



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Стратегічний менеджмент

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Код та назва спеціальності, галузь знань	D3 Менеджмент D Бізнес, адміністрування та право
Тип та назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Менеджмент»
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова компонента (ОК-19)
Курс, семестр викладання	3 курс, 5 семестр
Трудомісткість навчальної дисципліни	6 кредитів ЄКТС (180 академічних годин), з них: денна (очна) форма навчання: лекц. – 30 год., практ. зан. – 36 год., самост. роб. – 114 год.; заочна форма навчання: лекц. – 16 год., практ. зан. – 20 год., самост. роб. – 144 год.
Мова викладання	Українська
Кафедра	Менеджменту та маркетингу
Факультет	Бізнесу та соціальних комунікацій

Розробники / викладачі



СТАНІСЛАВИК Олена В'ячеславівна,
професор кафедри менеджменту та маркетингу
доктор економічних наук, професор

E-mail: elenastanislavyk@ukr.net

Консультації: вівторок з 13⁰⁰ до 14⁰⁰ год.,
кабінет 324 (головний корпус)

Мета дисципліни	– оволодіння сучасними теоретичними основами стратегічного менеджменту та практичними навичками прийняття стратегічних рішень в процесі управління діяльністю та розвитком підприємства на ринку.
Компетентності, формуванню яких сприяє дисципліна	СК-2. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. СК-3. Здатність визначати перспективи розвитку організації. СК-7. Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій менеджменту.
Програмні результати навчання	ПРН-3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства. ПРН-5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації. ПРН-6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень. ПРН-7. Виявляти навички організаційного проектування. ПРН-8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації. ПРН-10. Мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації. ПРН-12. Оцінювати правові, соціальні та економічні наслідки функціонування організації.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. <i>Поняття, значення, принципи стратегічного менеджменту</i>	Сутність стратегічного менеджменту як специфічного виду управлінської діяльності. Визначення та еволюція поняття «стратегія». Основні відмінності стратегічного, тактичного й оперативного управління. Функції стратегічного менеджменту та їхня роль у забезпеченні довгострокового розвитку організації. Ключові ознаки стратегічного мислення. Складові стратегічного процесу. Порівняльна характеристика стратегічного і оперативного планування. Принципи стратегічного менеджменту: цілеспрямованість, науковість, гнучкість, інтегрованість, адаптивність. Особливості застосування стратегічного підходу в умовах високої турбулентності та невизначеності зовнішнього середовища. Переваги та обмеження стратегічного менеджменту в практиці сучасних підприємств.
Тема 2. <i>Моделі в стратегічному управлінні</i>	Теоретичні основи та значення моделей у стратегічному управлінні. Модель Гарвардської школи бізнесу: зміст, етапи та особливості застосування. Модель стратегічного планування І. Ансоффа: логіка формування стратегії, аналіз середовища, вибір стратегічних альтернатив. Модель стратегічного планування Г. Стайнера: роль стратегічного мислення, формалізація цілей, стратегічні рішення. Порівняльний аналіз класичних моделей: подібності та відмінності. Сучасні концепції стратегічного планування: адаптивна модель, модель стратегічного контролю, стратегія на основі ресурсів. Роль та значення стратегічного менеджера в моделюванні стратегічного процесу. Конструктивне використання моделей у процесі прийняття рішень в умовах динамічного зовнішнього середовища.
Тема 3. <i>Діагностика зовнішнього середовища організації</i>	Сутність та завдання діагностики зовнішнього середовища як інструменту стратегічного аналізу. Характеристика середовища прямого та опосередкованого впливу. Методика PEST-аналізу: політичні, економічні, соціальні та технологічні чинники. SWOT-аналіз у контексті оцінювання зовнішніх можливостей і загроз. Методи оцінювання привабливості галузі:

	п'ять сил конкуренції за М. Портером, бар'єри входу та виходу, сила постачальників і споживачів, загроза товарів-замінників. Діагностика попиту, споживацьких уподобань та змін у конкурентному середовищі. Оцінка інституційного, правового та глобального контексту, що впливає на стратегічні рішення підприємства. Практичні аспекти інтерпретації результатів діагностики зовнішнього середовища для обґрунтування стратегічного вибору.
Тема 4. Діагностика внутрішнього середовища організації	Зміст, мета та завдання діагностики внутрішнього середовища в системі стратегічного менеджменту. Структура внутрішнього середовища: кадровий потенціал, організаційна структура, фінансові та матеріальні ресурси, виробничо-технологічна база. Аналіз сильних і слабких сторін підприємства: методи внутрішнього аудиту та GAP-аналізу. Оцінка внутрішніх процесів, корпоративної культури, рівня інноваційності, мотивації персоналу та комунікаційних каналів. Застосування SWOT-аналізу для виявлення ресурсних переваг та стратегічних проблем. Методика VRIO-аналізу для визначення стратегічних ресурсів: цінність, рідкість, незамінність та організаційна підтримка. Інтеграція результатів внутрішньої діагностики в процес стратегічного планування та формування конкурентної стратегії. Приклади практичного використання результатів діагностики для зміни організаційної моделі чи впровадження інновацій.
Тема 5. Сутність стратегії та її види	Поняття стратегії як довгострокового плану досягнення цілей організації. Ключові характеристики ефективної стратегії: цілеспрямованість, узгодженість, адаптивність, довгостроковість. Класифікація стратегій за рівнями управління: корпоративні, бізнес-стратегії, функціональні. Види корпоративних стратегій: стратегія зростання, стабілізації, скорочення. Базові конкурентні стратегії за М. Портером: стратегія лідерства у витратах, стратегія диференціації, стратегія фокусування. Альтернативні підходи до типології стратегій: адаптивні, інноваційні, наступальні, оборонні. Стратегії в умовах невизначеності: сценарне планування, стратегічна гнучкість, диверсифікація. Роль вибору типу стратегії у досягненні конкурентних переваг та забезпеченні сталого розвитку підприємства.
Тема 6. Місія та цілі підприємства	Поняття місії підприємства як основи стратегічного управління. Значення місії для визначення призначення організації, її філософії, принципів діяльності та взаємодії із зацікавленими сторонами. Характеристики ефективної місії: чіткість, мотиваційність, реалістичність, відповідність культурі та цінностям компанії. Цілі організації: ієрархія цілей (стратегічні, тактичні, оперативні). Критерії формування цілей (SMART-підхід): конкретність, вимірюваність, досяжність, релевантність, обмеженість у часі. Взаємозв'язок місії, цілей та стратегічних напрямів розвитку. Роль місії та цілей у забезпеченні узгодженості управлінських рішень та стратегічного позиціонування підприємства. Методи узгодження цілей на різних рівнях управління та приклади реалізації цільового підходу в практиці стратегічного менеджменту.
Тема 7. Стратегічний аналіз підприємства	Сутність та цілі стратегічного аналізу як ключового етапу стратегічного управління. Основні підходи до стратегічного аналізу: ситуаційний, ресурсний, конкурентний, системний. Інструменти стратегічного аналізу: SWOT-аналіз, PESTEL-аналіз, п'ять сил Портера, ланцюг цінностей за М. Портером. Оцінка стратегічного потенціалу підприємства: ресурси, компетенції, конкурентні переваги. Аналіз конкурентного середовища та позиціонування підприємства на ринку. Визначення стратегічної відповідності між внутрішнім потенціалом і зовнішніми умовами. Використання стратегічних матриць (BCG, GE/McKinsey, ADL) для обґрунтування стратегічних рішень. Інтерпретація результатів стратегічного аналізу для формування місії, цілей та стратегічних альтернатив підприємства.
Тема 8. Конкурентоспромож-	Сутність конкурентоспроможності підприємства: здатність успішно діяти на ринку в умовах конкурентного тиску. Ключові показники конкурентоспроможності: ринкова частка, прибутковість, інноваційна активність, якість продукції,

ність і конкурентні переваги	рівень задоволеності споживачів. Фактори, що формують конкурентоспроможність: внутрішні (ресурси, компетенції, ефективність менеджменту) та зовнішні (ринкові умови, галузеві тренди, державна підтримка). Поняття конкурентної переваги: стійкі особливості компанії, які забезпечують вищу цінність для споживача порівняно з конкурентами. Класифікація конкурентних переваг: цінові та нецінові, тимчасові та довгострокові, операційні, ресурсні, стратегічні. Моделі формування конкурентних переваг (М. Портер): стратегія лідерства за витратами, стратегія диференціації, стратегія фокусування. Оцінка стійкості конкурентних переваг у динамічному середовищі. Стратегії підтримання та розвитку конкурентоспроможності в умовах глобалізації, інноваційних викликів та цифрової трансформації.
Тема 9. Стратегічний потенціал	Поняття стратегічного потенціалу: сукупність ресурсів, можливостей, компетенцій та резервів підприємства, які можуть бути використані для досягнення довгострокових цілей. Структура стратегічного потенціалу: кадровий, фінансовий, виробничий, технологічний, організаційний, маркетинговий, інноваційний потенціал. Методи оцінювання стратегічного потенціалу: SWOT-аналіз, PEST-аналіз, модель VRIO, метод експертних оцінок, стратегічна карта ресурсів. Визначення сильних і слабких сторін у контексті стратегічного розвитку. Інтеграція стратегічного потенціалу з обраною стратегією підприємства. Вплив зовнішнього середовища на реалізацію потенціалу. Актуалізація стратегічного потенціалу в умовах змін: інноваційні підходи до розвитку потенціалу, адаптивність, стратегічна гнучкість. Зв'язок між стратегічним потенціалом і конкурентоспроможністю: формування унікальних компетенцій і довготривалих переваг.
Тема 10. Рівень стратегічних рішень та типологія стратегій підприємства	Поняття стратегічного рішення: його сутність, характеристика, вплив на довгостроковий розвиток підприємства. Рівні стратегічних рішень: корпоративний, бізнес-рівень, функціональний. Типи стратегій за рівнями. Класифікація стратегій підприємства за іншими критеріями: загальні, конкурентні, адаптивні, інноваційні. Методи вибору типу стратегії: стратегічний аналіз, використання стратегічних матриць (BCG, McKinsey, ADL). Особливості реалізації стратегій на різних рівнях управління. Узгодженість стратегій між рівнями: стратегічна координація і системність. Приклади практичного застосування типів стратегій у діяльності підприємств.
Тема 11. Портфельні інвестиції та управління стратегічною позицією підприємства	Сутність поняття «портфель підприємства» у стратегічному управлінні. Мета формування стратегічного портфеля. Методи оцінювання стратегічної позиції підприємства. Характеристика портфельних моделей: матриця І. Ансоффа, BCG, GE/McKinsey, DPM, ADL, Томпсона та А. Дж. Стрікланда. Призначення та особливості застосування SPACE-аналізу. Переваги та обмеження використання портфельного аналізу для формування стратегії. Оцінка стратегічного потенціалу бізнес-одиниць. Формування інвестиційної стратегії залежно від позиції підприємства у стратегічному просторі. Роль портфельного підходу у управлінні диверсифікованим бізнесом.
Тема 12. Маркетингові та інноваційні аспекти забезпечення конкурентоспроможності організації	Поняття конкурентоспроможності організації: визначення, фактори формування, роль в стратегічному управлінні. Маркетингові стратегії як інструмент досягнення конкурентних переваг: Інноваційна діяльність у забезпеченні конкурентоспроможності: Інноваційні стратегії підприємства: стратегія проривних інновацій, стратегія відкритих інновацій, стратегія R&D. Впровадження цифрових інструментів: CRM, Big Data, аналітика ринку. Оцінка ефективності маркетингових та інноваційних рішень у контексті підвищення конкурентоспроможності. Кейси успішної реалізації маркетингових та інноваційних стратегій в українських та міжнародних компаніях.
Тема 13. Бенчмаркінг як інструмент вибору стратегічних	Сутність та поняття бенчмаркінгу: визначення, історія виникнення, мета застосування в стратегічному менеджменті. Типи бенчмаркінгу. Етапи процесу бенчмаркінгу. Інструменти бенчмаркінгу: KPI, матриця GAP-аналізу, SWOT-бенчмаркінг. Роль бенчмаркінгу у прийнятті стратегічних рішень і формуванні конкурентних переваг. Практичні кейси

