



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЇ УСПІШНОГО БІЗНЕСУ»

Компонента освітньої програми – вибіркова (3 кредити)

Освітньо-професійна програма	Управління персоналом та економіка праці
Спеціальність	073 Економіка
Галузь знань	07 Соціальні та поведінкові науки
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача (-ів)	Лусте Олена Олегівна - кандидат економічних наук, асистент кафедри економічної теорії, менеджменту і адміністрування (https://econom.chnu.edu.ua/kafedry-ekonomichnogo-fakultetu/kafedra-menedzhmentu-ekonomichnoyi-teo/kolektyv-kafedry/luste-olena-olegivna)
Контактний тел.	+38095 85 11 626
E-mail:	o.luste@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	
Консультації	вівторок з 14.00 до 16.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Стратегія успішного бізнесу» забезпечує формування теоретичних знань і практичних навичок з питань управління змінами, методів аналізу ресурсів і компетенцій при стратегічному управлінні бізнесом; набутті практичних навичок аналізу і розвитку організаційної структури та культури підприємств, вмінні впливати на агентів стратегічних змін.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МОДУЛЬ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ УСПІШНОГО БІЗНЕСУ	
Тема 1	Стратегія розвитку бізнесу: поняття, еволюція, концепції
Тема 2	Рівні стратегічних рішень та типологія стратегій підприємства
Тема 3	Генерування стратегій та умови їх реалізації
Тема 4	Місія та ціль бізнесу
МОДУЛЬ 2. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ СКЛАДОВІ СТРАТЕГІЙ УСПІШНОГО БІЗНЕСУ	
Тема 8	Індивідуальний імідж та репутаційний менеджмент
Тема 9	Технологія проведення виступів та бізнес-презентацій
Тема 10	Тактики та стратегії проведення ділових переговорів
Тема 11	Стресостійкість та управління конфліктами

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються традиційні та інноваційні освітні технології (інформаційно-комунікаційні, технології студентоцентрованого навчання), традиційні та інтерактивні форми і методи навчання (зокрема, лекція-візуалізація, практичне заняття-дискусія, практичне заняття-діалог, самостійно-дослідницька робота тощо).

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль: усне опитування, письмове опитування, тестування, глосарій, розрахункові роботи, презентація і захист результатів виконаних завдань і досліджень, аналітичні звіти, реферати, тези доповідей, статті, виступи на наукових заходах.

Підсумковий контроль – залік.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

✓ «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/university/normatyvni-dokumenty/etychnyi-kodeks-chernivetsko-ho-natsionalno-ho-universytetu-imeni-yurii-a-fedkovycha/>;

✓ «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahiat-2023plusdodatky-31102023.pdf>.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Галушка З.І., Лусте О.О. Стратегії успішного бізнесу: теорія і практика. Чернівці: ЧНУ, 2021, 260 с. <https://archer.chnu.edu.ua/handle/123456789/1482>

2. Luste O. The formation of Ukrainian economic mentality psychological features in the conditions of command-administrative economy. *Економіка: реалії часу*. 2021, № 4 (56). С.69-76. <https://economics.net.ua/files/archive/2021/No4/69.pdf>

3. Halushka , Klevchik L., Luste O., Storoshchuk B. Zapukhlyak V. The influence of economic mentality on socio-economic development. *Financial and credit activities: problems of theory and practice*. 2022, No 1 (42). P. 283-292 <https://fkf.net.ua/index.php/fkf/article/view/3670/3481>

4. Лусте О.О. Управління комунікаційною стратегією бренда як складової конкурентоспроможності сучасної організації. *Modern research in world science: proceedings of X International Scientific and Practical Conference (25-27 December)*. Lviv, Ukraine. 2022. pp.1087-1093 <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2022/12/MODERN-RESEARCH-IN-WORLD-SCIENCE-25-27.12.22.pdf>

5. Lycre O.O. Organizational culture in the system of enterprise's strategy. *Progressive research in the modern world. Proceedings of the 4th International scientific and practical conference*. BoScience Publisher. Boston, USA. 2022. Pp. 629-638 <https://sciconf.com.ua/iv-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-progressive-researchin-the-modern-world-28-30-12-2022-boston-ssha-arhiv/>

6. Gruntkovsky V., Luste O. Brand management as a component of the modern organization's competitiveness. *Наука і техніка сьогодні*. 2023, № 3(17). С. 84-96. <http://perspectives.pp.ua/index.php/nts/article/view/4121/4143>

7. Психологія бізнесу та управління: навч. Посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 308 с.

8. Яцура В., Хоронжий А., Жигайло Н. Психологія керівника. Навчальний посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2014. 256 с.

9. Brand Sponsor Decision / S. Garrett. [Електронне джерело]: Режим доступу: <http://www.spencergarrett.com%2FTulane%2FTulane%2520MKT%2520Student%2520Notes%2FBrand%2520Sponsor%2520Decision.doc&ei=XIdNUcnDDcThtQbFkI>
10. Khalid Saleh. How Branding Influences Purchase Decisions. Infographic. [Електронне джерело]. Режим доступу: <https://www.invespcro.com/blog/howbranding-influences-purchase-decisions-infographic>.
11. Neumeier Marty. The Brand Gap: How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design / Marty Neumeier. New Riders; 5th edition 2011.

Допоміжні

1. Інтернет-портал для управлінців Менеджмент.com.ua [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.management.com.ua/hrm/motivation.php>.
2. Науковий журнал «Економічний форум» [Електронний ресурс]. / Режим доступу : <http://eforum-lntu.com/archive.html>.
3. Науковий журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій» [Електрон. ресурс] / Режим доступу : <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua>