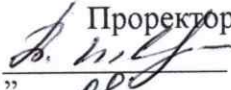


**Приватне акціонерне товариство
«Приватний вищий навчальний заклад
«Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій»**

Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Проректор з НП та НР
 Д.С.Швець
“ 30 ” “ 08 ” 2023 року

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ОК 04 СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Освітньо-професійна програма	<u>Маркетинг</u> (назва ОПП)
спеціальність	<u>075 «Маркетинг»</u>
спеціалізація	<u>-</u> (назва спеціалізації при наявності)
Рівень вищої освіти	<u>магістр</u>

2023 – 2024 навчальний рік

Мова викладання: англійська

Прізвище, ім'я та по-батькові викладача(ів)/розробника(ів): д.е.н., доцент Михайлик Денис Павлович, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Електронна адреса викладача(ів): d.mikhaylik@econom.zp.ua

Дні занять за розкладом

згідно з розкладом занять

Графік консультацій (он-лайн консультації)

згідно графіку консультацій

Сторінка курсу в Moodle:

Силабус схвалено на засіданні
кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу

Протокол від " 30 " серпня 2023 року № 1

Завідувач кафедри д.е.н., доцент



(Михайлик Д.П.)

Силабус погоджено

Начальник навчального відділу



О.В.Сташкевічус

1. Опис дисципліни

Анотація дисципліни (Призначення навчальної дисципліни)	Дисципліна «Стратегічне управління підприємством» формує у студентів систему теоретичних знань про сутність, стратегічного управління, вивчає теоретичні концепції та методологію формування стратегічного управління, підходи і критерії визначення та обґрунтування вибору альтернативних стратегій за умов мінливого зовнішнього та внутрішнього середовищ.
Мета вивчення	Мета курсу – є засвоєння загальних теоретико-методологічних засад про сутність і особливості стратегічного управління на підприємстві, формування вмінь та навичок використання методологічного апарату та методичного інструментарію розробки стратегії, стратегічного плану підприємства та організаційного забезпечення його виконання, створення системи стратегічного управління та забезпечення її функціонування в динамічному ринковому середовищі.
Завдання навчальної дисципліни	Основними задачами курсу «Стратегічне управління підприємством» є: • сприяти розумінню студентами сутності та соціальної значущості стратегічного управління в сучасних умовах, місця й ролі курсу в системі управління та у формуванні якостей менеджера; • допомогти розвивати фахові якості відповідно до службового статусу в ієрархії управління; • засвоїти методологічні засади стратегічного управління, а також набути навички використання соціальних і психологічних технологій стратегічного управління; • засвоєння методів розроблення стратегії на різних рівнях управління організаціями (підприємствами); • вміти розпізнавати загрози для існування організації (підприємства) і адаптувати його до раптових змін; • засвоїти сучасний інструментарій розроблення і впровадження стратегій діяльності на усіх рівнях управління підприємствами; • самостійно виконувати розрахунки, пов'язані з аналізом, оцінкою та обґрунтуванням конкретних управлінських рішень; • виявляти проблемні ситуації на підприємствах, виробляти та оцінювати можливі варіанти усунення проблем.
Пререквізити	Вивчення дисципліни «Стратегічне управління підприємством» ґрунтується на знаннях маркетингу, менеджменту, логістики, фінансів, економічної теорії, економіки підприємства, мікро- та макроекономіки.
Результати навчання	РН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. РН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. РН4 Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. РН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. РН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. РН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. РН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. РН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу

	та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. РН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. РН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. РН16. Оптимізувати існуючі маркетингові моделі на всіх рівнях суб'єктів ринкових відносин.
--	---

2. Обсяг та ознаки навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг» Рівень вищої освіти: магістр —	Нормативна (вибіркова)	
Модулів – 1		Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		1-й	1-й
Індивідуальне науково-дослідне завдання _____		Семестр	
(назва)		1-й	1-й
Загальна кількість годин – 120		Лекції	
		20 год.	6 год
		Практичні, семінарські	
		20 год.	6 год.
		Лабораторні	
		-год.	-год.
		Самостійна робота	
		80 год.	- год.
		Індивідуальні завдання:	
		год.	
	Вид контролю:		
	іспит	іспит	

