

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.