

Міністерство освіти і науки України

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Кафедра економіки та менеджменту

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з науково-педагогічної роботи
канд. хімічних наук, доц.
_____ Пантелеймонов А. В.

“ _____ ” _____ 2018р

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Бізнес-стратегії

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти _____ Другий (магістерський) рівень вищої освіти

галузь знань _____ 07 Управління та адміністрування
(шифр і назва)

спеціальність _____ 073 Менеджмент
(шифр і назва)

освітня програма _____ Бізнес-менеджмент
(шифр і назва)

спеціалізація _____
(шифр і назва)

вид дисципліни _____ обов'язкова
(обов'язкова / за вибором)

факультет _____ Економічний

2018 / 2019 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження вченою радою економічного факультету “22” червня 2018 року, протокол № 8

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Дорошенко Ганна Олександрівна,
доктор економічних наук, професор, професор кафедри економіки та менеджменту

Тешева Лариса Василівна кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту

Програму схвалено на засіданні кафедри
економіки та менеджменту

Протокол від “20” червня 2018 року № 13

Завідувач кафедри економіки та менеджменту

_____ (Дорошенко Г. О.)
(підпис) (прізвище та ініціали)

Програму погоджено методичною комісією
економічного факультету
(назва факультету, для здобувачів вищої освіти якого викладається навчальна дисципліна)

Протокол від “21” червня 2018 року № 9

Голова методичної комісії економічного факультету

_____ Євтушенко В.А.
(підпис) (прізвище та ініціали)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Бізнес-стратегії» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки

Другий рівень вищої освіти бакалавра
(назва рівня вищої освіти, освітньо-кваліфікаційного рівня)

спеціальність (напряму) 073 Менеджмент

спеціалізація _____

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни: засвоєння теоретичних засад стратегічного планування, оволодіння навичками та інструментарієм стратегічного аналізу і формування стратегій підприємства.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни

- освоєння інструментарію, розроблення стратегій підприємства і вибору стратегічних альтернатив;

- розвиток навичок стратегічного мислення та практичного застосування методологічного апарату дисципліни;

- оволодіння методом кейс-аналізу, навичками аналітичного обґрунтування розв'язання стратегічних проблем.

1.3. Кількість кредитів: 5

1.4. Загальна кількість годин: 150 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Нормативна	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й
Семестр	
2-й	2-й
Лекції	
32 год.	4/4 год.
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	2/2 год.
Самостійна робота	
77 год.	113 год.
Індивідуальні завдання	
КР 5 год. Курсова 20 год.	КР 5 год. Курсова 20 год.

1.6. Заплановані результати навчання

Внаслідок вивчення курсу студенти повинні:

знати:

- економічну сутність категорії «стратегія підприємства», ієрархію стратегічного набору та основні типи стратегій;
- принципи та етапи розробки стратегічного набору підприємства;
- структуру чинників зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства і механізм їх впливу на процес прийняття та реалізації стратегічних рішень;
- поняття та сутність моделей сучасної конкуренції, особливості визначення конкурентних стратегій;
- SWOT-аналіз та особливості його застосування;
- матричні методи стратегічного аналізу;
- особливості процесу розробки та реалізації стратегічного набору для диверсифікованих компаній.

вміти:

- формулювати місію і стратегічні цілі підприємства;
- аналізувати зовнішні чинники впливу і діагностувати стан внутрішнього середовища підприємства з метою розробки ефективної стратегії розвитку;
- аналізувати стратегічні альтернативні варіанти розвитку конкурентного підприємства і здійснювати вибір найбільш прийняттого з них;
- визначати конкурентні переваги підприємства і розробляти напрями їх вдосконалення;
- виходячи з обраної загальної та конкурентної стратегій, визначати систему функціональних, ресурсних і продуктових стратегій;
- розробляти заходи щодо забезпечення якісного процесу прийняття стратегічних рішень.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Розділ 1. Стратегія підприємства, основні етапи її розробки.

Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції

Еволюція концепції стратегії підприємства. Типові стратегічні рішення із яких підприємство має здійснити свій вибір. Ключові завданнями стратегії. Сучасна модель стратегії. Сутність стратегії. Визначення стратегії. Характерні риси стратегії. Етапи розробки стратегії. Види стратегій. Організаційні рівні побудови стратегій у диверсифікованих та вузько профільних компаніях

Тема 2. Місія та цілі підприємства

Формулювання та характеристика елементів місії. Формулювання місії підприємства. Елементи місії. Поняття, види та принципи формулювання

цілей організації. Класифікація цілей організації. «Дерево цілей» організації.

Тема 3. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства

Сутність і цілі аналізу стану зовнішнього середовища підприємства. Фактори (області) зовнішнього середовища підприємства. Групи класифікації факторів зовнішнього середовища. Групи чинників загального стану зовнішнього середовища. Методи аналізу зовнішнього середовища. Метод SWOT – аналіз. PEST-аналіз мікросередовища підприємства.

Тема 4. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства

Сутність стратегічного потенціалу. Методи аналізу стратегічного потенціалу. Підходи до визначення потенціалу організації. Вміст структури аналізу стратегічного потенціалу підприємства. Аспекти внутрішнього аналізу. Оцінка стратегічного потенціалу (мобілізаційних можливостей) підприємства.

Тема 5. Альтернативність у стратегічному виборі

Вибір варіанта стратегії. Образи дій при формулюванні стратегії. Загальна процедура формування стратегії дій для всіх рівнів стратегічного набору. Альтернативні стратегії малого підприємства. Альтернативні стратегії середніх підприємств. Основні характеристики великих компаній. Чинники вибору стратегій підприємства. Оцінка стратегії підприємства. Етапи оцінки стратегії підприємства. Матриця Мак-Кінсі (стандартні стратегії СГЦ). Матриця ADL/LC.

Розділ 2. Види стратегій підприємства, умови їх застосування

Тема 6. Корпоративна стратегія

Поняття і зміст корпоративної стратегії. Основні компоненти, які визначають зміст корпоративної (загальної) стратегії. Основні складові корпоративної стратегії. Базові корпоративні стратегії. Типи базових стратегій корпоративної стратегії в однобізнесовому підприємстві. Способи здійснення стратегії зростання.

Тема 7. Стратегії бізнесу

Сутність бізнес-стратегії та основні її компоненти. Основні компоненти ділової стратегії. Види конкурентних стратегій. Набір конкретних дій по розширенню частки ринку. Чотири загальних стратегії послідовників за лідером.

Тема 8. Функціональна стратегія

Сутність функціональної стратегії підприємства. Чинники розробки функціональної стратегії. Види функціональної стратегії. Інноваційна стратегія. Стратегія виробництва. Стратегія організаційного розвитку.

Тема 9. Стратегія диверсифікації

Поняття стратегії диверсифікації. Основні фактори, що зумовлюють вибір стратегії диверсифікації. Різновиди стратегії диверсифікації. Стратегія концентричної (або вертикальної) диверсифікації. Горизонтальна диверсифікація. Стратегія конгломеративної диверсифікації.

Тема 10. Стратегія диференціації

Особливості стратегії диференціації. Джерела унікальності (фактори диференціації). Основні підходи та вимоги до розробки стратегії диференціації. Підходи до створення купівельної цінності. Використання факторів диференціації, що знижують витрати покупця з використання продукції фірми. Використання особливостей товару, що диференціюють, що збільшують результативність його застосування. Додання товарів таких особливостей і характеристик, що підвищують ступінь задоволення споживачів, але не в результаті економії, а шляхом використання інших особливостей.