3. Дидактична карта дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		лек	прак	лаб	сем	с.р.		лек	прак	лаб	сем	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовний модуль 1. Теоретичні засади формування стратегії												
Тема 1. Поняття та зміст стратегії	12	2	2			8						
Тема 2. Підприємство, як об'єкт стратегії	12	2	2			8						
Тема 3. Склад стратегії та підходи до її формування	12	2	2			8						
Тема 4. Основні завдання розробки стратегії	12	2	2			8						
Тема 5. Стратегії «стратегічної піраміди» підприємства	12	2	2			8						
Разом за змістовним модулем 1	60	10	10			40	60	3	3			54
Змістовний модуль 2. Механізм реалізації стратегічного управління												
Тема 6. Стратегічний набір	12	2	2			8						
Тема 7. Основні критерії переможної стратегії	12	2	2			8						
Тема 8. Загальні стратегії підприємства	12	2	2			8						
Тема 9. Загальні конкурентні	12	2	2			8						

стратегії підприємства												
Тема 10. Функціональні стратегії підприємства	12	2	2			8						
Разом за змістовним модулем 2	60	10	10			40	60	3	3			54
Разом за модулем	120	20	20			80	120	6	6			108
Разом	120	20	20			80	120	6	6			108

Карта самостійної роботи

№з/п	Назва теми	Вид роботи	Кількість годин	
			д	з
1	Тема 1. Поняття та зміст стратегії	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Охарактеризуйте ретроспективу терміну «стратегія». 2) Яке з розглянутих визначень є найбільш вдалим? Обґрунтуйте відповідь. 3) У чому полягає значення стратегем? Чи всі керівники компаній розуміють їх важливість? 4) На скільки повно визначають спрямованість стратегії сучасні концепції? 5) Чим є стратегія для сучасного керівника?	8	
2	Тема 2. Підприємство, як об'єкт стратегії	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Визначте й опишіть коло факторів, які особливо впливають на розробку стратегії малого, середнього й великого підприємства. 2) Навіщо необхідно знати типологію підприємств? 3) Перелічіть спільні й відмінні риси підприємств. 4) Опишіть особливості функціонування підприємств в умовах, що склалися на ринку України. 5) Наскільки важливо враховувати якісний склад інфраструктури підприємства при формуванні стратегії? 6) Перелічіть переважні організаційні форми сучасних промислових підприємств в Україні. 7) Наведіть приклад організації, з діяльністю якої ви добре знайомі, і вкажіть, до якого типу підприємств вона відноситься.	8	
3	Тема 3. Склад стратегії та підходи до її формування	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) У чому виявляється динамізм стратегії сучасного підприємства? Які фактори впливають на цю властивість стратегії? 2) Чи завжди стратегія підприємства повинна складатися з запланованих і незапланованих дій? 3) Чи є достатнім для підприємств України перелік зусиль, заходів, дій, кроків і підходів, що формують стратегію, наведений у конспекті? 4) Перелічіть спільні й відмінні риси в існуючих підходах до формування стратегії підприємства.	8	
4	Тема 4. Основні завдання розробки стратегії	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Дайте аргументовану відповідь на запитання: «Що є первинним: кредо керівника чи його стратегічне бачення?» 2) Опишіть три основні завдання розробки стратегії. 3) Сформулюйте «стратегічне бачення» для вищого навчального закладу, у якому ви навчаєтесь. 4) Що варто розуміти під терміном «місія підприємства»? Чи є сенс поєднувати поняття «місія» і «генеральна мета»?	8	