альтернатив	застосування бенчмаркінгу в українських та міжнародних компаніях. Обмеження та ризики використання бенчмаркінгу в сучасному динамічному середовищі.
Тема 14. Стратегічний контроль	Сутність стратегічного контролю: поняття, завдання, значення для управління реалізацією стратегії. Роль стратегічного контролю у забезпеченні гнучкості та адаптивності стратегічного плану. Типи стратегічного контролю: Процес стратегічного контролю: Інструменти стратегічного контролю: Balanced Scorecard, стратегічна карта, ключові показники ефективності (KPI), стратегічні аудити. Зв'язок між стратегічним контролем і організаційною культурою. Проблеми і обмеження стратегічного контролю в умовах невизначеності та високої динаміки ринку. Практичні приклади застосування стратегічного контролю в сучасних компаніях.
Тема 15. Організаційна культура, яка підтримує стратегію	Поняття та роль організаційної культури у стратегічному управлінні. Типи організаційної культури (за Кемероном і Куїнном, Хофстедом та ін.): кланова, ієрархічна, ринкова, адхократична. Взаємозв'язок між стратегією та організаційною культурою: як культура впливає на вибір, реалізацію та ефективність стратегії. Культурна сумісність при реалізації стратегії: методи діагностики й узгодження цінностей. Формування культури, орієнтованої на зміни, інновації, конкурентоспроможність. Ключові елементи культури, що підтримують стратегію: місія, візія, цінності, ритуали, лідерство, система винагород. Інструменти управління організаційною культурою в контексті реалізації стратегічних цілей: опитування, інтерв'ю, кейси, тренінги, коучинг. Приклади організацій, що досягли стратегічного успіху завдяки сформованій підтримувальній культурі. Виклики зміни організаційної культури в умовах стратегічної трансформації.

Методи навчання

При вивченні навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

Інтерактивні	<ul style="list-style-type: none"> • Дискусії з аналізу стратегій провідних компаній. • SWOT-аналіз реальних кейсів у групах. • Рольові ігри (наприклад, стратегічна нарада керівництва). • Робота з візуальними інструментами (матриця BCG, GE/McKinsey, PEST-аналіз).
Практичні	<ul style="list-style-type: none"> • Розробка стратегії розвитку обраної компанії на основі аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища. • Виконання завдань з формування місії, бачення та стратегічних цілей. • Побудова стратегічних карт і дорожніх карт розвитку. • Моделювання сценаріїв стратегічних змін в умовах ризиків і невизначеності. • Проведення міні-консалтингових проєктів щодо стратегічного оновлення малого/середнього бізнесу.
Методи дистанційного навчання	<ul style="list-style-type: none"> • Відеоконференції в форматі лекцій або семінарів. Зв'язок здобувачів освіти з викладачем забезпечують різноманітні сучасні платформи, такі як: Moodle, Google Meet та ін. • Онлайн дискусії; • Індивідуальне і групове консультування (викладач дає додаткові роз'яснення щодо виконання завдань через чати та e-mail-надсилання); • Квізи (проведення бліц-опитування із застосуванням Google Форм) тощо.

Стратегія оцінювання результатів навчання

Змістовий контент результатів навчання з дисципліни

Результати навчання з дисципліни «Стратегічний менеджмент», які здобувач вищої освіти може продемонструвати та які можна ідентифікувати, оцінити й виміряти, відповідають вимогам 6 рівня НРК, що передбачає:

Знання – формування системного розуміння сутності стратегічного менеджменту, його етапів, моделей і концепцій; набуття знань щодо аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища організації; оволодіння інструментами формування місії, бачення, стратегічних цілей і варіантів розвитку підприємства в умовах глобальної конкуренції та змін середовища.

