

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Факультет економіки і підприємництва

Анотація:

Мета курсу (інтегральна компетентність) – здобути глибокі теоретичні знання та набути практичних навичок розробки стратегії підприємства як основної структурної ланки ринкової економіки, від аналізу та оцінювання середовища функціонування підприємств, визначення цілей та стратегій, формування стратегічних планів, проектів і програм до створення підсистем організаційного, фінансово-економічного, соціально-психологічного та інформаційно-аналітичного спрямування, що забезпечують функціонування організації у стратегічному режимі.

Цілі курсу (програмні компетентності):

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми;
- розуміння особливостей теоретичних основ, сутності та принципів розробки стратегії підприємства;
- здатність використовувати теоретичний та методичний інструментарій для діагностики мікро–, макросередовища та стратегічного потенціалу підприємства;
- здатність розуміти і враховувати соціальні, екологічні, етичні, економічні аспекти, що впливають на формування підприємницьких рішень
- знати форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких структур;
- здатність на основі опису економічних процесів і явищ будувати стандартні стратегічні моделі розвитку, аналізувати і змістовно інтерпретувати отримані результати
- володіння науковими поняттями, теоретичними знаннями та методичними навичками матричних методів формування корпоративної стратегії підприємства;
- здатність обирати та використовувати відповідні методи та інструментарії для обґрунтування управлінських рішень щодо визначення цілей та стратегій розвитку;
- уміння аргументувати вибір стратегічного розвитку підприємства, критично оцінювати отримані результати та захищати прийняті рішення.

Програмні результати навчання:

- демонструвати здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- вміти виявляти, ставити та вирішувати проблеми;

- знати особливості теоретичних основ, сутності та принципів розробки стратегії підприємства;
- вміти використовувати теоретичний та методичний інструментарій для діагностики мікро-, макросередовища та стратегічного потенціалу підприємства;
- знати форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких структур
- вміння прогнозувати показники діяльності підприємства на основі визначеного рівня кон'юнктури ринку;
- вміння поєднувати сучасні методи та моделі щодо прогнозування стратегічного розвитку підприємства;
- оволодіти науковими поняттями, теоретичними знаннями та методичними навичками матричних методів формування корпоративної стратегії підприємства;
- демонструвати здатність обирати та використовувати відповідні методи та інструментарії для обґрунтування управлінських рішень щодо визначення цілей та стратегій розвитку;
- вміти аргументувати вибір стратегічного розвитку підприємства, критично оцінювати отримані результати та захищати прийняті рішення.

Короткий зміст курсу:

Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції. Визначення місії та цілей підприємства. Стратегічний контекст підприємства. Методи аналізу макросередовища (PEST – аналіз). Аналіз мікросередовища діяльності підприємства. Модель “галузевої конкуренції” М. Портера. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства. Складання стратегічного балансу та сутність SWOT – аналізу. Матриця SWOT – аналізу. Загальні та загально-конкурентні стратегії. Визначення “стратегічного набору” підприємства та вимоги до його формування. Забезпечувальні стратегії підприємства. Стратегії диверсифікації діяльності підприємства. Корпоративна стратегія підприємства. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства. Альтернативність у стратегічному виборі.