		5) Яка значимість правильно сформульованої місії для успішної діяльності підприємства? 6) Чи можна керувати метою підприємства? 7) Що варто розуміти під «стратегічною пірамідою» підприємства? У чому полягає відмінність стратегічної піраміди вузькопрофільного і диверсифікованого підприємства? 8) Перерахуйте рішення, які приймаються на діловому й функціональному рівні управління стратегічною пірамідою підприємства?		
5	Тема 5. Стратегії «стратегічної піраміди» підприємства	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) У чому полягає суть корпоративної стратегії підприємства? 2) Опишіть алгоритм формулювання корпоративної стратегії підприємства. 3) Охарактеризуйте зміст і спрямованість ділової стратегії підприємства. 4) Перелічіть основні завдання функціональної стратегії підприємства. 5) Перелічіть та охарактеризуйте функціональний набір стратегій підприємства. 6) Що слід розуміти під «операційною стратегією підприємства»?	8	
6	Тема 6. Стратегічний набір	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Як ви розумієте поняття «стратегічний набір» сучасного підприємства? 2) Яким чином можна пояснити те що стратегічний набір є «адаптером» підприємства до ринкових умов? 3) Опишіть спрощену модель стратегічного набору як адаптера до ринку. 4) Які вимоги існують до стратегічного набору? 5) Як виглядає алгоритм корегування стратегічного набору? 6) Охарактеризуйте склад стратегічного набору.	8	
7	Тема 7. Основні критерії переможної стратегії	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Перерахуйте і опишіть критерії переможної стратегії підприємства. 2) У чому полягає суть критерію відповідності? 3) За допомогою якого критерію можна оцінити конкурентоспроможність стратегії підприємства? 4) Які індекси використовуються для визначення конкурентоспроможності стратегії підприємства? 5) Критерії інтенсивності і швидкості: що в них загального і відмінного?	8	
8	Тема 8. Загальні стратегії підприємства	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Які стратегії відносять до загальних стратегій підприємства? 2) Опишіть стратегії зростання компаній Hanson Trust і McDonald's. У чому полягає специфіка стратегій зростання цих компаній? 3) Види інтеграції: суть, характеристика, приклади. 4) Суть стратегії диверсифікації: можливості і	8	

		обмеження. 5) Охарактеризуйте стратегії інтеграції і глобалізації діяльності. Чи можлива реалізація вказаних стратегій одночасно і паралельно? 6) Опишіть стратегії підтримки і реструктуризації. Чи завжди реалізація стратегії реструктуризації виправдовує чекання керівництва підприємства? 7) У чому полягає істотна відмінність стратегії скорочення діяльності від стратегії «збору урожаю»?		
9	Тема 9. Загальні конкурентні стратегії підприємства	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) Охарактеризуйте призначення загальних конкурентних стратегій сучасного підприємства. 2) У вигляді яких стратегій можуть бути представлені загальні конкурентні стратегії підприємства? 3) Опишіть стратегію лідерства у витратах. Наведіть приклади підприємств, фірм, компаній, які реалізували дану стратегію на практиці. 4) Поясніть суть матриці загальних конкурентних стратегій Майкла Портера. 5) У чому полягає привабливість досвіду реалізації стратегії лідерства у витратах компанії ACX Technologies? 6) Що передбачає оптимізація виробничо-управлінської системи? 7) Яким чином реінжиніринг бізнес-процесів сприяє зниженню витрат виробництва продукції? 8) Які ризики передбачає реалізація стратегії лідерства у витратах? 9) У чому полягає схожість і відмінність сфокусованих стратегій низьких витрат і диференціації продукції? Наведіть приклад фірми або компанії, з діяльністю якої ви добре знайомі, і покажіть схожість і різницю вказаних стратегій.	8	
10	Тема 10. Функціональні стратегії підприємства	1. Опрацювання теоретичних основ лекційного матеріалу. 2. Самостійне опрацювання питань: 1) З виконанням яких функцій зв'язана діяльність підприємства, фірми, компанії? Коротко охарактеризуйте ці функції. 2) Перерахуйте функціональні стратегії сучасного підприємства. 3) Охарактеризуйте чинники, які впливають на формування функціональних стратегій сучасного підприємства. 4) Як ви розумієте зміст поняття «Функціональний потенціал підприємства»? 5) Коротко охарактеризуйте функціональні стратегії сучасного підприємства. 6) Опишіть суть маркетингової стратегії підприємства. Наведіть приклад організації, з діяльністю якої ви добре знайомі, і покажіть, яким чином в ній здійснюється розробка маркетингової стратегії. 7) Перерахуйте основні маркетингові помилки вітчизняних виробників синтетичних мючючих засобів в період переходу економіки до ринку. 8) Які стратегії входять в маркетинговий «стратегічний набір» сучасного підприємства? 9) Яка процедура визначення маркетингового потенціалу підприємства, фірми або компанії? 10) Опишіть призначення і суть стратегії НДПКР. Чи є	8	

		правильним твердження, які на сучасному етапі стратегія НДПКР є «троянським конем» в конкурентній боротьбі за вміст позицій на ринку?		
	Разом		80	108

4. Індивідуальні завдання

1. Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.
2. Самостійне опрацювання питань, що відведені до самостійного вивчення.
3. Індивідуальна домашня робота у відповідності до методичних вказівок та варіанту вказаного в них, для кожного студента окремий набір завдань.

