



Силабус навчальної дисципліни
РИНКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ
 підготовки магістра
 (назва освітнього ступеня)
 192 «Будівництво та цивільна інженерія»,
 075 «Маркетинг»
 (назва спеціальності)
 Міждисциплінарної освітньо-наукової програми
 «Девелопмент нерухомості»
 СВО ПДАБА 192-075-ДН-2022
 (назва освітньої програми)

Статус дисципліни	Варіативна
Мова навчання	Українська
Факультет/Інститут*	Економічний
Кафедра	Девелопменту нерухомості, фінансів, обліку та маркетингу
Контакти кафедри	В-404, (056) 756-33-23, denom@pdaba.edu.ua
Викладачі-розробники	Онищенко Вікторія Євгенівна, к.т.н., доцент
Контакти викладачів	onyschenko.viktoriia@pdaba.edu.ua
Розклад занять	https://pgasa.dp.ua/timetable/WSIGMA/EK/ROZKLADP.HTML
Консультації	https://pgasa.dp.ua/wp-content/uploads/2024/02/Grafik-konsultatsij-vykladachiv-DeNFOM-2sem-23-24.pdf

Анотація навчальної дисципліни

Дисципліна «Ринкові дослідження та стратегічний аналіз» розглядає комплексне дослідження позитивних і негативних факторів економічного оточення компанії, ринку, галузі, яке потрібно для вибору стратегічного напрямку розвитку компанії та шляхів досягнення поставлених цілей. За допомогою стратегічного аналізу ринку формується множина альтернатив для прийняття стратегічних рішень, які забезпечать конкурентні переваги та прибутковість у довгостроковій перспективі з максимальним використанням потенціалу та змін у зовнішньому середовищі.

	Години	Кредити	Семестр
			1
Всього годин за навчальним планом, з них:	180	6	180
лекції	30		30
лабораторні роботи			
практичні заняття	30		30
Самостійна робота, у т.ч:	120		120
підготовка до аудиторних занять	30		30
підготовка до контрольних заходів	10		10
виконання курсового проєкту або роботи	15		15
виконання індивідуальних завдань			
опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях	35		35
підготовка до екзамену	30		30
Форма підсумкового контролю			екзамен

Мета вивчення дисципліни – забезпечення майбутніх фахівців теорією і методологією організації та виконання досліджень ринку; стратегічного дослідження економічних явищ, процесів та результатів, які становлять зміст діяльності підприємства; використання результатів досліджень ринку для розробки, прийняття та підтримки ефективних організаційних та виробничих рішень в умовах невизначеності.

Завдання вивчення дисципліни:

- формування уявлень про комплекс спеціальних методів та технологій, що використовуються при виконанні досліджень ринку;

- розкриття можливостей використання досліджень ринку в господарській діяльності підприємства для підвищення його конкурентоспроможності;
- засвоєння теоретичних основ і стратегічного аналізу діяльності підприємства;
- вивчення основних підходів, традиційних і специфічних методів і прийомів стратегічного аналізу та набуття практичних навичок їх використання для розробки та обґрунтування стратегічних рішень;
- засвоєння особливостей та технології прийняття управлінських рішень, вибору і реалізації стратегій на основі стратегічного аналізу.

Пререквізити дисципліни. Вивчення дисципліни базується на знаннях, вміннях і навичках, які студенти отримали при вивченні аналітичних та маркетингових дисциплін бакалаврського рівня.

Постреквізити дисципліни. Одержані знання та навички можуть знадобитися при вивченні дисциплін «Маркетинговий менеджмент», «Брендменеджмент», підготовці кваліфікаційної роботи та в подальшій професійній діяльності для правильного розуміння стратегій та цілей компаній.

Компетентності (відповідно до міждисциплінарної освітньо-наукової програми «Девелопмент нерухомості» СВО ПДАБА 192-075-ДН-2022):

Інтегральна компетентність.

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі дослідницького та/або інноваційного характеру і практичні завдання у професійній діяльності в сфері девелопменту нерухомості, з поглибленим вивчення проблем, пов'язаних із організацією і управлінням проєктуванням, будівництвом та експлуатацією об'єктів нерухомості, які ґрунтуються на концепції маркетингу, що передбачає проведення досліджень та впровадження новацій і характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК9. Здатність проводити дослідження на відповідному рівні.

Спеціальні компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання новітніх теорій, методів та практичних прийомів у сфері девелопменту і інтерпретувати результати досліджень та практики їх застосування.

СК2. Здатність до проведення самостійних досліджень, інтерпретації їх результатів у сфері будівництва та маркетингу, а також презентування та оприлюднення отриманих результатів, як державною, так і іноземною мовами.

СК3. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

СК4. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

СК5. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.

СК9. Здатність інтегрувати знання з інших галузей для розв'язання складних задач у мультидисциплінарному контексті.

СК-13. Уміння досліджувати економічні та маркетингові проблеми в галузі девелопменту, у тому числі при відбудові та ліквідації наслідків бойових дій.

Заплановані результати навчання (відповідно до міждисциплінарної освітньо-наукової програми «Девелопмент нерухомості» СВО ПДАБА 192-075-ДН-2022).

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні

знати:

ПР 21. Розуміти вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю розвитку підприємництва та відновлення економіки України в умовах повномасштабної війни та після перемоги над агресором.

вміти:

P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи та практичні прийоми планування і розвитку територій, організації будівельної діяльності, реконструкції та експлуатації будівель, землеустрою, девелопменту і маркетингу.

P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці девелопменту і маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач суб'єкта господарювання.

P3. Вміти планувати і здійснювати власні дослідження у сфері будівництва та маркетингу, аналізувати їх результати і обґрунтовувати ефективні рішення в умовах невизначеності, презентувати результати наукових досліджень, проєктів державною та іноземною мовами.

P6. Вміти використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

P9. Вміти формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

P10. Вміти збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

PH-13. Володіти методами реалізації девелоперського проєкту в частині з фінансового забезпечення, оцінки умов ринку нерухомості, маркетингу та менеджменту управління об'єктом нерухомості у тому числі при відбудові та ліквідації наслідків бойових дій.

1. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ

Назва змістових модулів і тем	Кількість годин, у тому числі				
	усього	л	п	лаб	с/р
Змістовий модуль 1. Ринкові дослідження					
Ринки, їх учасники, макросередовище та мікросередовище у дослідженнях ринку, методи збору ринкової інформації	9	2	2		5
Дослідження місткості ринку та його сегментів	9	2	2		5
Дослідження кон'юнктури ринку	9	2	2		5
Дослідження конкурентного середовища і конкурентів	9	2	2		5
Дослідження динаміки і стійкості розвитку ринку, прогнозування	9	2	2		5
Дослідження особливостей поведінки суб'єктів ринку	9	2	2		5
Специфіка досліджень будівельного ринку	9	2	2		
Разом за змістовим модулем	63	14	14		35
Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз в галузі					
Стратегії та стратегічний аналіз галузі	9	2	2		5
Методи групування та прогнозування в стратегічному аналізі	9	2	2		5
Оцінка результативності бізнесу в системі стратегічного аналізу, збалансована система показників	9	2	2		5
Стратегічний аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища компанії	9	2	2		5
Стратегічний аналіз фінансової стратегії компанії на ринку	9	2	2		5
Стратегічний моніторинг та оцінка привабливості галузі	9	2	2		5
Стратегічний потенціал компанії та формування її конкурентних переваг	9	2	2		5
Портфельні інвестиції та управління	9	2	2		5

Назва змістових модулів і тем	Кількість годин, у тому числі				
	усього	л	п	лаб	с/р
стратегічною позицією компанії					
Разом за змістовим модулем	72	16	16		40
Змістовий модуль 3. Курсова робота					
Збір якісної, релевантної і достатньої інформації про ринок, що досліджується	5				5
Проведення аналізу ринку	5				5
Обробка результатів досліджень та внесення пропозицій, формулювання стратегій та їх обґрунтування	5				5
Разом за змістовим модулем 3	15				15
Підготовка до екзамену	30				30
Усього годин	180	30	30		120

2. САМОСТІЙНА РОБОТА

ОПРАЦЮВАННЯ РОЗДІЛІВ ПРОГРАМИ, ЯКІ НЕ ВИКЛАДАЮТЬСЯ НА ЛЕКЦІЯХ:

Стратегічний аналіз життєвого циклу бізнесу	п.5 № 2,5,6,7,8,9 (основна) п.6 № 6
Стратегічний аналіз бізнес-процесів	п.5 № 2,5,6,8,9 (основна) № 1,3 (допоміжна)
Бенчмаркінг як інструмент визначення конкурентних переваг	п.5 № 2,4,8,9 (основна) № 2,8 (допоміжна) п.6 № 4
Особливості стратегічної діагностики та оцінки підприємств середнього і малого бізнесу	п.5 № 1,2,5,6,8,13,14 (допоміжна)
Стратегічний моніторинг та оцінка привабливості галузевого ринку	п.5 № 7,8,9 (основна) № 10,12 (допоміжна) п.6 № 4,6
Стратегічний аналіз галузевих рушійних сил та ключових факторів успіху	п.5 № 6,7,8 (основна) № 2,3,7,10,12 (допоміжна)

ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

У роботи проводиться дослідження обраного студентом ринку (галузі) товарів, робіт або послуг на рівні підприємства, регіону, країни, або світу з використанням інструментарію стратегічного аналізу, та інтерпретація отриманих результатів. Студенту необхідно показати вміння збору, обробки і аналізу інформації з обраної теми. Аналіз отриманих даних повинен містити виявлення причинно-наслідкових зв'язків, залежностей, встановлення проблем і т.д. Структура роботи підпорядковується плану дослідження конкретного ринку и може включати:

1. Визначення обсягу ринку, динаміки і потенціалу його розвитку.
2. Дослідження структури ринку і розподілу часток окремих його сегментів.
3. Аналіз цінової ситуації на ринку.
4. Збір та обробка інформації про конкурентів.
5. Дослідження каналів реалізації товарів.
6. Визначення домінуючих тенденцій на ринку і прогнозування їх впливу на зміну ситуації в перспективі.
7. Стратегічний аналіз галузі за допомогою SWOT-, PEST-аналізу.

3. ПОРЯДОК ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

- з окремих змістових модулів

Оцінювання знань студентів з навчальної дисципліни здійснюється на основі результатів поточного контролю (оцінюється робота на практичних заняттях, виконання індивідуальних завдань, виконання контрольної роботи поточного контролю). ПК1 проводиться на восьмому тижні та ПК2 проводиться на п'ятнадцятому тижні.

Змістовий модуль 1. Ринкові дослідження

Максимальна оцінка - 100 балів. Оцінка поточного контролю складається із:

- присутності студента на лекціях – максимальна кількість – 14 балів;
- контролю роботи на практичних заняттях – максимальна кількість – 56 балів;
- контрольної роботи № 1 – максимальна кількість – 30 балів.

Присутність студента на лекціях – 2 бали за лекцію, якщо студент не був присутнім – 0 балів.

Контроль роботи на практичних заняттях. Якщо завдання виконано в повному обсязі і студент в змозі пояснити проведені операції, він отримує 8 балів на кожному практичному занятті. Якщо завдання виконано в повному обсязі, але студент не в змозі пояснити проведені операції, він отримує 4-7 балів. Якщо студент не виконав всі завдання, але в змозі пояснити проведені операції, він отримує 1-3 бали.

Шкала оцінювання контрольної роботи № 1

Вид завдань	Форма контролю	Оцінка в балах
Тестові завдання (15 тестів)	Перевірка правильності відповіді	За правильну відповідь на 1 тестове питання - 2 бали. За неправильну відповідь - 0 балів. (Максимальна оцінка = 30)

Змістовий модуль 2. Стратегічний аналіз в галузі

Максимальна оцінка - 100 балів. Оцінка поточного контролю складається із:

- присутності студента на лекціях – максимальна кількість – 16 балів;
- контролю роботи на практичних заняттях – максимальна кількість – 64 балів;
- контрольної роботи №2 – максимальна кількість – 20 балів.

Присутність студента на лекціях – 2 бали за лекцію, якщо студент не був присутнім – 0 балів.

