

Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
“Донбаський державний педагогічний університет”

Кафедра менеджменту

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПАРТНЕРСТВА В БІЗНЕСІ

підготовки здобувачів рівня вищої освіти **магістр**
спеціальності **073 Менеджмент**

спеціалізації: Бізнес-адміністрування

Слов'янськ – 2017 р.

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО КАФЕДРОЮ менеджменту Державного вищого навчального закладу „Донбаський державний педагогічний університет” (протокол № 2 від 03 листопада 2016 року).

УКЛАДАЧІ ПРОГРАМИ:

Пилипенко О.С. – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту Державного вищого навчального закладу „Донбаський державний педагогічний університет”

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Коверга С.В. – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту Державного вищого навчального закладу „Донбаський державний педагогічний університет”;

Гончар Л.В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Державного вищого навчального закладу „Донбаський державний педагогічний університет”

Рекомендовано до впровадження
науково-методичною радою
Державного вищого навчального закладу
“Донбаський державний педагогічний університет”

“1” грудня 2016 р.

протокол № 2

Перший проректор _____

(О.Г.Набока)

ВСТУП

Навчальна програма дисципліни „Стратегічне управління та стратегічні партнерства в бізнесі” складена відповідно до освітньої програми та навчального плану підготовки здобувачів магістерського рівня вищої освіти за спеціальністю 073 Менеджмент. спеціалізації Управління навчальним закладом.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є складові стратегічного управління організацією, методика діагностики зовнішнього та внутрішнього середовища організації, SWOT та PEST-аналіз, стратегічне планування, корпоративна та функціональні стратегії, стратегічний контролінг.

Міждисциплінарні зв'язки: „Менеджмент”, „Економіка підприємства”, “Аналіз господарської діяльності”, “Бізнес-планування”, “Технологія прийняття управлінських рішень”, “Управління конкурентоспроможністю”.

Програма навчальної дисципліни містить такі змістові модулі:

1. Передумови формування та розвитку стратегічного управління.

2. Стратегічні плани та забезпечення їх реалізації.

3. Стратегічні партнерства в бізнесі: чинники формування, види, характеристика, особливості управління.

1. Мета і завдання навчальної дисципліни

1.1. **Метою** вивчення навчальної дисципліни „Стратегічне управління та стратегічні партнерства в бізнесі” є оволодіння сучасними теоретичними основами стратегічного управління та практичними навичками прийняття стратегічних рішень в процесі управління діяльністю та розвитком підприємництва на ринку. Результатом вивчення дисципліни є здобуття теоретичних знань щодо стратегічного управління суб'єктами господарювання, практична підготовка студентів та формування професійних компетенцій.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни „ Стратегічне управління та стратегічні партнерства в бізнесі” є:

- вивчити особливості стратегічного управління;
- освоїти техніку аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства;
- навчитися робити обґрунтований вибір стратегій організації, формувати стратегічні цілі;
- освоїти теорію стратегічного планування, контролю та оцінки ефективності реалізації стратегії;
- вивчити концепцію стратегічного партнерства;
- навчитися створювати ефективні моделі бізнес-взаємодії підприємств.

1.3. За результатами вивчення дисципліни студент повинен:

знати:

- суть стратегічного управління;
- види та зміст стратегій;
- теоретичні основи ціле покладання;
- методичні підходи до дослідження зовнішнього, проміжного, внутрішнього середовища підприємства;
- методологію економічного прогнозування та діагностики;
- методологічні підходи до стратегічного планування, організації контролінгу, оцінки ефективності реалізації стратегії;
- моделі стратегічного управління;
- чинники формування стратегічних партнерств;
- основні форми партнерств;
- принципи партнерства в бізнесі;
- особливості управління стратегічними партнерствами.

вміти:

- аналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище організації, проводити багатофакторний системний аналіз;
- визначати місію та цілі організації, стратегічні цільові пріоритети;
- розробляти маркетингову, виробничу, фінансову стратегії, стратегію управління персоналом;
- здійснювати стратегічний та тактичний контролінг;
- застосовувати класичні методи та моделі при прийнятті стратегічних рішень;
- отримати навички самостійної роботи з вивчення елементів дисципліни, постійного вивчення сучасних досягнень в області стратегічного менеджменту, економічно грамотного вирішення управлінських завдань;
- розробляти підходи до формування, координації та контролю діяльності стратегічних партнерств;
- створювати ефективні моделі бізнес-взаємодії підприємств.

На вивчення навчальної дисципліни відведено 120 годин /4 кредити ECTS.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1

Передумови формування та розвитку стратегічного управління.

Тема 1. Концептуальні засади теорії стратегічного управління.

Передумови розвитку теорії стратегічного управління. Концепція стратегічного управління. Предмет та об'єкт стратегічного управління підприємством. Поняття “стратегія підприємства”. Стратегічні рішення на підприємствах та фактори впливу на їх прийняття.

