

Н.Я. Слободян, старший викладач кафедри економіки і права НУХТ

N.J. Slobodjan, teacher of faculty of economy and the right NUFT

Н.Я. Слободян, старший преподаватель кафедры экономики и права НУПТ

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА»

WORK PROGRAM OF THE DISCIPLINE «STRATEGY OF THE BUSINESS»

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ»

***Ключові слова:** стратегія підприємства, класифікація стратегій, мета, місія, цілі, середовище функціонування підприємства, стратегічне управління, SWOT – аналіз, «стратегічний набір», корпоративна стратегія, конкурентна стратегія, функціональна стратегія*

***Key words:** enterprise strategy, classification strategies, goal, mission, objectives, operation of the business environment, strategic management, SWOT - analysis, "set strategic", corporate strategy, competitive strategy, functional strategy*

***Ключевые слова:** стратегия предприятия, классификация стратегий, цель, миссия, цели, среда функционирования предприятия, стратегическое управление, SWOT - анализ, «стратегический набор», корпоративная стратегия, конкурентная стратегия, функциональная стратегия*

2010 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор _____
(Підпис, прізвище, ініціали)
« ____ » _____ 200__ р.

ПРОГРАМА

навчальної дисципліни «Стратегія підприємства»

Спеціальність 6.050100 «Економіка підприємства»
(Шифр, назва)

та спеціалізація «Економіка і право»
(Назва)

Факультет Економіки і менеджменту

Кафедра Економіки і права

Форма навчання	Курс	Чверть (для денної форми навчання) або семестр	Кількість годин								Контроль навчальної роботи студентів	
			Всього	аудиторних занять			самостійної роботи				модульний (кількість модулів у кожній чверті)	підсумковий (чверть або форма контролю)
				Лекції	Практичні (семинарські)	Лабораторні	Індивідуальні завдання (кількість завдань і загальна кількість годин)			Підготовка до аудиторних занять		
							Реферати і розрахунково-графічні роботи	Курсові проекти (роботи)	Контрольні роботи			
Денна	IV	7 (1,2)	162	26	36			27		73	3	іспит(2)
Заочна	V	9	162	8	4			27		123		іспит(9)
Скорочена	IV	8	162	8	4			27		123		іспит(8)
Друга вища освіта	IV	8	108	6	2				1/9	91		іспит(8)

1. Предмет і мета дисципліни, її місце і роль у навчальному процесі

Дисципліна “Стратегія підприємства” викладається згідно з навчальним планом підготовки студентів спеціальності 6.050100 “Економіка підприємства” та спеціалізації «Економіка і право» загальним обсягом 135 годин для заочної та стаціонарної форми навчання. В системі учбових дисциплін бакалаврського рівня вона є основною в економічній підготовці студентів.

Бакалаври стаціонарної форми навчання спеціальності 6.050100 “Економіка підприємства” і спеціалізації «Економіка і право» складають іспит з дисципліни “Стратегія підприємства”, а заочна форма додатково виконує контрольну роботу.

Дисципліна “Стратегія підприємства” базується на основних положеннях дисциплін “Політекономія”, “Історія економічних вчень”, “Макроекономіка”, “Мікроекономіка” та “Статистика” і в свою чергу є базовою для спеціальних дисциплін “Фінанси”, “Фінанси підприємств”, “Фінансова діяльність підприємств”, “Інвестиційна діяльність”, “Маркетинг”, “Менеджмент”, “Планування діяльності підприємств”, “Організація виробництва” та “Економічний аналіз”.

Предметом дисципліни «Стратегія підприємства» є методологія формування і реалізації стратегій підприємств.