Контроль роботи на практичних заняттях. Якщо завдання виконано в повному обсязі і студент в змозі пояснити проведені операції, він отримує 8 балів на кожному практичному занятті. Якщо завдання виконано в повному обсязі, але студент не в змозі пояснити проведені операції, він отримує 4-7 балів. Якщо студент не виконав всі завдання, але в змозі пояснити проведені операції, він отримує 1-3 бали.

Шкала оцінювання контрольної роботи № 2

Вид завдань	Форма контролю	Оцінка в балах
Тестові завдання (10 тестів)	Перевірка правильності відповіді	За правильну відповідь на 1 тестове питання - 2 бали. За неправильну відповідь - 0 балів. (Максимальна оцінка = 20)

Критерії оцінювання екзамену

Екзамен проводиться у формі тестування. Максимальна оцінка 100 балів.

Шкала оцінювання екзаменаційної роботи

Вид завдань	Форма контролю	Оцінка в балах
Тестові завдання (50 тестів)	Перевірка правильності відповіді	За правильну відповідь на 1 тестове питання - 2 бали. За неправильну відповідь - 0 балів.

		(Максимальна оцінка = 100)
--	--	----------------------------

Підсумкова оцінка з дисципліни визначається як середньоарифметична за змістовий модуль 1, змістовий модуль 2 та екзамен.

Критерії оцінювання курсової роботи

Загальна оцінка роботи (100 балів) складається із:

- оцінки за виконання роботи (максимальна кількість - 60 балів);
- оцінка захисту роботи (максимальна оцінка - 40 балів).

Оцінка за виконання роботи:

а) 58-60 балів ставиться, якщо студент:

- показав глибокі теоретичні знання з дисципліни;
- оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, творчо осмислювати, формулювати висновки;
- безпомилково виконав практичні завдання і повністю виклав хід їх рішення;
- дає свої пропозиції і рекомендації з предмету дослідження;
- виконав роботу грамотно літературною українською мовою;
- оформив роботу у відповідності до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін.

б) 48-57 балів ставиться, якщо студент:

- показав досить високі теоретичні знання з дисципліни;
- оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, осмислювати їх, формулювати висновки, але не завжди критично ставиться до використаних джерел та літератури;
- виконав практичні завдання з несуттєвими помилками (до 2 шт.) або неповністю виклав хід рішення;
- дає свої пропозиції і рекомендації з предмету дослідження, однак відчуває труднощі щодо їх обґрунтування;
- виконав роботу грамотно літературною українською мовою, але допустив нечисленні граматичні та стилістичні помилки;
- оформив роботу у відповідності до вимог і подав її до захисту у визначений кафедрою термін.

в) 38-47 балів ставиться, якщо студент:

- повністю виклав теоретичний матеріал, є в наявності доречні інформаційні матеріали (таблиці, графіки, схеми) при висвітленні основного змісту роботи;
- в основному оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, осмислювати їх, формулювати висновки, однак мають місце окремі фактичні помилки і неточності;
- виконав практичні завдання з несуттєвими помилками (до 4 шт.) і (або) неповністю виклав хід рішення;
- дає свої пропозиції і рекомендації з предмету дослідження без обґрунтування;
- оформив роботу у відповідності до вимог, але були затримки у календарному графіку виконання роботи.

г) 28-37 балів ставиться в тому разі, якщо студент:

- показав достатні теоретичні знання з дисципліни;
- в основному оволодів первинними навиками дослідної роботи: збирати дані, аналізувати, осмислювати їх, формулювати висновки, однак допускає в роботі порушення принципів логічного і послідовного викладу матеріалу, мають місце окремі фактичні помилки і неточності;
- виконав практичні завдання з помилками або неповністю виклав хід їх рішення;
- не може сформулювати достатньо пропозицій і рекомендацій з теми дослідження;

