

**Програма підготовки бакалаврів у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» зі спеціальності 051 «Економіка»**

**«Стратегія підприємства»**

**150 годин / 5 кредитів ЕКТС  
(30 годин лекцій, 30 годин практичних занять)**

***Навчальний контент***

**Модуль 1**

**Змістовий модуль 1.** Теоретичні засади, інструментарій та методи розроблення стратегій підприємства

**Тема 1.** Поняття і зміст стратегії.

**Тема 2.** Місія підприємства, його образ і кредо. Ешпрідська модель місії.

**Тема 3.** Внутрішнє середовище економічної системи.

**Тема 4.** Поняття і структура зовнішнього середовища.

**Тема 5.** Оцінка стратегічного потенціалу.

**Модуль 2**

**Змістовий модуль 2.** Стратегії підприємства

**Тема 6.** Створення стратегічної бази підприємства, його основні завдання.

**Тема 7.** Сутність і форми диверсифікації.

**Тема 8.** Стимули розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

**Тема 9.** Сутність корпоративної стратегії, основні елементи її формування.

**Тема 10.** Етапи вибору стратегічного стану бізнесу.

**Модуль 3**

**Змістовий модуль 3.** Вибір стратегічних альтернатив

**Тема 11.** Ранжування стратегічних проблем підприємства.

**Тема 12.** Декомпонування цілей економічної системи.

**Тема 13.** Зміст сучасної концепції стратегічного управління.

**Програма підготовки бакалаврів у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» зі спеціальності 051 «Економіка»**

**«Стратегія підприємства»**

**150 годин / 5 кредитів ЕКТС**

**(30 годин лекцій, 30 годин практичних занять)**

***Теми практичних занять***

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Характеристика підходів до опрацювання стратегії	2
2	Конфлікти цілей, можливості їх розв'язання	2
3	Особливості управління реалізацією стратегії	4
4	Аналіз зовнішнього середовища	2
5	Ресурси підприємства як можливість досягнення стратегічних цілей	2
6	Характеристика стратегій бізнесу	2
7	Синергізм. Обґрунтування диверсифікації	2
8	Особливості міжнародних ринків	4
9	Етапи опрацювання моделі корпоративної стратегії	2
10	Підбір стратегії у відповідності до стадії життєвого циклу товару	2
11	Сутність терміну «портфель». Об'єктивні причини існування портфель	2
12	Методологія декомпонування стратегії підприємства	2
13	Концепція сталого розвитку суспільства. Концепція стратегічного управління	2
<b>Разом</b>		<b>30</b>

**Програма підготовки бакалаврів у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» зі спеціальності 051 «Економіка»**

**«Стратегія підприємства»**

**150 годин / 5 кредитів ЕКТС**

**(30 годин лекцій, 30 годин практичних занять)**

***Завдання для самостійної роботи***

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Принципи формування стратегічної моделі підприємства	8
2	Чинники, що впливають на формування місії за Ф. Котлером	8
3	Проб-леми формування організаційної культури підприємства	6
4	Методи оцінки і прогнозування зовнішнього середовища	8
5	Діагностика стану підприємства у конкурентному середовищі, її принципи та алгоритм	8
6	Правила вибору стратегій за умов ринку за І. Ансоффом	8
7	Стратегія диверсифікації. Аналіз рівня диверсифікації	8
8	Формування стратегії зовнішнього розвитку. Стратегічні альянси	6
9	Теорія ігор, її значення для корпоративної стратегії	6
10	Сценарії, їх роль в опрацюванні моделі корпоративної стратегії	6
11	Критерії оцінки обраної стратегії	6
12	Контролінг, його сутність та роль у декомпонуванні стратегії підприємства	6
13	Особистісні якості, необхідні сучасному менеджеру	6
<b>Разом</b>		<b>90</b>

**Програма підготовки бакалаврів у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» зі спеціальності 051 «Економіка»**

**«Стратегія підприємства»**

**150 годин / 5 кредитів ЕКТС**

**(30 годин лекцій, 30 годин практичних занять)**

***Завдання для поточного та підсумкового контролю***

**Контрольні питання до 1-го модуля**

1. Завдання підприємства як відкритої системи у ринкових умовах.
2. Еволюція поняття стратегії.
3. Визначення стратегії як економічної категорії.
4. Етапи розвитку підприємства у межах стратегічної моделі.
5. Класифікація стратегій.
6. Підходи до опрацювання стратегії.
7. Можливості, які дозволяє реалізувати стратегія на рівні підприємства.
8. Принципи формування стратегічної моделі.
9. Особливості стратегічних управлінських рішень, що покладаються в основу опрацювання моделі стратегії та її практичної реалізації.
10. Сутність стратегічних перетворень на підприємстві.
11. Альтернативи інтенсивного зростання підприємства.
12. Інфраструктурне забезпечення опрацювання стратегічної моделі.
13. Визначення місії підприємства.
14. Образ, кредо, їх роль у формуванні місії підприємства.
15. Організаційна (корпоративна) культура, чинники, що на неї впливають.

16. Етрідська модель місії підприємства (за Е. Кемпбелом).
17. Значення місії для підприємства.
18. Основні аспекти, що мають відображення у місії підприємства.
19. Чинники, що впливають на формування місії підприємства (за Ф. Котлером).
20. Визначення цілей підприємства.
21. Класифікація цілей підприємства.
22. Чинники, що враховуються при формуванні цілей.
23. Характеристичні риси цілей підприємства.
24. Групи цілей, передбачені місією (фінансові та стратегічні).
25. Вимоги до цілей.
26. Особливості відносин між цілями.
27. Можливості розв'язання конфліктів цілей.
28. Функції цілей.
29. Етапи процесу визначення цілей.
30. Причини невідповідності цілей умовам ринку (причини субоптимізації за Д.Міллером і М.Старром).
31. Ідентифікація та адаптація у ціле утворенні.
32. «Дерево цілей», вимоги до його побудови.
33. Носії інтересів, що мають вплив на формування цілей підприємства.
34. Прояви можливостей стратегії.
35. Ознаки недостатнього обґрунтованої стратегії.
36. Ключові характеристики стратегії.
37. Індикатори стратегічних досягнень.
38. Напрями аналізу внутрішнього середовища економічної системи.
39. Характерні можливі зміни економічної системи, що можуть бути закладеними у стратегічну модель.
40. Чинники, що впливають на зміну організаційної структури підприємства.
41. Проблеми формування організаційної культури підприємства.

42. Завдання управління реалізацією стратегії.
43. Навчання персоналу, його ключові моменти.
44. Альтернативна вартість, критерій Каретто-ефективності.
45. Опір змінам: сутність, причини, методи боротьби.
46. Поняття зовнішнього середовища.
47. Чинники, що визначають складність зовнішнього середовища.
48. Характеристика чинників мікросередовища.
49. Характеристика чинників макросередовища.
50. Найбільш поширені моделі зовнішнього середовища економічної системи.
51. Етапи проведення аналізу зовнішнього середовища.
52. Схема аналізу зовнішнього середовища.
53. Характеристика економічного механізму виникнення кризового стану.
54. Сканування, його основні напрямки та інструментарій.
55. Методичні матеріали для здійснення сканування.
56. Моніторинг зовнішнього середовища.
57. Прогнозування зовнішнього середовища.
58. PEST – аналіз.
59. SWOT – аналіз.
60. Метод «5\*5».
61. Метод «Перелік з 4<sup>х</sup> питань».
62. Гарвардська модель аналізу стратегічного потенціалу підприємства.
63. Класифікація внутрішньовиробничих резервів підприємства.

### **Контрольні питання до 2-го модуля**

1. Завдання створення стратегічної бази підприємства.
2. Поняття стратегії бізнесу (за А.А.Томпсоном та А.Дж.Стріклендом).
3. Чинники, що впливають на опрацювання стратегії бізнесу.

4. Правила вибору стратегії за умов ризику (за І.Ансоффом).
5. Характеристика найбільш розповсюджених стратегій бізнесу.
6. Поняття терміну «диверсифікації».
7. Форми диверсифікації.
8. Диверсифікація як інструмент використання переваг підприємства.
9. Диверсифікація як організаційно-економічний чинник зростання ефективності виробництва.
10. Збуджувальні мотиви здійснення диверсифікації.
11. Мотиви для обґрунтування необхідності диверсифікації.
12. Наукові гіпотези диверсифікації.
13. Джерела диверсифікаційних процесів.
14. Сутність стратегії диверсифікації.
15. Основні чинники, що зумовлюють вибір стратегії диверсифікації.
16. Різновиди стратегії диверсифікації.
17. Аналіз рівня диверсифікації підприємства, його показники (за Р.Румельтом).
18. Вимір диверсифікації (сутнісний та просторовий), їх характеристика.
19. Зовнішньоекономічна діяльність як форма господарської діяльності підприємства.
20. Стимули розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.
21. Цілі створення (з іншими державами) підприємств.
22. Види спеціальних економічних зон.
23. Цілі вивезення капіталу за кордон.
24. Основні переваги іноземного інвестування.
25. Основні чинники, що враховуються при виході підприємства на закордонний ринок.
26. Особливості міжнародних ринків.
27. Аспекти, що визначають необхідність стратегій зовнішнього середовища.