Головною **метою** вивчення дисципліни «Стратегія підприємства» є засвоєння студентами сутності й особливостей стратегічного управління на підприємстві; закладання основи знань теоретико-методологічних аспектів та навичок практичного застосування прийомів і методів формулювання стратегій, розробки стратегічних планів, проектів і програм, створення системи стратегічного управління та забезпечення її ефективного функціонування у динамічному ринковому середовищі; ознайомлення з вітчизняним та зарубіжним досвідом застосування стратегічного управління підприємством.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

- здійснити критичний аналіз сучасних вітчизняних і зарубіжних концепцій підприємства та стратегічного управління ним, дати характеристику переваг та

обмежень їх застосування в практиці підприємств України, довести необхідність формування стратегічного мислення в українських спеціалістів;

- показати найбільш розповсюджені та нові підходи до аналізу середовища організації, методів визначення їх конкурентоспроможності, ознайомити з методами аналізу та прогнозування розвитку зовнішнього, проміжного та внутрішнього середовища;
- визначити методичні принципи формування цілей організації, охарактеризувати моделі і методи розробки стратегій у вигляді «стратегічного набору» з урахуванням обраної політики ведення бізнесу в межах ефективної системи прийняття стратегічних управлінських рішень;
- обґрунтувати необхідність розробки стратегічних планів, проектів та програм як інструментів реалізації стратегій, формування підсистеми стратегічного планування на підприємстві для забезпечення безперервності цього процесу; взаємозв'язку стратегії і такти управління;
- обґрунтувати основні вимоги до побудови системи стратегічного управління підприємством, що функціонують у перехідній економіках; проаналізувати особливості функціонування окремих підсистем підприємства у стратегічному режимі; запропонувати підходи до перебудови організаційно-економічного механізму функціонування підприємств, включаючи організаційне, фінансово-економічне, соціально-психологічне та інформаційно-аналітичне забезпечення виконання стратегічних планів, проектів та програм формування єдиної, ефективно функціонуючої системи стратегічного управління.

Постановка мети та вирішення завдань для її досягнення обумовлено важливістю **ролі** зазначеної дисципліни при стратегічному плануванні розвитку підприємства в період трансформаційних процесів ринкової економіки в нашій державі. Підвищена роль дисципліни «Стратегія підприємства» також полягає в підготовці висококваліфікованих спеціалістів спроможних миттєво та адекватно реагувати на зміни зовнішнього конкурентного середовища з метою утримання лідируючих позицій на ринку.

2. Цілі навчальної дисципліни

Цілі навчальної дисципліни «Стратегія підприємства» є її системоутворювальними компонентами і визначають її структуру та зміст, діяльність і кінцеві результати навчання студентів (див. табл. 2.1.). Формування цілей ми здійснили за допомогою освітньо-кваліфікаційної характеристики і освітньо-професійної програми спеціальності 6.050100 та відповідної змістовної частини галузевого стандарту вищої освіти ОКР «бакалавр».

Таблиця 2.1.

Цілі навчальної дисципліни

Номер цілі	Зміст цілі
1.1.	<p>1. Студент повинен знати:</p> <p>Визначення «стратегії», класифікацію стратегій, методи побудови стратегій, визначення мети та її суть, сутність місії, класифікацію цілей, методику побудови «дерева цілей», бюджетування, фінансовий контроль, стратегічне планування, стратегічне управління, класифікацію підприємств, визначення зовнішнього середовища, моделі аналізу зовнішнього середовища, методику аналізу внутрішнього середовища, поняття «потенціалу» підприємства, моделі аналізу внутрішнього середовища, SWOT – аналіз, поняття «стратегічний набір», порядок розробки «стратегічного набору», визначення «стратегічна прогалина», класифікацію загальних і загально конкурентних стратегій, сутність та значення стратегії диверсифікації, види стратегій зовнішнього розвитку, елементи корпоративної стратегії, визначення синергетичного ефекту, матрицю БКГ, матрицю «привабливість ринку – конкурентоспроможність», модель PIMS, модель ADL/LC, модель стратегічного аналізу PIMS, підходи до розробки стратегії, мету та принципи стратегічного планування, бар'єри стратегічного планування, школи стратегічного управління, специфіку розробки стратегій у перехідній економіці.</p>
1.2.	Множинність поняття «стратегія» та різноманітність її аспектів.
1.3.	Роль, значення, сутність, місце та порядок розробки мети, місії та цілей підприємства.
1.4.	Сутнісно-еволюційний процес розуміння і передбачення майбутнього підприємства як стратегічний контекст підприємства.
1.5.	Основні підходи до розуміння зовнішнього середовища підприємства та методи його аналізу.
1.6.	Структуру внутрішнього середовища підприємства та методи його