- допускає помилки в оформленні роботи або не дотримується календарного графіку виконання роботи;
 - допускає граматичні та стилістичні помилки.
- д) 18-27 балів ставиться в тому разі,
- показав задовільні теоретичні знання з дисципліни;
 - слабо володіє первинними навиками дослідної роботи, допускає в роботі порушення принципів логічного і послідовного викладу матеріалу;
 - виконав практичні завдання з грубими помилками або неповністю виклав хід їх рішення;
 - не може сформулювати пропозиції і рекомендації з теми дослідження та обґрунтувати їх;
 - допускає помилки в оформленні роботи та не дотримується календарного графіку виконання роботи;
 - допускає численні граматичні та стилістичні помилки.
- е) 8-17 балів ставиться в тому разі, якщо студент:
- показав недостатні теоретичні знання з дисципліни;
 - не володіє первинними навиками дослідної роботи, допускає в роботі порушення принципів логічного і послідовного викладу матеріалу, мають місце окремі фактичні помилки і неточності;
 - виконав практичні завдання з грубими помилками і неповністю виклав хід їх рішення;
 - не може сформулювати пропозиції і рекомендації з теми дослідження, або обґрунтувати їх;
 - допускає помилки в оформленні роботи та її науково-довідкового апарату;
 - допускає численні граматичні та стилістичні помилки.
- ж) 0-7 балів ставиться в тому разі, якщо унікальність роботи складає менше, ніж 40%.
- Максимальна кількість балів за *захист* курсової роботи - 40 балів. *Захист* курсової роботи відбувається в усній формі. Максимальна кількість балів за кожне запитання при захисті - 8 балів (п'ять запитань). На кожне запитання членів комісії із зазначеної максимальної кількості балів нараховують:
- 8 балів - студент впевнено володіє вивченим матеріалом, правильно розкрив суть запитання членів комісії;
 - 5-7 бали - студент правильно розкрив суть запитання членів комісії, але його пояснення не були переконливими та вичерпними;
 - 1-4 бали - відповіді не повністю розкривають суть запитання, студент припускається грубих помилок;
 - 0 - балів - повна відсутність відповіді на запитання.

4. ПОЛІТИКА КУРСУ

При вивченні дисципліни «Ринкові дослідження та стратегічний аналіз» студент повинен дотримуватися необхідних засад академічної доброчесності, своєчасно та у повному обсязі виконувати встановлені навчальні завдання, проявляти критичне мислення, творчий підхід та прагнення до самостійного наукового пошуку, схвалюється здатність вести обґрунтовану дискусію.

Порядок зарахування пропущених занять.

Студент може відпрацювати викладачеві (за графіком його консультацій) пропущені лекційні та практичні заняття незалежно від причин пропусків.

Зарахування пропущених лекційних занять відбувається в процесі опитування студента за відповідною темою у вільній формі. Відпрацювання зараховується, якщо студент відповів не менш, ніж на 70% питань. Кожна відповідь має бути або правильною, або з допущенням до 3 неістотних помилок, або 1 грубої помилки, або ж безпомилкова відповідь може містити лише 60% програмного матеріалу.

Зарахування пропущених практичних занять відбувається після самостійного опрацювання завдань, що були вирішені на занятті, та виконання відповідного домашнього завдання. Відпрацювання зараховується, якщо студент в змозі усно пояснити не менш 70 % завдань.

5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Дослідження ринку : конспект лекцій / укладачі: Г. А. Мішеніна, Ю. Т. Матвєєва. – Суми : Сумський державний університет, 2020. 185 с.
2. Ковальчук Т.М. Стратегічний аналіз : навч. посіб. / Т. М. Ковальчук; Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці : Рута, 2018. 423 с.
3. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с.
4. Маркетингові дослідження: підручник / Н.С. Косар та ін. Нац. ун-т «Львівська політехніка». Львів. Вид-во Львів. політехніки, 2018. 457 с.
5. Попова В.Д., Маценко Л.Ф. Стратегічний аналіз: навчальний посібник. Чернівці: ЧНУ, 2018. 157 с.
6. Сич Є. М. Стратегічний аналіз: навч. посібник / Є. М. Сич, О. В. Пилипенко, М. С. Стасишен. К.: Каравела, 2019. 304 с.
7. Стратегічний аналіз галузі. Навчальний посібник / За ред. Лотиш О.Я. Тернопіль: Економічна думка, 2019. 248 с.
8. Стратегічний аналіз: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. усіх спец. / О. В. Кочетков, О. М. Кобилкін, С. В. Кобилкіна / за ред. проф. О. В. Кочеткова. К.: Кондор-Видавництво, 2017. 412 с.
9. Чебанова Н.В. Стратегічний аналіз : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Н. В. Чебанова, Л. Є. Ревуцька ; Укр. держ. ун-т залізн. трансп. - Харків : УкрДУЗТ, 2016. 294 с.

