ЛЬВІВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІЗНЕСУ ТА ПРАВА

СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ТА УПРАВЛІННЯ»

ВК 10

Рівень вищої освіти	**другий (магістерський)**
Спеціальність	**J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг**
Освітньо-професійна програма	**Менеджмент готельно-ресторанної справи**
Кваліфікація	**Магістр з готельно-ресторанної справи та кейтерингу**
Рік навчання	**1**
Семестр	**2**
Форма навчання	**денна**
Кількість кредитів ЄКТС	**3**
Мова викладання	**українська**

Лектор дисципліни

Кошовий Богдан-Петро Олегович, доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри демографії, трудових відносин і соціальної політики, e-mail: qqbkqq@gmail.com

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни «Стратегічний аналіз та управління» для здобувачів ступеня магістра є формування системи знань і практичних компетентностей щодо стратегічного аналізу середовища, розроблення, реалізації та контролю стратегій суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу в умовах високої невизначеності. Оскільки магістерський рівень передбачає підготовку фахівців до управлінської, інноваційної та науково-дослідної діяльності, мета дисципліни деталізується через такі завдання:

1. **Стратегічний аналіз:** Застосування інструментів аналізу макросередовища, галузі та конкурентів для оцінювання стратегічної позиції закладу.
2. **Ресурсний підхід:** Оцінювання ресурсів і компетенцій закладу гостинності як джерела конкурентної переваги.
3. **Стратегічний вибір:** Обґрунтування конкурентних стратегій і стратегій зростання, зокрема мережевого розвитку та франчайзингу.
4. **Реалізація:** Переведення стратегії в систему показників, контроль її виконання та адаптація в кризі.

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

Тема	Години (лек./прак./сам.)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
Тема 1. Стратегічне управління в	2/2/–	Магістранти повинні знати: - сутність і етапи стратегічного управління;	Питання, тести, виконання	5

готельному і ресторанному бізнесі.		- школи стратегічного менеджменту; - рівні стратегій. Вміти: формулювати місію, бачення та стратегічні цілі закладу гостинності.	самостійної роботи	
Тема 2. Аналіз макросередовища.	2/2/–	Магістранти повинні знати: - методику PESTEL-аналізу; - сценарне планування; - джерела даних про ринок гостинності. Вміти: проводити PESTEL-аналіз для закладу; розробляти сценарії розвитку середовища.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 3. Галузевий і конкурентний аналіз.	2/2/–	Магістранти повинні знати: - модель п'яти сил конкуренції М. Портера; - стратегічні групи; - ключові чинники успіху в галузі. Вміти: оцінювати привабливість сегмента ринку; будувати карту стратегічних груп.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 4. Аналіз внутрішнього середовища.	2/2/–	Магістранти повинні знати: - ресурсний підхід і модель VRIO; - ланцюг створення цінності; - ключові компетенції. Вміти: оцінювати ресурси закладу за моделлю VRIO; виявляти джерела конкурентної переваги.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 5. Портфельний аналіз і SWOT.	2/2/–	Магістранти повинні знати: - матриці BCG і McKinsey; - SWOT- і TOWS-аналіз; - обмеження портфельних методів. Вміти: проводити SWOT-аналіз і формулювати стратегічні альтернативи за матрицею TOWS.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 6. Конкурентні стратегії та стратегії зростання.	2/2/–	Магістранти повинні знати: - базові конкурентні стратегії; - стратегії зростання, мережевий розвиток і франчайзинг; - стратегічні альянси. Вміти: обґрунтовувати вибір стратегії для закладу; оцінювати доцільність входу в мережу чи франчайзинг.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 7. Реалізація стратегії та збалансована система показників.	2/2/–	Магістранти повинні знати: - механізми реалізації стратегії; - збалансовану систему показників; - стратегічні карти. Вміти: розробляти стратегічну карту та систему показників для закладу гостинності.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5
Тема 8. Стратегічний контроль і стратегія в кризі.	2/2/–	Магістранти повинні знати: - види стратегічного контролю; - антикризові стратегії; - адаптивне стратегування. Вміти: проводити стратегічний аудит; розробляти антикризову стратегію закладу.	Питання, тести, виконання самостійної роботи	5

Теми для самостійного вивчення	–/–/58	1. Стратегії міжнародних готельних мереж на ринку України. 2. Блакитний океан у ресторанному бізнесі. 3. Стратегії диверсифікації готелів. 4. Бенчмаркінг у гостинності. 5. Стратегічні альянси та управлінські контракти. 6. Стратегії відновлення закладів після руйнувань. 7. Цифрові стратегії закладів гостинності. 8. Стратегічне значення бренду. 9. Штучний інтелект у стратегічному аналізі: можливості й ризики.
Всього	16/16/58	
Всього балів за поточний контроль		**40**
Залікова оцінка		**60**
Всього		**100**

ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Інтегральна компетентність	Здатність розв’язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру готельно-ресторанної справи.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК3. Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей. ЗК7. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні дослідження аналізу стану розвитку глобальних та локальних ринків готельних та ресторанних послуг для розв’язання складних задач розвитку готельного і ресторанного бізнесу. СК4. Здатність створювати і впроваджувати продуктові, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу. СК8. Здатність розробляти антикризові програми корпорацій, готельних та ресторанних мереж, суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу.
Програмні результати навчання (ПРН)	ПРН01. Розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб’єктів готельного та ресторанного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та імовірні наслідки їх впливу. ПРН05. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи за невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень. ПРН07. Досліджувати моделі розвитку міжнародних та національних готельних і ресторанних мереж (корпорацій).
Методи навчання	ПРН01 – кейс-метод, стратегічні сесії; контроль – розв’язання кейсу, тест. ПРН05 – практикум з PEST, SWOT, моделі п’яти сил; контроль – аналітичне завдання. ПРН07 – аналіз стратегій міжнародних готельних і ресторанних мереж; контроль – презентація.

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад: лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонено (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Використання інструментів генеративного штучного інтелекту допускається лише в межах, визначених викладачем, з обов'язковим зазначенням інструмента та способу його використання; письмові роботи можуть перевірятися на академічний плагіат.
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад: хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Рейтинговий показник	**Оцінка ECTS**	**Оцінка у національній шкалі**	
		Екзамен, диф.залік, курс. роб.(проект), практика	**Залік**
90–100	A (відмінно)	Відмінно	Зараховано
82–89	B (добре)	Добре	
74–81	C (добре)		
64–73	D (задовільно)	Задовільно	
60–63	E (задовільно)		
35–59	FX (незадовільно) з можливістю повторного складання	Незадовільно	Незараховано
0–34	F (незадовільно) з обов'язковим повторним вивченням		

Рейтинговий показник	Оцінка ECTS	Оцінка у національній шкалі	
		Екзамен, диф.залік, курс роб.(проект), практика	Залік
90-100	**A** (відмінно)	Відмінно	Зараховано
82-89	**B** (добре)	Добре	
75-81	**C** (добре)		
64-74	**D** (задовільно)	Задовільно	
60-63	**E** (задовільно)		
35-59	**FX** (незадовільно) з можливістю повторного складання	Незадовільно	Незараховано
1-34	**F** (незадовільно) з обов'язковим повторним вивченням		

ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ДЖЕРЕЛА

Основна література

/

Додаткова література

/

Інформаційні ресурси

1. Porter M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York : Free Press, 1980.
2. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York : Free Press, 1985.
3. Barney J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management. 1991. Vol. 17, No. 1. P. 99–120. DOI: https://doi.org/10.1177/014920639101700108
4. Kaplan R. S., Norton D. P. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Boston : Harvard Business School Press, 1996.
5. Mintzberg H., Ahlstrand B., Lampel J. Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management. New York : Free Press, 1998.
6. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика : підручник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
7. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. 3-тє вид. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 343 с.
8. Самодай В., Рибальченко С., Орищенко Є. Антикризове управління готельним підприємством в умовах війни. Економіка та суспільство. 2022. № 44. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-35
9. Чуєва І. Вплив світового ринку готельно-ресторанних послуг на міжнародний туристичний бізнес. Економіка та суспільство. 2023. № 48. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-25