	аналізу.
1.7.	Сутність та класифікацію загальних і загально конкурентних стратегій бізнесу.
1.8.	Сутність, значення та класифікацію стратегій диверсифікації.
1.9.	Сутність та необхідність розробки стратегій зовнішнього розвитку.
1.10.	Визначення корпоративної стратегії та порядок її розробки.

Номер цілі	Зміст цілі
1.11.	Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства.
1.12.	Підходи до розробки стратегій та їх оцінка.
1.13.	Сутність та необхідність стратегічного планування.
1.14.	Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні.
	2. Студент повинен уміти:
2.1.	Формулювати визначення понятійного апарату дисципліни.
2.2.	Класифікувати стратегії підприємства.
2.3.	Визначати основні етапи розробки стратегій.
2.4.	Застосовувати методи та моделі аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.
2.5.	Вирішувати задачі і конкретні ситуації.
2.6.	Визначати мету, місію та цілі підприємства.
2.7.	Розробити та проаналізувати альтернативні стратегії підприємства.
2.8.	Оцінити найбільш пристосовану стратегію.
2.9.	Використовувати моделі стратегічного планування.
2.10.	Висувати пропозиції щодо прискорення переходу до західної поведінки стратегічного планування на підприємствах.
	3. Студент повинен мати навички:
3.1.	Розв'язання економічних ситуацій.
3.2.	Побудови моделей аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.
3.3.	Прийняття рішень та надання пропозицій щодо досягнення поставлених цілей підприємства.
3.4.	Проведення аналізу та складання стратегічних планів діяльності підприємства.

3. Зміст навчальної дисципліни та види діяльності студентів

Таблиця 3.1.

3.1. Лекційні заняття

№ п/п	Тема та зміст лекційного заняття	Кількість годин за формою навчання				Номер цілі
		денною	заочною	скороченою	другою вищою освітою	
1.	<p>Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції</p> <p>Поняття „стратегії”. Множинність категорії „стратегія”: філософські, процесуальні, структурні, технологічні, поведінкові, результативні аспекти. Визначеннями „стратегії” різними авторами (І.Ансофф, А.Євенко, Б.Карлофф, А.Хакс, Дж.Томпсон та ін.). Фактори, що найбільш суттєво впливають на зміст стратегії. Ознаки недостатньо обґрунтованої стратегії.</p>	2,0	0,25	0,25	0,25	1.1. 2.1.
2.	<p>Визначення місії та цілей підприємства</p> <p>Роль, значення, сутність і місце мети у стратегічному управлінні. Місія, генеральна мета підприємства. Цілі підприємства. Класифікація цілей. Фінансові та стратегічні цілі підприємства. Побудова „дерева цілей” підприємства.</p>	2,0	0,25	0,25	0,25	1.3. 2.1 3.3.