Тема 11. Цінові стратегії

Етапи розробки цінової стратегії. Види цінових стратегій. Стратегія зміни психології продажів. Стратегія контрактів та умов. Стратегія демонстрації цінності товару. Стратегія сегментування та позиціонування. Стратегія утворення бар'єрів, що ускладнює переорієнтацію покупців на дешеві товари конкурентів. Стратегія інновацій. Стратегія зняття вершків з ринку через встановлення високих цін на нові товари, що мають інноваційний характер. Стратегія послідовного проходу по сегментах ринку. Стратегія відкритої цінової війни. Стратегія виходу на новий ринок. Стратегія швидкого повернення витрат. Стратегія цільових цін або задовільного повернення витрат. Стратегія стимулювання комплексних продаж. Стратегія цінової дискримінації, застосовується тоді, коли один і той же товар продається по різних цінах в залежності від місця, часу продажу, від покупців. Цінова стратегія «слідування за лідером».

Тема 12. Стратегічні аспекти технології

Види технологій та суть технологічних аспектів діяльності фірми. Види технології. Стабільна технологія. Плодовита технологія. Змінна технологія. Стратегія НДКР. Інноваційні стратегії. Основні чинники, стримуючі інноваційний розвиток вітчизняних підприємств.

Тема 13. Стратегія зниження собівартості продукції

Особливості та переваги застосування стратегії зниження собівартості продукції. Основні переваги виробника з низькими витратами. Умови реалізації стратегії зниження собівартості продукції. Обставини досягнення низьковартісного виробництва. Причини втрати переваг низьковартісного лідерства.

Тема 14. Метод портфельного аналізу – матриця бкг

Сутність та завдання портфельного аналізу. Методика побудови матриці БКГ. «Знаки запитання». «Зірки». «Дійні корови». «Собаки». Переваги та недоліки моделі БКГ.

Тема 15. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства

Необхідність та передумови розробки міжнародних варіантів розвитку. Групи факторів, які визначають привабливість міжнародного варіанту розвитку організації. Фактори виштовхування. Фактори втягування. Види та умови реалізації стратегії зовнішнього розвитку підприємства. Варіанти стратегії щодо фірм-експортерів (імпортерів). Стратегія ізоляції. Стратегія протекціонізму. Стратегія вільної торгівлі. Стратегія поповнення дефіцитного ринку або протекціонізм навпаки. Мультинаціональна стратегія. Стратегії міжнародної діяльності. Збиральний завод. Спільне підприємство. Купівля існуючого підприємства. Договір про франшизу (франчайзинг). Офшорне виробництво.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
л		п	лаб.	Інд.	С.р.	л		п	лаб.	Інд.	С.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Розділ 1. Стратегія підприємства, основні етапи її розробки												
Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції	13	4	2			7	9	1	1			7
Тема 2. Місія та цілі підприємства	8	2	1			5	7					7
Тема 3. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства	8	2	1			5	7	1				6
Тема 4. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	8	2	1			5	8	1	1			6
Тема 5. Альтернативність у стратегічному виборі	8	2	1			5	8	1				7
Разом за розділом 1	45	12	6			27	39	4	2			33
Розділ 2. Види стратегій підприємства, умови їх застосування												
Тема 6. Корпоративна стратегія	8	2	1			5	8					8
Тема 7. Стратегії бізнесу	8	2	1			5	10	1	1			8

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Тема 8. Функціональна стратегія	8	2	1			5	8					8	
Тема 9. Стратегія диверсифікації	8	2	1			5	8					8	
Тема 10. Стратегія диференціації	8	2	1			5	8					8	
Тема 11. Цінові стратегії	8	2	1			5	9	1				8	
Тема 12. Стратегічні аспекти технології	8	2	1			5	8					8	
Тема 13. Стратегія зниження собівартості продукції	8	2	1			5	9	1				8	
Тема 14. Метод портфельного аналізу – матриця бкг	8	2	1			5	8					8	
Тема 15. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства	8	2	1			5	10	1	1			8	
Контрольна робота	5				5		5				5		
Курсова робота	20				20		20				20		
Разом за розділом 2	105	20	10			50	111	4	2			80	
Усього годин	150	32	16			25	77	150	8	4		25	113

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
		денна / заочно-дистанційна
1	Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції	1 / 1
2	Тема 2. Місія та цілі підприємства	1 / -
3	Тема 3. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства	1 / -
4	Тема 4. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	1 / 1
5	Тема 5. Альтернативність у стратегічному виборі	1 / -
6	Тема 6. Корпоративна стратегія	1 / -
7	Тема 7. Стратегії бізнесу	1 / 1
8	Тема 8. Функціональна стратегія	1 / -
9	Тема 9. Стратегія диверсифікації	1 / -
10	Тема 10. Стратегія диференціації	1 / -
11	Тема 11. Цінові стратегії	1 / -
12	Тема 12. Стратегічні аспекти технології	1 / -
13	Тема 13. Стратегія зниження собівартості продукції	1 / -
14	Тема 14. Метод портфельного аналізу – матриця бкг	1 / -
15	Тема 15. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства	1 / 1
	Разом	16 / 4

5. Завдання для самостійної роботи

Необхідним елементом успішного засвоєння матеріалу навчальної дисципліни «Бізнес-стратегії» є самостійна робота студентів з додатковою науково-економічною літературою, періодичною та статистичною інформацією, законами і нормативними актами України.

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		денна	заочно-дистанційна
1	Тема 1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція концепції	7	7
2	Тема 2. Місія та цілі підприємства	5	7
3	Тема 3. Оцінювання зовнішнього середовища підприємства	5	6
4	Тема 4. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства	5	6
5	Тема 5. Альтернативність у стратегічному виборі	5	7
6	Тема 6. Корпоративна стратегія	5	8
7	Тема 7. Стратегії бізнесу	5	8
8	Тема 8. Функціональна стратегія	5	8
9	Тема 9. Стратегія диверсифікації	5	8
10	Тема 10. Стратегія диференціації	5	5
11	Тема 11. Цінові стратегії	5	8
12	Тема 12. Стратегічні аспекти технології	5	8
13	Тема 13. Стратегія зниження собівартості продукції	5	8
14	Тема 14. Метод портфельного аналізу – матриця бкг	5	8
15	Тема 15. Стратегії зовнішнього розвитку підприємства	5	8
	Разом	77	113

Основними видами самостійної роботи студентів є: вивчення лекційного матеріалу; робота з опрацювання та вивчення рекомендованої додаткової літератури; вивчення основних термінів та понять за темами дисципліни; підготовка до семінарських занять, дискусій, роботи в малих групах, поточної контрольної роботи; контрольна перевірка кожним студентом особистих знань за запитаннями для самоконтролю.

6. Індивідуальні завдання

Навчальним планом передбачено виконання контрольної роботи та курсової роботи, тематика яких представлена в навчально-методичному комплексі.

7. Методи контролю

Оцінювання знань здобувачів з дисципліни «Бізнес-стратегії» передбачає всі види занять, передбачених навчальним планом. Під час вивчення дисципліни застосовуються такі методи оцінювання знань:

поточний контроль здійснюється на практичних заняттях під час усної співбесіди зі здобувачами за результатами виконання домашніх завдань, перевірки розв'язання типових задач; перевірки розв'язання нетипових задач на використання знань в практичних ситуаціях;

проміжний контроль проводиться за допомогою проведення модульного контролю та виконання індивідуальної розрахункової роботи;

підсумковий контроль передбачає проведення іспиту з усього курсу.

Кінцеве оцінювання знань студентів з дисципліни здійснюється за 100 бальною шкалою на основі сумування результатів поточного, проміжного та підсумкового контролю знань.

8. Схема нарахування балів

денної форми навчання

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання																Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Індивідуальне завдання	Рахунок	Екзамен (залікова робота)	Сума
Розділ 1					Розділ 2															
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15						
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	10	60		100

T1, T2 ... – теми розділів.

заочно-дистанційної форми навчання

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання																Контрольна робота, передбачена навчальним планом	Індивідуальне завдання	Рахунок	Екзамен (залікова робота)	Сума
Розділ 1					Розділ 2															
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15						
3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	40		60		100	

T1, T2 ... – теми розділів.