Уміння/навички – уміння використовувати методи стратегічного аналізу (PEST, SWOT, 5 сил М. Портера, матриця BCG, GE/McKinsey); розробляти альтернативи стратегічного розвитку підприємства; оцінювати та обґрунтовувати вибір оптимальної стратегії; формувати стратегічні карти, розробляти плани реалізації обраної стратегії.

Комунікація – здатність ефективно працювати в команді над стратегічними кейсами; презентувати результати аналітичної роботи; обґрунтовувати стратегічні рішення у письмовій і усній формі для різних аудиторій (керівництво, інвестори, партнери); використовувати цифрові інструменти для моделювання та візуалізації стратегічних рішень.

Відповідальність та автономія – проявляти ініціативу та відповідальність у розробці стратегічних планів і проєктів розвитку підприємств; демонструвати здатність до самостійного прийняття управлінських рішень; дотримуватись етичних норм у процесі стратегічного управління; усвідомлювати відповідальність за результати реалізації стратегічних рішень.

Критерії оцінювання

Академічні успіхи здобувачів вищої освіти в межах даної дисципліни оцінюються за бально-рейтинговою шкалою (максимальна кількість – 100 балів), що прийнята в ДУІТЗ, з обов'язковим переведенням кількості балів в оцінки за національною шкалою та за шкалою ECTS.

Відмінно (А) – від 90 до 100 балів – здобувач вищої освіти у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі або не менше 90% завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни.

Дуже добре (В) – від 82 до 89 балів – здобувач вищої освіти досить повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань допускаються при цьому окремі несуттєві неточності. Правильно вирішив 80-89% письмових завдань.

Добре (С) – від 74 до 81 балів – здобувач вищої освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Однак під час викладання деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив 74-81% письмових завдань.

Задовільно (D) – від 64 до 73 балів – здобувач вищої освіти в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних та письмових відповідей, але з не зовсім глибоким та всебічним аналізом, обґрунтуванням та аргументацією, з недостатнім використанням необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі неточності та помилки. Правильно вирішив 64-73% письмових завдань.

Задовільно (E) – від 60 до 63 балів – здобувач вищої освіти в цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його

	<p>основний зміст під час усних та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив 60-63% письмових завдань.</p> <p>Незадовільно з можливістю повторного складання (FX) – від 35 до 59 балів – здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, стисло без аргументації та обґрунтування викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, поверхово розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності. Правильно вирішив 35-59% письмових завдань.</p> <p>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни (F) – від 0 до 34 балів – здобувач вищої освіти частково володіє навчальним матеріалом, не у змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив 1-34% письмових завдань.</p>
Форма та методи контролю начальних досягнень	<p>У межах вивчення дисципліни передбачено три основні види контролю: поточний, підсумковий та семестровий (академічний).</p> <p>Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних занять і спрямований на перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання завдань з теми, що вивчається. У процесі поточного контролю оцінюється: активність здобувача вищої освіти під час практичних занять; якість виконання індивідуальних завдань; результати контрольних робіт; рівень опрацювання матеріалу під час самостійної роботи.</p> <p>До основних форм поточного контролю належать: усне або письмове опитування, виконання практичних вправ, тестування, розв'язання кейсів, презентація результатів індивідуальних завдань.</p> <p>Підсумковий контроль – це накопичена сума балів, отриманих здобувачем вищої освіти за результатами засвоєння навчального матеріалу протягом семестру (включаючи поточну та самостійну роботу).</p> <p>Семестровий (академічний) контроль здійснюється у формі екзамену. Підсумкова оцінка з дисципліни виставляється на основі суми балів, набраних за результатами підсумкового контролю, та оцінки за екзаменаційне тестування або інші форми підсумкової перевірки знань, передбачені робочою навчальною програмою.</p> <p>Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється за 100-бальною шкалою.</p>