3.	<p align="center">Стратегічний контекст підприємства</p> <p>Еволюція розуміння і передбачення майбутнього підприємств (бюджетування та фінансовий контроль, довгострокове планування, стратегічне управління, стратегічне планування). Зміна завдань управління підприємством. Розвиток підприємств, перехід від „закритого” до „відкритого” типу організації як реакція на зміни в зовнішньому середовищі. Підприємство як соціально-економічна система. Різноманітність підприємств, параметри, що визначають їх відмінність. Необхідність формування стратегічного мислення менеджерів.</p>	2,0	0,5	0,25	-	1.4. 2.2. 2.3.
4.	<p>Оцінювання зовнішнього середовища підприємства</p> <p>Основні підходи до розуміння середовища господарської організації. Зовнішнє середовище організації. Фактори зовнішнього середовища і адаптація підприємства до них. Моделі зовнішнього середовища. Аналіз макросередовища. PEST-аналіз. Аналіз мікросередовища. Аналіз галузі. Аналіз конкурентів. Модель п'яти сил конкуренції М.Портера. Методи оцінки впливу факторів зовнішнього середовища на організацію. Система відстеження стану зовнішнього середовища.</p>	2,0	0,5	0,5	0,25	1.5. 2.4. 3.2.

5.	<p>Аналіз стратегічного потенціалу підприємства</p> <p>Внутрішнє середовище підприємства та особливості його аналізу. Техніко-технологічні та соціокультурні моделі внутрішнього середовища організації. Контрольовані фактори середовища організації. Поняття „потенціалу підприємства”. Методи та показники, що використовуються для аналізу внутрішнього середовища підприємства. SWOT-аналіз.</p>	3,0	0,5	0,25	0,25	1.6. 2.4. 3.2.
6.	<p>Стратегії бізнесу</p> <p>„Стратегічний набір” як система стратегій. Визначення „стратегічного набору” підприємства. Вимоги до „стратегічного набору”. Характеристика складових „стратегічного набору” на різних етапах „життєвого циклу” підприємства. Розробка „стратегічного набору” підприємства. „Стратегічна прогалина”. Загальні та загально конкурентні стратегії. Класифікація загальних стратегій. Конкурентні стратегії, їх характеристики. Продуктово-товарні стратегії, їх ринкові та виробничі характеристики. Ресурсні стратегії. Функціональні стратегії. Комплексні стратегії.</p>	4,0	0,5	0,5	0,25	1.6.
7.	<p>Стратегія диверсифікації діяльності підприємства</p> <p>Сутність та значення стратегії диверсифікації діяльності підприємства, способи її розробки. Стратегія концентричної диверсифікації. Стратегія конгломеративної диверсифікації. Стратегія горизонтальної диверсифікації.</p>	4,0	0,5	0,25	0,25	1.8. 2.5.

8.	<p align="center">Стратегія зовнішнього розвитку підприємства</p> <p>Сутність та необхідність розробки стратегій зовнішнього розвитку підприємства. Види стратегій зовнішнього розвитку підприємства (колаборативні стратегії, об'єднання, стратегічні альянси, та специфіка застосування кожного виду стратегій.</p>	3,0	0,5	0,25	-	1.9. 3.3.
9.	<p align="center">Корпоративна стратегія підприємства</p> <p>Основні елементи, що формують корпоративну стратегію. Дії по досягненню диверсифікації. Поліпшення загальних показників роботи в галузях, де вже діє організація. Шляхи одержання синергетичного ефекту серед споріднених господарських підрозділів і перетворення його в конкурентну перевагу. Створення інвестиційних пріоритетів і перетікання ресурсів корпорації в найперспективніші напрями. Типові стратегії.</p>	2,0	0,5	0,5	-	1.10. 2.5. 3.1.
10.	<p align="center">Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства</p> <p>Призначення й етапи матричного аналізу. Матриця „темпи зростання ринку – частка на ринку” (модель Бостонської консалтингової групи). Матриця „привабливість ринку – конкурентоспроможність компанії” (модель General Electric / McKinsey). Модель Shell / DPM. Модель Хофера-Шендела. Модель ADL / LC. Матриця „товар – ринок”. Модель стратегічного аналізу (база даних PIMS).</p>	2,0	0,5	0,5	0,25	1.11. 2.9. 3.2.

