

Стратегія підприємства

(назва навчальної дисципліни)

1. АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предметом вивчення навчальної дисципліни є процес формування у студентів наукового світогляду та спеціальних знань з теорії та практики сучасного стратегічного менеджменту щодо розробки та впровадження стратегії підприємства відповідно до вітчизняних та світових практик.

2. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни: формування системи теоретичних і практичних знань з формування та реалізації стратегії підприємства з використанням існуючих практик та сучасних інструментів, що дозволяє підвищити ефективність діяльності організації з врахуванням умов внутрішнього та зовнішнього середовища.

Предметом вивчення дисципліни «Стратегія підприємства» є методологія забезпечення ефективної реалізації стратегічного розвитку.

Завдання дисципліни:

- формування системи знань у сфері теоретичних, методичних і практичних основ стратегічного менеджменту;
- оволодіння науково-обґрунтованим підходом до розробки та реалізації заходів із підвищення ефективності діяльності організацій;
- опанування існуючих методів і інструментів стратегічного менеджменту;
- оволодіння навичками творчого критичного підходу до оцінки викладених у спеціальній літературі точок зору щодо стратегії розвитку;
- залучення студентів до використання отриманих навичок в науково-дослідній роботі.

3. ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС

| № зан. | Тема занять |
|--------|--|
| 1 | Підприємство як об'єкт стратегічного управління |
| 2 | Структура процесу стратегічного управління підприємством. Поняття «місії» та «стратегічного бачення» у стратегічному управлінні підприємством. |
| 3 | Визначення стратегічної «цілі» діяльності підприємства. Види та ієрархія цілей діяльності підприємства. |
| 4 | Аналіз поточного стану підприємства. |
| 5 | Портфельний аналіз підприємства. Поняття стратегічної бізнес- одиниці (СБО). |
| 6 | Обґрунтування та вибір стратегії підприємства. Класифікація стратегій підприємства. |
| 7 | Зміст ділової стратегії підприємства |
| 8 | Функціональна і операційна стратегії підприємства |
| 9 | Маркетингові стратегії. Стратегії зростання згідно І. Ансоффу. |
| 10 | Стратегія на основі нових стосунків із споживачами із застосуванням електронного маркетингу. Стратегії двадцять першого століття. |
| 11 | Реалізація стратегії підприємства. |

4. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

| № зан. | Тема занять |
|--------|---|
| 1 | Тема 1. Підприємство як об'єкт стратегічного управління Задача. Побудова системи стратегічного вимірювання результативності бізнесу. |
| 2 | Тема 3. Визначення стратегічної цілі діяльності підприємства. Види та ієрархія цілей діяльності підприємства. Задача. Формування інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного управління. |
| 3 | Тема 4. Аналіз поточного стану підприємства. Задача. Проведення SWOT-аналізу. |
| 4 | Тема 5. Портфельний аналіз підприємства. Поняття стратегічної бізнес-одиниці (СБО). Задача. Генерація та аналіз стратегічних альтернатив на бізнес-рівні. BCG-аналіз. |
| 5 | Тема 7. Зміст ділової стратегії підприємства. Задача. Проведення бізнес-аналізу |
| 6 | Тема 8. Функціональна і операційна стратегії підприємства. Задача. Формування організаційного забезпечення стратегічного управління і внесення змін до організаційних структур управління. |
| 7 | Тема 10. Стратегія на основі нових стосунків із споживачами із застосуванням електронного маркетингу. Стратегії двадцять першого століття. Задача. Фінансово-економічний механізм забезпечення стратегічного управління |
| 8 | Тема 11. Реалізація стратегії підприємства. Задача. Управління реалізацією стратегії |

5. САМОСТІЙНА РОБОТА

| № п/п | Вид роботи / Назва теми |
|-------|---|
| 1 | Підготовка до аудиторних занять |
| 2 | Підготовка до контрольних заходів |
| 3 | Опрацювання розділів програми, які не викладаються на лекціях: |
| 3.1 | Тема 2. Структура процесу стратегічного управління підприємством. Поняття «місії» та «стратегічного бачення» у стратегічному управлінні підприємством. Структура процесу стратегічного управління підприємством (5 етапів). |
| 3.2 | Тема 9. Маркетингові стратегії. Стратегії зростання згідно І. Ансоффу. Комплекс стратегій, що відносяться до стратегії зростання. Стратегії згідно Книшу |
| 4 | Підготовка до екзамену |

6. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Оцінювання знань студентів з дисципліни «Стратегія підприємства» здійснюється на основі результатів поточного контролю знань.

Використовуються наступні методи контролю:

- усне опитування при проведенні практичних занять;
- тестування на контрольних заходах;
- письмове опитування при проведенні заходів контролю.