з теми, але припускається незначних неточностей або помилок.

1 – 59 балів. Відповідь нелогічна та неповна. Студент володіє лише базовими визначеннями та основними поняттями, припускається суттєвих помилок або взагалі не може відповісти на питання.

2.3. Задача

90 – 100 балів. Задача розв'язана правильно, надано повне та вичерпне пояснення до кожного кроку. Відповідь правильна та обґрунтована. Проаналізовано отримані результати та зроблено відповідні висновки.

75 – 89 балів. Правильно обрано алгоритм розв'язання задачі. Більшість розрахунків виконано з поясненням і без помилок. Отримана відповідь правильна.

60 – 74 бали. Обрано правильний хід розв'язання задачі, але присутні значні помилки в розрахунках. Відповідь неправильна. Отримані результати необґрунтовано або обґрунтовано частково.

1 – 59 балів. Обрано неправильний хід розв'язання задачі, присутні значні помилки в розрахунках. Відповідь неправильна.

Модуль 2

Тренінг. Оцінка визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання завдань.

Критерії оцінювання тренінгу:

90 – 100 балів. Студент бере активну участь у тренінгу, демонструє глибоке розуміння теми, вміє застосовувати набуті теоретичні знання на практиці.

75 – 89 балів. Студент бере активну участь, але його відповіді не завжди повні або аргументовані.

65 – 74 бали. Студент бере участь частково, його відповіді поверхові.

60 – 64 бали. Студент бере мінімальну участь, демонструє неповні знання.

1 – 59 балів. Відсутність участі, відсутність результату.

Модуль 3

Критерії оцінювання самостійної роботи:

90 – 100 балів. Студент представив винятково глибоку та всебічну роботу. Всі елементи бізнес-моделі за Canvas детально та логічно пропрацьовані. Проведено глибокий аналіз ринку (PEST-аналіз, SWOT-аналіз) та конкурентів. Розрахунки є точними. Робота демонструє оригінальність ідей, креативний підхід, а оформлення – бездоганне.

75 – 89 балів. Робота виконана на високому рівні, але має незначні недоліки. Всі ключові елементи аналізу присутні, але деякі з них можуть бути розкриті недостатньо глибоко. Аналіз ринку та конкурентів виконано, але, можливо, не всі фактори враховано. Загалом, робота якісна, відповідає всім вимогам, але не містить виняткових рішень чи глибокого аналізу.

60 – 74 бали. Завдання виконано на достатньому рівні, але з помітними помилками та недоліками. Аналіз ринку товару містить усі основні блоки, але вони описані поверхово або містять логічні прогалини, при цьому він є неповний або містить узагальнення. Робота потребує значних доопрацювань, але основні вимоги виконані.

1 – 59 балів. Робота не відповідає основним вимогам завдання. Відсутні ключові елементи стратегічного аналізу ринку або вони описані неправильно. Відсутній або вкрай поверхневий аналіз ринку. Робота демонструє нерозуміння теми, що вимагає повторного виконання завдання.

Модуль 4

Екзамен. Оцінка визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих за виконання завдань (2 питання, 1 задача).

Критерії оцінювання завдань є аналогічними до модульного контролю.

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)

10. 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. Григор'єва О. М., Прокопенко О. І. Стратегічне управління та галузевий аналіз. Видавництво: Ліра, Харків, 2023.

3. Діденко В. А. Інструментарій стратегічного аналізу в умовах цифрової трансформації. Монографія. Видавництво: Дніпровський національний університет, 2024.

4. Коваленко В. О., Мельник А. П. Економіка та стратегія підприємства. Навчальний посібник. Видавництво: Знання, Київ, 2021.

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.

6. Пащенко О. В., Кузнецова І. В. Фінансовий аналіз у стратегічному управлінні підприємством. Видавництво: Кондор, Одеса, 2023.

7. Портер М. Конкурентна стратегія: Методика аналізу галузей і конкурентів. 2020. 464 с. URL: <https://online.kz/wp-content/uploads/2012/12/.pdf>
8. Пріоритетні галузі для стратегічного аналізу корупційних ризиків: аналітичне дослідження. Жовтень 2020. URL: <https://nazk.gov.ua/wp-content/uploads/2020/10/Priorytetni-galuzi-dlya-analizu.pdf>
9. Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, цифровізація та інновації: монографія /за ред. д.е.н., проф. О. А. Сороківської. Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2024. 593 с.
10. Шестаковська Т. Л., Ковтуненко А. П. Стратегічний аналіз галузі: теорія та практика. Видавництво: Центр учбової літератури, Київ, 2022.
11. Frank Rothaermel. ISE Strategic Management: Concepts. McGraw-Hill Interamericana de España S.L.; 5th edition. 2021. 578 p.
12. Hax, A. C., Majluf, N. S. The Strategy Concept and Process: A Pragmatic Approach. Pearson, London, 2023.
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. Kim, W. C., Mauborgne, R. Blue Ocean Shift: Beyond Competing – Proven Steps to Inspire Confidence and Seize New Growth. Harvard Business Review Press, Boston, 2021.
15. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Et al. Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. John Wiley & Sons, New York, 2021.
16. Porter, M. E. The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction. Free Press, New York, 2021.
17. Teece, D. J. The Dynamic Capabilities and Strategic Management: Organizing for Innovation and Growth. Oxford University Press, Oxford, 2022.