11.	<p>Альтернативність у стратегічному виборі</p> <p>Підходи до розробки стратегії. Вибір стратегії. Фактори, які необхідно враховувати при виборі стратегії. Оцінка стратегії: аналіз можливих реакцій конкурентів, перевірка погодженості стратегії з організаційними традиціями й оточенням, відповідність обраної стратегії потенціалу і можливостям фірми, оцінка здійснення стратегії.</p>	2,0	0,5	0,25	-	1.12. 2.8. 3.3.
12.	<p>Сутність стратегічного планування</p> <p>Мета та принципи стратегічного планування. Переваги та недоліки стратегічного планування. Бар'єри стратегічного планування та способи їх подолання. Характеристика бар'єрів. Моделі стратегічного планування.</p>	2,0	0,5	0,25	0,25	1.13. 2.9.
13.	<p>Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні</p> <p>Школи стратегічного управління та їх вплив на визначення процесу розробки стратегії. Нормативні та позитивні школи стратегій: витоки різних підходів до стратегічного управління, їхня еволюція, основні концепції, критика та внесок в науку і практику стратегічного управління. Американські, японські та європейські підходи до стратегічного управління. Новітні тенденції стратегічного управління та їхнє поширення в Україні. Специфіка розробки стратегії підприємств у перехідній економіці.</p>	2,0	0,5	-	-	1.14. 2.10. 3.4.
Всього		32,0	6,0	4,0	2,0	-

3.2. Практичні (семінарські) заняття

№ п/п	Тема практичного заняття	Кількість годин за формою навчання				Діяльність студентів	Номер цілі
		денною	заочною	скороченою	другою вищою освітою		
1.	Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепція	2,0	0,25	0,25	0,25	Участь у дискусії	1.1. 2.1.
2.	Визначення місії та цілей підприємства	2,0	0,25	0,25	0,25	Участь у дискусії	1.3. 2.1 3.3.
3.	Стратегічний контекст підприємства	2,0	0,5	0,25	-	Участь у дискусії	1.4. 2.2. 2.3.
4.	Оцінювання зовнішнього середовища підприємства	2,0	0,5	0,5	0,25	Виконання ситуацій	1.5. 2.4. 3.2.
5.	Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	3,0	0,5	0,25	0,25	Участь у дискусії	1.6. 2.4. 3.2.
6.	Стратегії бізнесу	4,0	0,5	0,5	0,25	Участь у дискусії	1.6.
7.	Стратегія диверсифікації діяльності підприємства	4,0	0,5	0,25	0,25	Виконання ситуацій	1.8. 2.5.
8.	Стратегія зовнішнього розвитку підприємства	3,0	0,5	0,25	-	Виконання ситуацій	1.9. 3.3.
9.	Корпоративна стратегія підприємства	2,0	0,5	0,25	-	Виконання ситуацій	1.10. 2.5. 3.1.
10.	Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства	2,0	0,5	0,5	0,25	Виконання ситуацій	1.11. 2.9. 3.2.
11.	Альтернативність у стратегічному виборі	2,0	0,5	0,25	-	Участь у дискусії	1.12. 2.8. 3.3.
12.	Суть стратегічного планування	2,0	0,5	0,25	0,25	Участь у дискусії	1.13. 2.9.
13.	Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні	2,0	0,5	0,25	-	Участь у дискусії	1.14. 2.10. 3.4.
Всього		32,0	6,0	4,0	2,0	–	–

Таблиця 3.3.

3.3. Індивідуальні завдання

№ пор.	Вид завдання	Діяльність студента	Номер цілі
<i>Заочна форма навчання</i>			
1	Контроль на робота	Аналіз та обробка літератури. Виконання вправ та ситуацій.	1.5. 2.4. 3.2.
<i>Скорочена форма навчання</i>			
2	Контроль на робота	Аналіз та обробка літератури. Виконання вправ та ситуацій.	1.5. 2.4. 3.2.
<i>Друга вища освіта</i>			
3	Контроль на робота	Аналіз та обробка літератури. Виконання вправ та ситуацій.	1.5. 2.4. 3.2.

Таблиця 4.1.