Умовою допуску студента до підсумкового семестрового контролю є отримання протягом семестру 60 балів та виконання контрольних та самостійних робіт.

Шкала оцінювання

Оцінка підсумкового контролю виставляється за національною шкалою як сума балів, набраних здобувачем вищої освіти протягом семестру при виконанні контрольних заходів, передбачених програмою навчальної дисципліни (практики) та балів, набраних при складанні семестрового екзамену.

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70-89	добре
50-69	задовільно
1-49	незадовільно

Критерії оцінювання:

90-100 балів: студент демонструє сформованість дисциплінарних компетенцій на підсумковому рівні, виявляє всебічне, систематичне і глибоке знання навчального матеріалу, засвоїв основну літературу і знайомий з додатковою літературою, рекомендованою програмою, вміє вільно виконувати практичні завдання, передбачені програмою, вільно оперує набутими знаннями, вміннями, застосовує їх у ситуаціях підвищеної складності.

70-89 балів: студент демонструє сформованість дисциплінарних компетенцій на середньому рівні: основні знання, вміння освоєні, але допускаються незначні помилки, неточності, труднощі при аналітичних операціях, перенесення знань і умінь на нові, нестандартні ситуації.

50-69 балів: студент демонструє сформованість дисциплінарних компетенцій на базовому рівні: в ході контрольних заходів допускаються значні помилки, виявляється відсутність окремих знань, умінь, навичок за деякими дисциплінарними компетенціями, студент відчуває значні труднощі при оперуванні знаннями та вміннями при їх перенесенні на нові ситуації.

1-49 балів: студент демонструє сформованість дисциплінарних компетенцій на рівні нижче базового, проявляється недостатність знань, умінь, навичок.

9. Рекомендована література

Основна література:

1. Мартиненко М.М., Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент: Підручник.- К.: Каравелла, 2006.- 320с.
2. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навчальний посібник.- К: "Академія видав", 2007.- 320с.- (Альма-матер).
3. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі: Навчальний посібник.- 2-ге вид., доп.- Львів: "Новий світ - 2000", 2003.- 272с

Допоміжна література:

1. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи/ В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, М.О. Кизим/-Х.:ВД ІНЖЕК, 2003.- 328с.
2. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник для студ.ВНЗ.-К., 2002.- 600с.

3. Ковтун О.І. Стратегія підприємства: Навчальний посібник.- 2-ге вид.- Львів: Новий світ - 2000, 2006.- 388с.
4. Горемыкин В.А., Нестерова Н.В. Стратегия развития предприятия: Уч. пособие. – 2-е изд., испр. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2004. – 594 с.
5. Лепа Н.Н. Методы и модели стратегического управления предприятием / НАН Украины. Ин-т економіки промышл. – Донецк: ООО «Юго – Восток Лтд», 2002. – 186 с.
6. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства: Сучасний стан та напрямки розвитку: [Монографія] - К.: КНЕУ, 2001. - 227 с.
7. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент.- Київ, 2001.
8. Стратегия предприятия и стратегический менеджмент: Учеб. пособие / Ю.В. Соболев, В.Л. Дикань и др. – Х.: ООО «Олант», 2002. – 416 с.
9. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник / Пер. с англ. — М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 2008.
10. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1999. — 384 с.
11. Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія. – Х.: Видавничий дім «ІНЖЕК», 2003. – 328 с.
12. Стратегия предприятия и стратегический менеджмент: Учеб. пособие / Ю.В. Соболев, В.Л. Дикань и др. – Х.: ООО «Олант», 2002. – 416 с

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навчальний посібник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://books.zntu.edu.ua/book_info.pl?id=190300
2. Конспект лекцій з дисципліни «Стратегія підприємства» / С.Ф. Большенко // Файловий архів ХНАДУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://files.khadi.kharkov.ua/>
3. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://catalog.uccu.org.ua/opacunicode/index.php?url=/notices/index/IdNotice:32786/Source:default>