

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Волинський національний університет імені Лесі Українки
Факультет географічний
Кафедра готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації

СИЛАБУС
нормативно освітнього компонента
СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

підготовки Магістр
спеціальності ІЗ Туризм та рекреація

освітньо-професійної програми Туризм та рекреація

Силабус освітнього компонента «СТРАТЕГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ»
магістра, галузі знань J Транспорт та послуги, спеціальності J3 Туризм та
рекреація за освітньо-професійною програмою Туризм

Розробник: Громко Л.С., доцент кафедри готельно-ресторанної справи,
туризму і рекреації, кандидат економічних наук.

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми:



Лисюк Т.В.

Силабус освітнього компонента затверджено на засіданні кафедри
готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації

протокол № 1 від 26 серпня 2025 р.

Завідувач кафедри:



Ільїн Л. В.

I. Опис освітнього компонента Денна форма навчання

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма, освітній рівень	Характеристика освітнього компонента
Денна форма навчання	Галузь знань: J Транспорт та послуги	Нормативний
Кількість годин/кредитів 120/4	Спеціальність: J3 Туризм та рекреація Освітньо-професійна програма: Туризм	Рік навчання – 1
ІНДЗ: є	Освітній рівень: другий (магістрський)	Семестр – 1
		Лекції – 22 год.
		Практичні – 22 год.
		Самостійна робота – 68 год.
		Консультації – 7 год.
		Форма контролю: екзамен
Мова навчання		Українська

II. Інформація про викладача

Викладач: Громко Лілія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації

Контактна інформація викладача: 0660793032

Електронна пошта: hromko.lilia@vnu.edu.ua

Адреса викладання курсу: вул. Банкова 9, корпус С, ВНУ імені Лесі Українки

Кафедра – готельно-ресторанної справи, туризму і рекреації

Факультет – географічний

Дні занять: <https://ps.vnu.edu.ua/cgi-bin/timetable.cgi>

III. Опис освітнього компонента

3.1. Анотація освітнього компонента. Дисципліна «Стратегічний менеджмент» має ключове значення для формування системного мислення майбутніх топ-менеджерів та власників бізнесу у готельно-ресторанній та туристичній сферах. Оскільки діяльність сучасних підприємств гостинності відбувається в умовах високої невизначеності та динамічності ринку, володіння інструментами стратегічного аналізу, прогнозування та моделювання конкурентних переваг є критично важливим. Особлива увага приділяється процесам розробки місії та візії організації, вибору інноваційних стратегій розвитку, а також механізмам адаптації бізнесу до глобальних викликів та кризових явищ.

Засвоєння дисципліни дозволяє магістрам індустрії туризму та гостинності забезпечувати довгострокову життєздатність підприємств, ефективно розподіляти ресурси та створювати унікальну ціннісну пропозицію для споживачів. У сучасних умовах, коли конкуренція виходить на глобальний рівень, а цифрова трансформація змінює архітектуру галузі, знання стратегічного менеджменту стають невід'ємною складовою професійного успіху керівників вищої ланки.

Вивчення даного освітнього компоненту дозволяє студентам здобути поглиблені теоретичні знання щодо стратегічного набору підприємства, практичні навички застосування матричних методів аналізу та компетенції у сфері управління змінами. Студенти навчаються формувати стратегічні плани, обґрунтовувати інвестиційні пріоритети та оцінювати ризики реалізації обраної стратегії, що безпосередньо впливає на сталий розвиток бізнесу та зміцнення його позицій у сфері гостинності та рекреації.

3.2. Пререквізити і постреквізити освітнього компонента.

Пререквізити: «Основи менеджменту», «Економіка підприємства», «Маркетинг».

Постреквізити: «Управління проектами», «Стратегічний маркетинг», «Реінженіринг бізнес процесів», «Інноваційні технології в галузі».

3.3. Мета і завдання освітнього компонента.

Метою ОК «Стратегічний менеджмент» є формування у студентів професійних компетенцій у сфері стратегічного аналізу, розробки та реалізації конкурентних стратегій розвитку підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу в умовах глобалізації та ринкової невизначеності.

Основними завданнями вивчення освітнього компонента «Стратегічний менеджмент» є оволодіння теоретичними знаннями та практичними навичками, необхідними для дослідження макро- та мікросередовища організації, формування місії та стратегічних цілей, вибору оптимальних моделей розвитку бізнесу, а також забезпечення контролю за впровадженням стратегічних змін.

4. Компетентності. Програмні результати навчання. Soft skills.

У результаті вивчення дисципліни студенти мають здобути наступні практичні навички та уміння:

Загальні компетентності:

ЗК 1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності

ЗК 2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі

ЗК 4. Здатність розробляти проекти та управляти ними

ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми

Фахові компетентності:

СК 3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі, в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях

СК 4. Здатність організувати діяльність та співпрацю суб'єктів регіонального, національного та міжнародного туристичних ринків на засадах сталого розвитку з урахуванням світового досвіду

СК 6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації

СК 7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку

Результати навчання:

РН 3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації

РН 5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку

РН 6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку

РН 8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів

РН 9. Розробляти та реалізовувати проекти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності

Soft Skills, що формуються під час вивчення дисципліни:

- Креативність - здатність генерувати інноваційні ідеї для розвитку брендів у готельно-ресторанній сфері.
- Ефективна комунікація - навички ведення стратегічних переговорів з діловими партнерами.
- Командна робота - вміння працювати в мультидисциплінарних командах над розробкою антикризових програм.
- Лідерство - здатність до самостійного прийняття управлінських рішень у форс-мажорних обставинах.

IV. Структура освітнього компонента

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.	*Форма контролю/ Бали
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи стратегічного менеджменту						
Тема 1. Сутність, мета та завдання стратегічного менеджменту	10	2	2	5	1	ДС / 5
Тема 2. Місія, бачення та цілі організації	9	2	2	5	0	ДС, Т, РЗ/К – /5
Тема 3. Стратегічне середовище підприємства	11	2	2	6	1	ДС, РМГ – /5
Тема 4. Інструменти стратегічного аналізу	11	2	2	6	1	Т, РМГ – /5
Тема 5. Види стратегій підприємства	8	1	1	6	0	ДС, РЗ/К – /5
Тема 6. Розроблення стратегічного плану розвитку підприємства	10	2	2	6	0	ДС, РМГ, Т – /5
Разом за змістовим модулем 1	59	11	11	34	3	30
Змістовий модуль 2. Реалізація, контроль та розвиток стратегічного управління						
Тема 7. Реалізація стратегії: організаційний механізм і лідерство	11	2	2	6	1	ДС, Т – /5
Тема 8. Контроль і оцінювання реалізації стратегії	12	2	2	7	1	ДС, РЗ/К, РМГ – /5
Тема 9. Інноваційні та конкурентні стратегії	12	2	3	7	0	ДС, РМГ – /5
Тема 10. Стратегічний розвиток підприємств у кризових умовах	12	2	2	7	1	ДС, Т – /5

Тема 11. Стратегічний менеджмент сталого розвитку та соціальної відповідальності	13	3	2	7	1	ДС, РМГ, РЗ/К – /5
Разом за змістовим модулем 2	60	11	11	34	4	25
Види підсумкових робіт						Бал
Модульна контрольна робота						30
ІНДЗ						15
Всього годин/Балів	119	22	22	68	7	100

Форми контролю*: ДС – дискусія, ДБ – дебати, Т – тести, ТР – тренінг, РЗ/К – розв’язування задач/кейсів, ІНДЗ/РС – індивідуальне завдання/індивідуальна робота здобувача освіти, РМГ – робота в малих групах, МКР/КР – модульна контрольна робота/ контрольна робота, Р – реферат, а також аналітична записка, аналітичне есе, аналіз твору тощо.

V. Завдання для самостійного опрацювання

	Тема	Кількість годин
1.	Тема 1. Еволюція концепцій стратегічного менеджменту від планування до стратегічної гнучкості в умовах економіки вражень	5
2.	Тема 2. Роль корпоративних цінностей у формуванні бренду готелю та порівняльний аналіз візій провідних міжнародних мереж	5
3.	Тема 3. Глобальні тренди в індустрії туризму та їх вплив на стратегічне середовище національних підприємств гостинності	6
4.	Тема 4. Методика побудови профілю середовища та матриці Grand Strategy Selection для ресторанного бізнесу	6
5.	Тема 5. Стратегії інтенсивного зростання через франчайзинг та стратегічні альянси на ринку туристичних послуг	6
6.	Тема 6. Розроблення функціональних стратегій підприємства через інтеграцію маркетингової та кадрової політик у загальний план	6
7.	Тема 7. Проектування організаційних структур майбутнього та перехід до мережеских моделей у великих туристичних корпораціях	6
8.	Тема 8. Стратегічний контролінг на основі системи збалансованих показників у готельному менеджменті	7
9.	Тема 9. Стратегія Блакитного океану в індустрії гостинності та пошук унікальних ніш для еко-резортів	7
10.	Тема 10. Стратегічна резильєнтність бізнесу та методи сценарійного планування для подолання наслідків глобальних криз	7
11.	Тема 11. Стратегічні аспекти впровадження концепції Zero Waste та інклюзивності в підприємствах індустрії гостинності	7
Всього годин		68

VI. Політика оцінювання

Основні принципи організації поточного й підсумкового контролю знань здобувачів освіти розкриває «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів освіти Волинського національного університету імені Лесі Українки» (посилання: https://vnu.edu.ua/sites/default/files/2022-07/Polozh_pro_otzin_%D1%80%D0%B5%D0%B4%2B%D0%9C%D0%95%D0%94.pdf).

Політика викладача щодо здобувача освіти.

Студент зобов'язаний в повному обсязі оволодіти знаннями, вміннями, практичними навичками та компетентностями з освітнього компонента. При вивченні освітнього компонента необхідно спиратися на конспект лекцій, рекомендовану основну та додаткову навчальну, наукову літературу. Вітається використання інших джерел з альтернативними поглядами на ті чи інші питання задля формування продуктивної дискусії з проблем освітнього компонента. Високо оцінюється прагнення здобувачів вищої освіти: активно працювати на практичних заняттях (брати участь в обговоренні дискусійних питань); повною мірою долучатися до активних форм навчання; відпрацьовувати пропущені практичні заняття.

Студент зобов'язаний відвідувати заняття всіх видів відповідно до встановленого розкладу з метою поточного та підсумкового оцінювання знань, не запізнюватися, мати відповідний зовнішній вигляд. У разі відсутності через хворобу надати відповідну довідку. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, бути толерантним, доброзичливим, виваженим у спілкуванні зі студентами та викладачами, уважним і дотримуватися дисципліни та часових (строкових) параметрів навчального процесу.

Недопустимо: пропуски та запізнення на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття (крім випадків, передбачених методичними рекомендаціями викладача); списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання, наявність незадовільних оцінок за 50% і більше зданого теоретичного і практичного матеріалу.

Політика щодо академічної доброчесності.

Обов'язковою вимогою є дотримання норм академічної доброчесності. Дотримання принципів академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань поточного та підсумкового контролю без використання зовнішніх джерел інформації (наприклад, окрім випадків, дозволених викладачем, підготовки практичних завдань під час заняття); надання достовірної інформації про результати власної (наукової) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації. Списування під час модульних контрольних робіт та екзамену заборонені (в т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час онлайн тестування.

Політика, стандарти та процедури дотримання академічної доброчесності у Волинському національному університеті імені Лесі Українки знайшли своє відображення в «Кодексі академічної доброчесності Волинського національного університету імені Лесі Українки» (посилання: <https://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Kodeks-akademichnoyi-dobrochesnosti.pdf>).

Вимоги до академічної доброчесності визначаються Положенням про систему запобігання та виявлення академічного плагіату у науково-дослідній діяльності здобувачів вищої освіти і науково-педагогічних працівників Волинського національного університету імені Лесі Українки (посилання: <http://ra.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/03/polozhennya-pro-antyplagiat.pdf>).

Політика щодо дедлайнів та перескладання.

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Пропущені заняття відпрацьовувати у визначений викладачем час. Перескладання будь-яких видів робіт, передбачених силабусом освітнього компонента, з метою підвищення підсумкової модульної оцінки, не дозволяється.

Політика щодо зарахування результатів формальної, неформальної та інформальної освіти.

Результати навчання, здобуті шляхом формальної, неформальної та/або інформальної освіти, визнаються у Волинському національному університеті імені Лесі Українки шляхом валідації (https://ed.vnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/08/2022_%D0%92%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%B7%D1%83%D0%BB_%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B2_%D0%92%D0%9D%D0%A3_i%D0%BC._%D0%9B.%D0%A3._%D1%80%D0%B5%D0%B4.pdf).

Визнання можуть підлягати такі результати навчання, отримані в неформальній освіті, які за тематикою, обсягом вивчення та змістом відповідають як освітньому компоненту в цілому, так і його окремому розділу, темі (темам), індивідуальному завданню, контрольній роботі тощо, які передбачені програмою (силабусом) освітнього компонента.

Визнання результатів навчання, отриманих у неформальній та/або інформальній освіті, відбувається в семестрі, що передує семестру початку вивчення освітнього компонента, або під час вивчення ОК, але довший термін, наприклад, не пізніше 01 грудня та 01 травня, враховуючи ймовірність непідтвердження здобувачем результатів такого навчання.

VI. Підсумковий контроль

Форма підсумкового контролю – екзамен. На екзамен винесено основні питання, типові та комплексні задачі, ситуації, завдання, що потребують творчої відповіді та уміння синтезувати отриманні знання і застосовувати їх під час розв'язання практичних задач.

Порядок проведення екзамену:

Екзамен проводиться у визначені розкладом терміни в аудиторній або онлайн-формі (з використанням системи управління навчанням). Здобувач освіти отримує білет, що включає: 30 тестових завдань; 1 ситуаційне завдання (кейс) 1 практичне завдання. На виконання іспиту надається 60 хвилин.

VI. Перелік питань до заліку.

1. Еволюція стратегічного менеджменту як науки: від бюджетування до стратегічного мислення.
2. Сутність і ключові категорії: стратегія, стратегічне управління, конкурентна перевага.
3. Особливості стратегічного менеджменту у сфері послуг, туризму та готельно-ресторанної діяльності.
4. Взаємозв'язок стратегічного менеджменту з операційним та тактичним управлінням.
5. Значення стратегічного мислення для менеджера підприємства готельно-ресторанної сфери.
6. Формування місії підприємства як бази для розробки стратегії.
7. Розроблення бачення (візії) розвитку готельно-ресторанного підприємства.
8. Система стратегічних і тактичних цілей: ієрархія та взаємозв'язок.
9. Застосування SMART-критеріїв при постановці стратегічних цілей.
10. Аналіз прикладів місій відомих світових готельних та туристичних компаній.
11. Поняття та структура стратегічного середовища організації.
12. Аналіз макросередовища за моделлю PEST(EL) для підприємств готельно-ресторанної сфери.
13. Аналіз мікросередовища (галузевого оточення) за моделлю п'яти сил М. Портера.

14. Внутрішнє середовище підприємства: аналіз ресурсів, компетенцій та потенціалу.
15. Вплив зовнішніх факторів на стабільність готельно-ресторанної діяльності в Україні.
16. Етапи процесу стратегічного планування на підприємстві.
17. Методи прогнозування та сценарійне планування в стратегічному менеджменті.
18. Критерії вибору оптимальної стратегії розвитку.
19. Структура та зміст стратегічного плану підприємства готельно-ресторанної сфери.
20. SWOT-аналіз: методика побудови матриці та визначення стратегічних пріоритетів.
21. Портфельний аналіз: сутність та застосування матриці БКГ (BCG).
22. Матриця McKinsey (GE) як інструмент аналізу привабливості ринку.
23. GAP-аналіз (аналіз розривів) у стратегічному управлінні закладами готельно-ресторанної сфери.
24. Метод побудови профілю середовища для суб'єктів туристичної діяльності.
25. Рівні стратегічного набору: корпоративна, бізнес-стратегія, функціональна та операційна.
26. Стратегії зростання: концентроване, інтегроване та диверсифіковане зростання.
27. Стратегії стабілізації та скорочення діяльності: умови застосування.
28. Базові конкурентні стратегії за М. Портером: лідерство у витратах, диференціація, фокусування.
29. Стратегічні альянси та франчайзинг у готельно-ресторанній сфері.
30. Етапи та механізми впровадження обраної стратегії.
31. Зміни в організаційній структурі під впливом стратегічних рішень.
32. Роль корпоративної культури в реалізації стратегічних планів.
33. Мотивація персоналу як засіб досягнення стратегічних цілей готельно-ресторанного підприємства.
34. Лідерство та стратегічне управління змінами в колективі.
35. Сутність та завдання стратегічного контролю.
36. Види контролю: попередній, поточний та заключний стратегічний контроль.
37. Ключові показники ефективності (KPI) у стратегічному управлінні.
38. Збалансована система показників (Balanced Scorecard) як інструмент стратегічного контролю.
39. Адаптація системи показників BSC для готелю або туристичної фірми.
40. Інновації як джерело стійких конкурентних переваг.
41. Технологічні інновації у сфері готельно-ресторанної діяльності.
42. Продуктові та сервісні інновації як складові конкурентної стратегії.
43. Стратегії конкурентного позиціонування на ринку туристичних послуг.
44. Цифрова трансформація бізнес-моделей у готельно-ресторанній сфері.
45. Стратегії «Блакитного океану»: створення нового попиту в готельно-ресторанній діяльності.
46. Сутність та специфіка антикризового стратегічного управління.
47. Стратегії виживання та швидкого відновлення бізнесу.
48. Управління стратегічними ризиками в умовах невизначеності.
49. Гнучкі стратегії (Agile) та їх адаптація до турбулентного середовища.
50. Прийняття стратегічних рішень у туристичному бізнесі в умовах воєнного стану.
51. Репозиціонування підприємства як стратегічна відповідь на кризу.
52. Концепція сталого розвитку та її вплив на стратегію підприємства.
53. Екологічна відповідальність як частина конкурентної стратегії в готельно-ресторанній сфері.

54. Соціальна відповідальність бізнесу (КСВ) перед громадою та працівниками.
55. Інтеграція цілей сталого розвитку в бізнес-модель туристичної компанії.
56. Стратегії ресурсозбереження та енергоефективності в готелях.
57. Роль етичних стандартів у стратегічному управлінні міжнародними готельними мережами.
58. Оцінка ефективності стратегій сталого розвитку.
59. Державне регулювання та міжнародні стандарти сталого туризму.
60. Стратегічні пріоритети розвитку готельно-ресторанної сфери України в контексті євроінтеграції.

VIII. Шкала оцінювання

Оцінка в балах	Лінгвістична оцінка	Оцінка за шкалою ECTS	
		оцінка	пояснення
90–100	Відмінно	A	відмінне виконання
82–89	Дуже добре	B	вище середнього рівня
75–81	Добре	C	загалом хороша робота
67–74	Задовільно	D	непогано
60–66	Достатньо	E	виконання відповідає мінімальним критеріям
0–59	Незадовільно	Fx	Необхідне перескладання

10. Рекомендована література та інтернет-ресурси

Основна:

1. Буднік М. М., Невертій Г. С., Курилова Н. М. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : Кондор, 2020. 292 с.
2. Бутко М. П. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 376 с.
3. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 440 с.
4. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів: підручник. К.: Наш формат, 2020, 424 с
5. Правдюк Н.Л., Лепетан І.М., Бурко К.В., 2020. Тактичний та стратегічний менеджмент підприємств: обліковий аспект: монографія. Вінниця. Видавництво ФОП Кушнір Ю.В. 448 с
6. Стратегічний менеджмент: підручник. / О.А. Сидоров, Н.О. Фісуненко, Т. В. Альошина, А.Є. Фоменко. Дніпро: Арт-Прес, 2024, 352 с.
7. Шевченко Л.С. Стратегічний інноваційний менеджмент: навч. посіб. Харків: Нац. юрид. ун-т імені Ярослава Мудрого, 2019. 155 с.

Додаткова:

1. Іванова М.І., Швець В.Я., Саннікова С.Ф., Варяниченко О.В., Бардась А.В. Соціальна відповідальність як ключова компетенція забезпечення сталого розвитку 11 підприємств. Бізнес Інформ. 2023. №3. С. 176–186. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-3-176-186>.

2. Рудницька О., Комаровський А. Стратегічне управління підприємством як важлива складова системи менеджменту. Економіка та суспільство. 2023. № 57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-128>
3. Семенча І., Гордієнко С. Формування стратегії розвитку бізнесу з урахуванням умов воєнної економіки України. Економічний простір. 2022. № 181. С. 143-150. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/181-25>.
4. Таран-Лала О.М., Сухорук К.В. Особливості стратегічного управління підприємством. Економіка та суспільство. 2021. Випуск № 25. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-66>
5. Чернікова Н.М. Інноваційний розвиток підприємств в умовах цифровізації економіки // Управління соціально-економічним розвитком країни, регіону, підприємства в умовах кризи (виробнича, будівельна та транспортна галузі): моногр. / за ред. Л.В. Савчук. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019 С. 165-170.
6. Чернікова Н.М., Іщенко І.С., Большая О.В. Трансформація систем менеджменту в умовах цифровізації та інноваційного розвитку підприємств. Економічний вісник Київського технічного університету Київського політехнічного інституту. №25. 2023. С. С.54 – 58. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/278602/273270>
7. Федірець О.В., Даценко О.В., Кекало Є.О. Стратегічні аспекти управління матеріально-технічними ресурсами підприємства. Економічний простір. Дніпро, 2021. № 166. С. 69-73.
8. Ястремська О.М., Куліков О.П., Тутова А.С., 2023. Стимулювання діяльності менеджерів стратегічного рівня управління підприємствами: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 324 с. <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30355>

Інтернет-ресурси:

1. Журнал «& Стратегії»: веб-сайт. URL: <http://www.strategy.com.ua>
2. Журнал «Форбс Україна»: веб-сайт. URL: <http://forbes.ua>
3. Інтернет-портал для управлінців. URL: <http://management.com.ua>
4. ЛігаБізнесІнформ. URL: <http://www.liga.net>
5. Сайт Бостонської консалтингової групи: веб-сайт. URL: <http://www.bcg.com>