5. Методи навчання	За джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні (розповідь, пояснення, лекція); наочні (демонстрація, ілюстрація); практичні (практична робота, вправи). За характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітичний, синтетичний, аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний. За рівнем самостійної пошукової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.
6. Система контролю та оцінювання.	Система складається з поточного, модульного та підсумкового контролю: Поточний контроль полягає у тому, що студенти виконують практичні роботи з кожного розділу у відповідні аудиторні часи та у часи самостійної роботи. Практична частина, як форма поточного контролю, складається з практичних робіт та тестових завдань до кожної з поточних тем. Виконана робота комплексно оцінюється викладачем, враховуючи такі критерії: 1. правильність одержаних результатів практичної роботи; 2. застосування раціонального методу рішення задач; 3. наявність звіту з практичної роботи. Результат виконання студентом кожної з яких оцінюється окремо. Їхній максимальний сумарний рейтинговий бал становить 60 балів. Модульний контроль проводиться на відповідному до навчального графіку тижні. Формою проведення модульного контролю є виконання модульної контрольної роботи у середовищі moodle. Тривалість складання студентом модульної контрольної роботи не перевищує двох академічних годин. Максимальний рейтинговий бал при цьому не перевищує 40 балів. Модульна контрольна робота проводиться у форматі тестів, деякі з котрих перевіряються викладачем в ручному режимі
7. Технічне й програмне забезпечення/обладнання.	Для повноцінного вивчення дисципліни кожному студенту надається навчально-методичний матеріал, що міститься у профілі користувача у системі moodle. Для доступу до якого необхідно мати персональний комп'ютер зі стабільним інтернет-зв'язком
8. Політика дисципліни.	Курс передбачає роботу в колективі. Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики. Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в дистанційному режимі за погодженням із керівником курсу та презентувати виконані завдання під час консультації викладача.

	Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою, а також виконання завдань з метою закріплення теоретичного матеріалу. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент отримує за заняття 0 балів і зобов'язаний відпрацювати таке заняття. Ліквідація заборгованості відбувається протягом 1 тижня після встановленого терміну. При цьому оцінка знижується на 10 %. Здобувачам вищої освіти після аудиторних занять надається право підвищувати свій рейтинг лише під час складання іспитів (підсумкового оцінювання) за графіком екзаменаційної сесії. Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання. У разі виявлення факту плагіату студент отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
--	---

9. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточне тестування та самостійна робота										ІДЗ	Підсумковий тест	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	10	40	100
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за національною шкалою	
	для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	Відмінно	Зараховано
82-89	Добре	
74-81		
64-73	Задовільно	
60-63		
35-59	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов’язковим повторним вивченням

		дисципліни
--	--	------------

10. Питання до заліку чи екзамену:

1. Місія, як генеральна мета підприємства. Цілі підприємства. Стратегія.
2. Ресурсна концепція підприємства.
3. Поняття і закономірності систем.
4. Склад виробничої системи.
5. Стратегічні ресурси виробничої системи.
6. Мікросередовище підприємства.
7. Макросередовище підприємства.
8. Виробничий профіль (місія) підприємства.
9. Конкуренція: поняття і види, політика. Конкурентний статус підприємства
10. Основи теорії конкурентної переваги. П'ять сил конкуренції.
11. Економічна стратегія фірми. Єство, основні елементи і етапи вживання SWOT аналізу.
12. Нестабільність зовнішнього середовища і види стратегічного управління фірмою.
13. Стратегічне планування і маркетинговий підхід до управління фірмою.
14. Управління в умовах стратегічних несподіванок.
15. Зв'язок економічної стратегії і маркетингової діяльності.
16. Детермінанти конкурентної переваги країни. Критичний аналіз моделі «галузевої конкуренції» М. Портеру.
17. Основні складові економічної стратегії.
18. Оцінка міри нестабільності зовнішнього середовища.
19. Стратегічне планування.
20. Управління шляхом вибору стратегічних позицій.
21. Управління шляхом ранжирування стратегічних завдань.
22. Управління по «слабких сигналах».
23. Етапи стратегічного планування.
24. Три основні типи стратегії конкуренції
25. Стратегія низьких витрат виробництва
26. Стратегія диференціації.
27. Стратегія концентрації.
28. П'ять завдань стратегічного управління.
29. Переваги стратегічного підходу до управління.
30. Концепція побудови підприємств в ринковій економіці: перехід від «закритого» до «відкритого» типа організацій.
31. Еволюція розуміння і методу передбачення майбутнього для підприємств ринкової економіки.
32. «Стратегічний набір» підприємства.
33. Основні методи прогнозування, які використовуються в стратегічному плануванні.

