

СТРАТЕГІЧНЕ МИСЛЕННЯ ТА ВПЛИВ НА БІЗНЕС

Кафедра економіки

Факультет економіки і підприємництва

Анотація:

Мета курсу (інтегральна компетентність) - формування системного стратегічного мислення та розвиток навичок ефективного впливу на бізнес-середовище шляхом прийняття обґрунтованих управлінських рішень, побудови стійкої бізнес-моделі та формування особистого авторитету керівника.

Міждисциплінарні зв'язки. Починаючи вивчати дисципліну «Стратегічне мислення та вплив у бізнесі», здобувачі повинні мати базові знання з менеджменту, мікро- і макроекономіки, теорії організацій, соціальної психології, а також володіти навичками аналізу інформації, побудови логічних схем і прийняття рішень.

Цілі курсу (програмні компетентності):

- оволодіння поняттями та підходами до стратегічного мислення у сучасному менеджменті;
- здатність аналізувати середовище бізнесу та прогнозувати сценарії розвитку;
- розуміння природи управлінського впливу та вміння його ефективно реалізовувати в діловому контексті;
- розвиток навичок прийняття стратегічних рішень у складних і непередбачуваних умовах;
- формування індивідуальної здатності до стратегічного бачення та впливу на бізнес-комунікації.

Програмні результати навчання:

- здійснювати стратегічний аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації;
- визначати ключові фактори впливу на бізнес-рішення та адаптувати їх до контексту діяльності;
- формулювати місію, бачення, цілі та стратегічні напрями розвитку бізнесу;
- обґрунтовувати вибір стратегічних альтернатив і методів їх реалізації;
- виявляти й використовувати інструменти впливу в управлінні людьми та організаційною поведінкою;
- будувати особистий бренд лідера зі стратегічним мисленням;

- формувати стратегії ділової комунікації в умовах змін і конкуренції;
- застосовувати методи сценарного планування й стратегічної адаптації;
- розвивати м'які навички (soft skills), зокрема критичне мислення, комунікацію та креативність, для ефективного управління командою.

Короткий зміст курсу: Сутність стратегічного мислення: поняття, структура, рівні. Парадигми стратегічного мислення в бізнесі. Стратегія як інструмент мислення й управління. Види стратегій в організаціях. Етапи стратегічного планування. Інструменти стратегічного аналізу: SWOT-, PEST-, GAP-, SPACE-аналіз. Формування стратегічного бачення та місії компанії. Вибір стратегічних альтернатив. Ризики та невизначеність у стратегічному управлінні. Сценарне планування. Критичне мислення в прийнятті стратегічних рішень. Моделі ухвалення управлінських рішень. Вплив як інструмент керівництва: поняття, типи, механізми. Емоційний інтелект у впливі на команду. Політика й влада в організаціях. Джерела та інструменти влади. Маніпуляція, переконання, мотивація в діловому середовищі. Стратегії впливу в переговорах і публічних виступах. Побудова авторитету та формування стратегічного іміджу лідера. Інструменти стратегічних комунікацій: меседжі, історії, мова впливу. Вплив в епоху цифровізації: бренд, соціальні медіа, репутаційний капітал. Етичні аспекти стратегічного впливу в бізнесі.