Допоміжна

1. Артюшок, В. Методи та моделі стратегічного аналізу у системі бізнес-планування. Економіка та суспільство, 2022. №44.
2. Бленда Н. А. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища – основа визначення стратегічного напрямку розвитку підприємницьких структур / Н. О. Бленда, Н. О. Коротєєв, Д. М. Соковнина, С. Ю. Соколюк, О. В. Жарун. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2021. Вип. 99. Част. 1. с. 124-131.
3. Дикань О.В., Крихтіна Ю.О., Фролова Н.Л. Актуальні методи стратегічного аналізу бізнес-середовища підприємства. Приазовський економічний вісник. Серія: Економіка та підприємництво. 2021. Вип. 1(24). С. 78-81.
4. Дмитренко В.І. Стратегічний аналіз розвитку підприємств будівельної галузі. Вчені записки Університету «КРОК». №3 (59), 2020. С. 199-206.
5. Економічна діагностика: Підручник / В. Л. Дикань, І. В. Токмакова, В.О. Овчиннікова та ін. – Харків: УкрДУЗТ, 2022. 284 с.
6. Ковальчук Т. М., Вергун А. І. Організація аналітичного забезпечення прийняття стратегічних рішень на підприємстві. Науковий вісник Чернівецького університету: зб. наук. праць. 2021. Вип. 834. С. 35–41.
7. Маркетинг у створенні стратегічних переваг на ринку послуг. О. Сапінський, Н. В. Шинкаренко, К. П. Пілова, Економічний вісник, 2021, №3. с. 115-122.
8. Мартинюк О. В., Адасюк І. П. Аспекти використання інструментів маркетингової стратегії управління на сучасних підприємствах. Економічні науки. Вісник Хмельницького національного університету. 2021, № 1. с. 78-84.
9. Паламарчук О., Петришина С. Будівельна галузь України: стан та прогнози. Економіка та суспільство. Вип. 51. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-45>
10. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Київ : Наш Формат, 2020. 424 с.
11. Соколовська К.В., Касич А.О. Тенденції у розвитку підприємств будівельної галузі. Економіка та суспільство. Випуск 41. 2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-34>.
12. Стратегічне управління: конспект лекцій. Навчальний посібник. / уклад. Л. П. Артеменко. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 342 с.
13. Тарасюк Г. М., Ковальчук В. Г., Сотник А. А. Комплексне прогнозування в системі стратегічної діагностики потенціалу підприємства. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2021. №2(33). С. 358-366.

14. Храпкіна В.В., Кузнєцова К.В. Роль маркетингових досліджень у забезпеченні ефективної роботи підприємств. ДонДУУ «Менеджер». № 2(83). 2019. С. 42-51.

6. ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

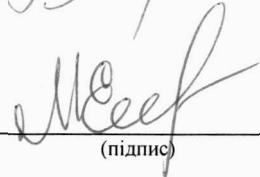
1. Верховна Рада України: офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://www.rada.gov.ua/>
2. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>
3. Інформаційна система «Ліга: Закон»: офіційний сайт URL: <https://ligazakon.net>
4. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, І.М. Кирчата, О.М. Шершенюк. Х.: ФОП Бровін О.В., 2020. 340 с. URL: <https://pgasa365.sharepoint.com/:b:/r/sites/e-library/Shared%20Documents/>
5. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
6. Пилипенко О. В. Стратегічний аналіз: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / За заг. ред. М. І. Ковалю. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2018. 350 с. URL: <https://pgasa365.sharepoint.com/:b:/r/sites/e-library/Shared%20Documents/>

Розробник



(В. Є. Онищенко)

Гарант освітньої програми



(підпис)

(Є. П. Морозова)

Силабус затверджено на засіданні кафедри ~~девелопменту~~ нерухомості, фінансів, обліку та маркетингу

Протокол від 03.07.2023 року №15

В.о.зав. кафедри



(підпис)

(Є. П. Морозова)