28. Етапи процесу формування стратегії зовнішнього розвитку.
29. Типи стратегій зовнішнього розвитку.
30. Типи конкурентів на міжнародних ринках.
31. Стратегічні альянси (союзи).
32. Зміст діяльності стратегічних альянсів.
33. Принципи, необхідні для досягнення найкращих результатів від стратегічного альянсу.
34. Притулки прибутку.
35. Критичні ринки.
36. Поняття і сутність корпоративної стратегії.
37. Основні елементи, що формують корпоративну стратегію.
38. Критерії механізму створення корпоративної стратегії.
39. Агресивність стратегії.
40. Основні завдання, що вирішуються у процесі опрацювання моделі корпоративної стратегії.
41. Етапи опрацювання моделі корпоративної стратегії.
42. Джерела інформації для опрацювання моделі корпоративної стратегії.
43. Різновиди корпоративної стратегії.
44. Дії, що застосовуються при опрацюванні корпоративної стратегії диверсифікованого підприємства.
45. Підходи до опрацювання корпоративної стратегії (за М.Портером).
46. Теорія ігор як метод опрацювання моделі корпоративної стратегії.
47. Критерії вибору стратегічних рішень.
48. Етапи вибору стратегії.

### **Контрольні питання до 3-го модуля**

1. Правила проектування сценаріїв.



2. Результати діагностики як основа визначення можливих стратегій розвитку підприємства.

3. Сутність методичного підходу щодо формування раціональної основи визначення стратегічних альтернатив розвитку підприємства.

4. Стратегічні альтернативи.

5. Сутність поняття «портфель».

6. Способи утворення портфелів.

7. Об'єктивні причини існування портфелів.

8. Аспекти, з якими пов'язана портфельна стратегія.

9. Критерії оцінки обраної стратегії.

10. Ключові чинники аналізу проблеми реалізації стратегічних задумів.

11. Характеристика елементів корпоративної культури.

12. Системний аналіз як основа декомпонування цілей економічної системи.

13. Послідовні аспекти декомпонування стратегічної мети економічної системи.

14. Декомпонування стратегії підприємства, проблеми, які воно вирішує.

15. Етапи декомпонування стратегії підприємства.

16. Типи програм декомпонування стратегії підприємства.

17. Основні методи здійснення декомпонування стратегії підприємства.

18. Роль інформації у здійсненні декомпонування корпоративної стратегії підприємства.

19. Інформаційні фільтри, їх характеристика.

20. Модель стратегічної інформації.

21. Інжинирінг, його сутність та значення для декомпонування корпоративної стратегії підприємства.

22. Основні види послуг, що надаються у ході інжинирінгу.

23. Контролінг, його зміст і види.

24. Тактичний контролінг, його головні завдання.

25. Стратегічний контролінг, його головні завдання.
26. Вибір показників для оцінки виконання стратегії, вимоги до них.
27. Сталий розвиток економіки у контексті. Концепції сталого розвитку суспільства (1992р., Ріо-де-Жанейро).
28. Концепція управління, її сутність.
29. Стратегічне управління.
30. Характерні риси концепції стратегічного управління.
31. Основні чинники, що впливають на формування характерних рис системи стратегічного управління.
32. Мета стратегічного управління.
33. Цільовий підхід та цільове управління.
34. Провідна ідея концепції стратегічного управління у ХХІ ст.
35. Чинники, що зумовлюють новий зміст концепції стратегічного управління.
36. Основні сучасні напрями стратегічного управління.
37. Основні принципи сучасного стратегічного управління.
38. Проблеми стратегічного управління.
39. Переваги стратегічного управління.
40. Функції вищого керівництва при опрацюванні моделі стратегічної поведінки підприємства на ринку.
41. Роль прогнозування у стратегічному управлінні, його найважливіші функції.
42. Мета прогнозу, методи прогнозування.
43. Основні елементи, що визначають здібності менеджерів до стратегічного управління.
44. Якості, необхідні менеджерам у процесі опрацювання моделі стратегії.
45. Зміст стратегічного мислення.