Політика навчальної дисципліни

Відвідування	Здобувачі вищої освіти самостійно планують відвідування лекційних занять, що проводяться в межах дисципліни відповідно до академічного розкладу. Водночас присутність на практичних заняттях та участь у контрольних заходах (зокрема, екзамені) є обов'язковою. Важливим елементом навчального процесу є своєчасне та якісне виконання індивідуальних завдань у межах самостійної роботи, передбаченої навчальною програмою дисципліни.
Дотримання принципів академічної доброчесності	Підготовка всіх завдань, письмових робіт та інших форм навчальної діяльності в межах дисципліни здійснюється здобувачем вищої освіти самостійно, з дотриманням принципів академічної доброчесності. Викладач має право застосовувати програмні та технічні засоби для перевірки робіт на предмет дотримання академічної доброчесності, у тому числі на наявність ознак плагіату.
Умови зарахування пропущених занять	Відпрацювання академічної заборгованості з дисципліни дозволяється здійснити до початку екзаменаційної сесії. Процедура відпрацювання узгоджується індивідуально з викладачем відповідно до графіку його консультацій.

Інші умови	Навчально-методичні матеріали дисципліни розміщені на платформі Moodle
-------------------	--

Рекомендовані джерела інформації

Базова література	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Бровкова О.Г. Стратегічне управління: навч. посіб. Одеса: ВМВ, 2018. 200 с. ▪ Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: підручник. К.: Каравела, 2019. 464 с ▪ Дикань В.Л., Зубенко В.О., Маковоз О.В. і ін. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 272 с. ▪ Подольчак Н. Ю. Стратегічний менеджмент: навч. посібник (2-ге вид., зі змін. та доп.). Львів : НУ «ЛП», 2016. 424 с. ▪ Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / за заг. ред. М.П. Бутка. Київ: «Центр учбової літератури», 2016. 376 с. ▪ Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / Н. О. Фісуненко, Т. В. Альошина, О. А. Сидоров. Дніпро Дніпров. держ. ун-т внутр. справ, 2024. 119 с. ▪ Сумець О. М. Стратегічний менеджмент: підручник. Харків: ХНУВС, 2021. 208 с. ▪ Менеджмент: Навч. посіб. / І.І. Соколи, О.В. Станіславик та ін.; заг. ред. С.В. Філіппової, М.А. Юдіна. Одеса: Бондаренко М.О., 2019. 652 с.
Методичні рекомендації та розробки викладачів дисципліни	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Методичні вказівки щодо виконання курсової роботи з дисципліни «Стратегічний менеджмент» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, освітньо-професійної програми «Менеджмент», галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 073 «Менеджмент». Укладач: Станіславик О.В., ДУІТЗ, 2024. 38 с.
Інформаційні ресурси	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Закон України про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22 березня 2012 р. № 4618-VI. Відомості Верховної Ради України. 2012. № 48. Ст. 552. ▪ URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/4618-17?utm_source=chatgpt.com#Text ▪ Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року: постанова Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179. Урядовий кур'єр. 2021. № 45. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-п#Text ▪ Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: Указ Президента України від 30 вересня 2019 р. № 722/2019. Офіційний вісник Президента України. 2019. № 34. Ст. 823. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text ▪ Harvard Business Review. URL: https://hbr.org/ ▪ Стратегії від PwC. URL: https://www.strategyand.pwc.com ▪ McKinsey Insights. URL: https://www.mckinsey.com ▪ Європейська стратегія зростання. URL: https://ec.europa.eu/growth/

Рік введення силябусу – 2025 р.	Затверджено рішенням кафедри менеджменту та маркетингу (Протокол від 27 червня 2025 р. № 11)	
	В.о. завідувача кафедри	 Людмила ГАЛАН
	Гарант освітньої програми	 Людмила ГАЛАН
	Викладач:	 Олена СТАНІСЛАВИК