4. Використання інформаційних технологій

Вид заняття	Тема заняття	Форма використання інформаційних технологій	Назва програмного засобу	Для яких видів діяльності використовується
Практичні заняття	Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства	Програма для розрахунку побудови моделей розвитку корпоративних стратегій	compas	Виконання задач по темі
Практичні заняття	Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	Програма для розрахунку показників, що характеризують ефективність інвестицій	invest	Виконання задач по темі

5. Зміст модулів навчальної дисципліни, їх оцінювання в балах, форми і терміни поточного і модульного контролю навчальної роботи студентів 8 семестр, 2 чверть

Номер модуля	Елементи модуля	Кількість балів		Поточний контроль навчальної роботи студентів	
		мінімальна	максимальна	форма контролю	тиждень
1.	I. Теми 1-5 лекційного курсу	3,5	5,0	Відвідування лекцій	4
	II. Теми 1-5 семінарських занять:	–	–	–	–
	1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепція	2,0	3,0	Усне опитування, тести	1
	2. Визначення місії та цілей підприємства	2,0	3,0	Усне опитування, тести, вирішення ситуацій	2
	3. Стратегічний контекст підприємства	2,0	3,0		2
	4. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства	2,0	3,0		3
	5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	2,0	3,0	Усне опитування, тести	3
	Модульна контрольна робота	5,0	10,0		
Всього за 1-й модуль		18,5	30,0	–	–
2.	I. Теми 6-10 лекційного курсу	3,5	5,0	Відвідування лекцій	7
	II. Теми 6-10 семінарських занять:	–	–	–	–
	1. Стратегії бізнесу	2,0	3,0	Усне опитування, тести, вирішення ситуацій	4
	2. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства	2,0	3,0		5
	3. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства	2,0	3,0		5
	4. Корпоративна стратегія підприємства	2,0	3,0		6
	5. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства	2,0	3,0		6
	Модульна контрольна робота	5,0	10,0		
Всього за 2-й модуль		18,5	30,0	–	–
3.	I. Теми 11-13 лекційного курсу	1	4,0	Відвідування лекцій	8
	II. Теми 11-13 семінарських занять:	–	–	–	–
	1. Альтернативність у стратегічному виборі	2,0	4,0	Усне опитування, тести, вирішення ситуацій	7
	2. Суть стратегічного планування	2,0	4,0		7
	3. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні	2,0	4,0		8
		Модульна контрольна робота	16,0	24,0	
Всього за 3-й модуль		23,0	40,0	–	–
Всього за чверть		60,0	100,0	–	–

6. Підсумковий контроль знань, умінь і навичок студентів з дисципліни

Форма навчання	Чверть (семестр)	Форма підсумкового контролю
Денна	8 (2)	за результатами підсумкового контролю
Заочна	9	іспит
Друга вища освіта	8	іспит
Скорочена	8	іспит

Список рекомендованої літератури

Основна література

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV із змінами та доповненнями.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV із змінами та доповненнями.
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб: Изд-во «Питер».
4. Ансофф И. Стратегическое управление/ Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
5. Афанасьев М.В., Селезньова Г.О. Стратегія підприємства: Навч.-метод. посібник. – Х.: ВД "ИНЖЕК", 2007. – 272 с.
6. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятиях. – М: Центр экономики и маркетинга, 1996.
7. Виханский О.С. Стратегическое управление. – М: Узд-во Мос.ун-та, 1995.
8. Забелин П.В., Моисеева Н.К. Основы стратегического управления. – М.: ИНФРА-М, -1997.
9. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ: Навчальний посібник. – К.: ЦЕНТР УЧБОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ, 2009. – 440 с.
10. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент. – М: Аспект-пресс, 2002.
11. Карлоф Б. Деловая стратегия. – М.: Экономика, 1991.
12. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навч. Посіб. – К.: Академвидав, 2007. – 320 с
13. Ковтун О.І. Стратегія підприємства: Підручник – Львів: «Новий Світ-2000», 2009. – 680 с.
14. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент. – М.: Юнити, 2000.
15. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч. посіб – Київ.: „Центр навчальної літератури”, 2004. – 336 с.
16. Минцберг Г., Альстренд Б., Лэмпэл Дж. Школы стратеги / Пер. с англ. под ред. Ю.М.Кампуревского. – СПб.: Питер, 2000. – 336 с.
17. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку / Київський національний економічний ун-т. – К. : КНЕУ, 2001. – 228с.
18. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. – К., 2002. – 560 с.
19. Савченко В.Д., Байдик М.І., Шелудько Р.М. Стратегія підприємства: Навч.посіб. / Харківський національний аграрний ун-т ім. В.В.Докучаєва. – Х., 2004. – 206с.
20. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: Підручник – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.
21. Стратегія підприємства: Навч. посібник до самост. вивчення курсу / Укоопспілка; Львівська комерційна академія / О.І. Ковтун (уклад.) – Л. : Видавництво Львівської комерційної академії, 2004. – 336с.