Ключові гіпотези стратегічного управління: випадковості; залежності від зовнішнього середовища; відповідності; стратегії; здібності та діяльності; багатоелементності ; збалансованості. Задачі стратегічного управління. Порівняльний аналіз стратегічного управління з іншими науковими підходами до управління підприємствами. Методи стратегічного управління.

Імовірні вигоди від застосування стратегічного управління в практичній діяльності підприємств. Причини зростання значущості стратегічного управління для підприємств у ринкових умовах господарювання. Досвід та проблеми використання теорії стратегічного управління в процесі розвитку управління підприємствами в ринкових умовах господарювання.

Тема 2. Рівні стратегічних рішень та типологія стратегій підприємства.

Передумови для прийняття стратегічних рішень у процесі управління підприємством: корпоративний, діловий, функціональний та операційний рівні стратегічних рішень.

Характерні риси стратегій підприємства. Загальна типологія стратегій за рівнями стратегічних рішень.

Стратегії підприємств різних галузей. Еталонні стратегії розвитку підприємства та стратегії його організаційного розвитку.

Стратегії управління ресурсами підприємства (ресурсозабезпечення та ресурсозбереження) та особливості їх вибору.

Виробничі стратегії підприємства та їх класифікація за: розвитком виробництва, використанням виробничого потенціалу, стадіями виробничої філософії тощо. Маркетингова стратегія та її субстратегії (ринкова, товарна, якості, ціни, просування, збуту). Стратегії управління персоналом. Стратегії наукових досліджень та розробок.

Тема 3. Етапи стратегічного управління та особливості формування стратегії підприємства.

Основні етапи стратегічного управління: стратегічне планування, стратегічний аналіз; стратегічний вибір; реалізація стратегій.

Місія підприємства та правила її формулювання в процесі стратегічного управління підприємствами. Значення місії для підприємства з орієнтацією на стратегічний розвиток. Класифікація стратегічних цілей. Побудова дерева

стратегічних цілей. Визначення факторів, що впливають на вибір стратегічних цілей. Формування системи стратегічних цілей і завдань.

Альтернативні підходи стратегічних шкіл до формування стратегії підприємства. Сутність та принципи планування стратегій.

Змістовий модуль 2

Стратегічні плани та забезпечення їх реалізації

Тема 1. Стратегічне планування.

Принципи стратегічного планування. Значення стратегічного планування діяльності підприємства в умовах нестабільності зовнішнього оточення. Підходи до організації стратегічного планування у підприємстві.

Процес стратегічного планування. Характеристика етапу цілеутворення. Вибір місії та правила її формування. Значення місії для підприємства з орієнтацією на стратегічний розвиток. Девіз та кредо підприємства. Класифікація стратегічних цілей. Фактори, які впливають на вибір стратегічних цілей. Сфери встановлення стратегічних цілей підприємства.

Тема 2. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства.

Сутність та об'єкти стратегічного аналізу в процесі прийняття стратегічних рішень.

Специфіка загального, галузевого, операційного та внутрішнього середовища підприємства. Типи зовнішнього середовища підприємства: змінне або нестабільне; вороже; різноманітне; технічно складне. Фактори впливу на нестабільність зовнішнього середовища.

Особливості стратегічного аналізу середовища підприємств виробничої та невиробничої сфер діяльності. Методи та моделі для проведення стратегічної діагностики середовища підприємства.

Наукові підходи до визначення ступеня нестабільності зовнішнього середовища. Та її роль у стратегічному управлінні підприємством. Методи та показники оцінювання ризиків ринкового середовища підприємства.

Стратегічний аналіз галузевого середовища підприємства. Особливості галузевого розвитку у часі. Модель життєвого циклу у галузі. Визначення ключових факторів успіху (КФУ) підприємства залежно від специфіки галузевого середовища.

Тема 3. Стратегічний потенціал підприємства та формування його конкурентних переваг.

Поняття “стратегічний потенціал підприємства”. Елементи стратегічного потенціалу підприємства та фактори впливу на його формування і розвиток.

Методи та показники оцінювання стратегічного потенціалу підприємства. Розриви між стратегічними цілями та потенціалом

підприємства. Особливості управління стратегічним потенціалом підприємств різних сфер економічної діяльності.

Сутність, класифікація та основні характеристики конкурентних переваг підприємства. Ресурси та компетенції як носії конкурентних переваг підприємства. Характеристика ключових компетенцій як носіїв конкурентних переваг підприємства та методи їх ідентифікації. Основні способи (механізми) конфігурації компетенцій підприємства.

Організаційні здатності як необхідна база розвитку ресурсів та компетенцій підприємства. Рутини, їх місце в організаційних процесах та способи трансформації.

Технології формування та розвитку конкурентних переваг підприємства. Концепція ланцюга формування вартості (цінностей). Вплив змін у стратегічному потенціалі підприємства на розвиток та зміцнення його конкурентних переваг на ринку.

Тема 4. Види стратегічного управління.

Девіантний та превентивний характер системи управління. Системи управління в умовах стабільного, динамічного зовнішнього оточення та в умовах кризової ситуації.