11. Рекомендована література:

Основна

1. Балан В.Г. Стратегічне управління. Методи портфельного аналізу: навч. посіб. Київ : Наукова столиця, 2018. – 199 с.
2. Балан В.Г. Стратегічне управління. Практикум : навч. посіб. / 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ : Наукова столиця, 2018. – 523 с.

3. Гончар В. В. Заїка. Ю. А. Стратегічне управління: конспект лекцій з дисципліни «Стратегічне управління» для студентів економічних спеціальностей всіх форм навчання. Маріуполь : ПДТУ, 2018. – 53 с.
4. Дунда С.П., Болотіна І.М..Стратегічне управління: конспект лекцій С.П. Дунда, – К.: НУХТ, 2014. – 84 с.
5. Кайлюк Є. М., Андрєєва В. М., Гриненко В. В. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. – Х.: ХНАМГ, 2010. – 279 с.
6. Краснокутська Н.С., Кабанець І.А. Стратегічне управління : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей /– Харків : НТУ «ХПІ», 2017. – 460 с.
7. Тертичка В.В. Стратегічне управління : підручник / Валерій Тертичка. - Київ : “К.І.С.”, 2017. - 932 с.
8. Юшкевич О.О. конспект лекцій з дисципліни «Стратегія розвитку підприємства». Житомир. 2019. 146 с.

Додаткова література

1. Вороніна А.В., Берьозкіна А. Ю.. Стратегічне управління [Текст] : навч. посіб. Дніпров. держ. техн. ун-т (ДДТУ). - Кам'янське : ДДТУ, 2017. - 417 с.
2. Вороніна А.В. «Стратегічне управління» : Конспект лекцій. ДДТУ, 2014. – 132 с.
3. Киш Л.М. Стратегічне управління як основна частина менеджменту підприємства. Причорноморські економічні студії . 2019. Випуск 38-1. С. 107-113. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/38_1_2019/23.pdf
4. Стратегічний менеджмент. [текст] навч. посіб. / За заг. ред. Бутка М. П. [М.П.Бутко, М.Ю.Дітковська, С.М.Задорожна та ін.] – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 376 с.
5. Романюк С. А. Теорія та практика стратегічного управління : монографія / С. А. Романюк. – Київ : НАДУ, 2019.-234с
6. Cartwright R. Strategies for Hypergrowth. – Capstone Publishing, Oxford, 2002. – 122 p.
7. Mintzberg H. The Rise and Fall of Strategic Planning. / H. Mintzberg. – N.Y.: The Free Press, 1994. – 164 p
8. Regional Competitives and State of the Regions URL: <http://stats.berr.gov.uk/sd/rci>.
9. Rue L. W., Holland P. G. Strategic Management: Concepts and Experiences. – New York: McGraw-Hill, 1989. – 116 p.
10. Thompson A. A. Strategic Management: Concept and Cases / Thompson A. A., Strickland A. J., 4-th ed. University of Alabama, Business Publication Inc. , Plano, Texas. – 1987. – 568 p

Інформаційні ресурси

1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
3. Інтернет-портал для управлінців. Офіційний сайт. URL: <http://www.management.com.ua>.

4. Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <http://www.me.gov.ua>.
5. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://mof.gov.ua/uk>
6. Урядовий портал URL: www.kmu.gov.ua
7. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського URL: <http://nbuv.gov.ua/>
8. Офіційний веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua>.
9. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua.
10. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <http://www.niss.gov.ua>
11. Вікіпедія URL: <http://uk.wikipedia.org>