22. Шершньова З.Е., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. Посібник. – К.:КНЕУ, 1999. – 384 с.
23. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент. –М.: Бизнес-школа, 1997.

Додаткова література

1. Бузько И.Р., Дмитренко И.Е., Сущенко Е.А. Стратегический потенциал и формирование приоритетов в развитии предприятий / Восточнoукраинский национальный ун-т им. Владимира Даля; Донбасский горно-металлургический ин-т. – Алчевск : Издательство ДГМИ, 2002. – 217с.
2. Гончаров В.В. В поисках совершенства управления. – М.: МП «Сувенир», 1993.
3. Кондратьев В.В., Краснова В.Б. Реструктуризация управления компанией. – М.: ИНФРА-М, 1999, - 272 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1990. С. 152-176.
5. Леонов С.В., Малютин С.А., Тренев В.Н. Стратегия успеха. – М.: Новости, 2000.
6. Маскон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1992.
7. Маркова В.Д., Кузнецова С.Л. Стратегический менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 1999.
8. Минцберг Г., Квинн Б., Гошал С. Стратегический процесс. /Пер с англ. - С-Пб: Издательство “Питер”, 2001. - 648с.
9. Назаренко О.В. Стратегія підприємства: Навч. посіб. / Національний фармацевтичний ун-т. – Х. : Видавництво НФаУ, 2003. – 142с.
- 10.Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства: Короткий курс лекцій / Міжрегіональна академія управління персоналом. – К. : МАУП, 2000. – 127с.
- 11.Портер М. Конкуренция: Пер. с англ.: Уч. пос. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. - 495 с.
- 12.Платов О.К., Жильцова Ю.В. Организация, модели и методы разработки стратегии предприятия: Учеб. пособие / Ярославский гос. ун-т им. П.Г.Демидова. Экономический факультет. – Ярославль, 2000. – 110с.
- 13.Пономаренко В.С. Стратегічне управління підприємством. – К.: Основа, 1999, - 619 с.
- 14.Селіверстова Л. С. Шляхи формування ефективної стратегії підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2008. - №7. – С. 133-136
- 15.Стратегическое управление организационно-экономической устойчивостью фирмы //А.Д.Канчавелл, А.А.Колобов, И.Н.Омельченко. – М.: МГТУ им.Баумана, 2001. – 600 с.
- 16.Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: Учебн. для вузов / Пер. с англ. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

- 17.Хрущ Н.А. Стратегії компанії: механізм формування й адаптації в сучасному інвестиційному середовищі // Фінанси України. – 2008. - №8. – С. 45-48
- 18.Хентце Й. Основные идеи стратегического менеджмента / Проблемы теории и практики управления. – 1989. - №2.
- 19.Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. 2-ге вид., перероб. і доповнене. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
- 20.Євтухова С. М. Стратегічний план як перспективний напрямок розвитку українського підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2007. - №3. – С. 108-113