Поняття “сильних” і “слабких” сигналів зовнішнього середовища в процесі стратегічного управління підприємством.

Ранжування управлінських завдань за ступенем терміновості рішення. Інформаційні компоненти системи стратегічного управління підприємством.

Управління на засадах контролю, екстраполяції, передбачення змін. Управління на засадах гнучких екстрених рішень: управління шляхом реструктурування стратегічних завдань; управління за слабкими сигналами, управління в умовах стратегічних несподіванок.

Застосування різновидів стратегічного управління підприємствами України та інших країн світу в ринкових умовах господарювання.

Тема 5. Портфельні стратегії та управління стратегічною позицією підприємства.

Поняття “портфель підприємства” у стратегічному управлінні та мета його розробки. Сутність портфельної стратегії підприємства та її різновиди залежно від галузевої привабливості та організаційної сили підприємства.

Стратегічна позиція підприємства та стратегічні зони господарювання (СЗГ): поняття та характеристика. Параметри, які характеризують стратегічну позицію підприємства та СЗГ. Ключові фактори успіху СЗГ: види та характеристика.

Стратегічна сегментація ринку в процесі управління стратегічною позицією підприємства. Визначення реальної та потенційної ємності ринку.

Привабливість СЗГ та її оцінювання. Стратегічна гнучкість (зовнішня та внутрішня) та синергізм СЗГ. Використання матриць “Бостонської консультативної групи”, “Мак Кінзі”, “Shell”- ДРМ, моделі АДЛ та інші для

оцінювання стратегічної позиції підприємства та визначення стратегічно перспективних для цього напрямків розвитку/дій на ринку.

Тема 6. Генерування стратегій та умови їх реалізації.

Критерії вибору стратегічних альтернатив. Використання матричних моделей (І. Ансоффа, М. Портера та інших) у процесі генерування стратегій підприємства.

Стратегічний набір підприємства та вимоги до його формування. Поняття стратегічної програми. Специфічні напрямки наповнення стратегічної програми.

Умови реалізації стратегії, пов'язані з управлінською структурою, організаційною культурою та персоналом підприємства. Створення корпоративної культури для підтримки стратегії підприємства. Мотивація персоналу в процесі реалізації стратегії.

Тема 7. Стратегічний контроль в процесі стратегічних перетворень на підприємстві.

Мета та завдання стратегічного контролю в управлінні діяльністю підприємства в ринкових умовах господарювання. Критерії та показники ефективності стратегій.

Оцінювання доцільності впровадження стратегічних змін на підприємстві в процесі реалізації стратегії. Суть стратегічних перетворень та визначення їх рівня: стратегія, що триває; рутинні стратегічні зміни; обмежені зміни; радикальні стратегічні перетворення; зміна напряму руху.

Агенти змін, їх навички та основні завдання. Налагодження зворотнього зв'язку в процесі стратегічного управління. Підготовка агентів змін середньої ланки.

Змістовий модуль 3.

Стратегічні партнерства в бізнесі: чинники формування, види, характеристика, особливості управління.

Тема 1. Концепція стратегічного партнерства.

Сутність поняття “стратегічне партнерство”. Види та характеристика стратегічних партнерств. Чинники формування стратегічних партнерств. Основні форми партнерств. Принципи партнерства в бізнесі. Концепція стратегічного партнерства.

Тема 2. Механізм управління стратегічним партнерством.

Критерії диференціації стратегічних партнерств. Формування механізмів координації та контролю діяльності стратегічних партнерств в бізнесі. Особливості управління стратегічними партнерствами залежно від типу створення споживчої цінності. Створення ефективної моделі бізнес-взаємодії підприємств.

3. Рекомендована література

Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб., 1999.

Василенко В.А., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління. Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.

Б. Довбня, А.О. Найдовська, М.М. Хитько. Стратегія підприємства. Частина 1: Навч. посібник. – Дніпропетровськ: НМетАУ, 2011. – 71 с.

Кайлюк Є.М., Андреева В.М., Гриненко В.В. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб. – Х.: ХНАМГ, 2010ю – 279 с.

Махова Г. Стратегічні альянси підприємств в Україні: передумови формування та перспективи розвитку// [Електронний ресурс] Г. Махова. – Режим доступу: <http://economica.org.ua/2011/strategichni-alyasni-ua/>.

Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: Підручник. – Тернопіль: Економічна думка. – 2006. – 390 с.

Уоллес Р.Л. Стратегические альянсы бизнесе. Технологии построения долгосрочных партнерских отношений и создания совместных предприятий [Текст] / Р.Л. Уоллес; пер. с англ. Малкова И. – М.: Хорошая книга, 2005. - 288 с.

4. Форма підсумкового контролю результатів навчання

Формою підсумкового контролю є іспит.

5. Засоби діагностики результатів навчання

Основними засобами діагностики результатів навчання є:

- усні відповіді на теоретичні питання;
- тести;
- ситуаційні завдання.

