

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Стратегії менеджменту

(назва навчальної дисципліни)

ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
підготовки докторів філософії

зі спеціальності **073 Менеджмент**

(шифр і назва спеціальності)

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, кафедра менеджменту та бізнесу

(повне найменування вищого навчального закладу, кафедри)

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: д.е.н, професор Отенко Василь Іванович

Обговорено та рекомендовано до затвердження Вченою радою
“25” квітня 2016 року, протокол №9

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни “Стратегії менеджменту” складена відповідно до освітньо-наукової програми підготовки докторів філософії зі спеціальності “Менеджмент”.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретичні концепції стратегій менеджменту, методологія розробки та реалізації стратегії організацій.

Міждисциплінарні зв'язки: сучасні теорії менеджменту, організаційна поведінка, крос-культурний менеджмент, управління розвитком.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів:

Змістовий модуль 1. Методологічні основи стратегічного менеджменту

Змістовий модуль 2. Вироблення стратегії та її реалізація

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни “Стратегії менеджменту” є: оволодіння теоретичними знаннями з питань стратегічного менеджменту підприємства, інструментарієм, методикою розроблення стратегій розвитку підприємства та набуття практичних вмінь і навичок щодо використання концепції стратегічного управління в діяльності підприємства.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни “Стратегії менеджменту” є ознайомлення із сутністю, основними поняттями і категоріями стратегічного менеджменту; еволюцією стратегічного управління;

вивчення змісту процесів та технології стратегічного управління; сутності та класифікації стратегій підприємства;

засвоєння процесу стратегічного планування;

набуття теоретичних знань із формування стратегічних цілей, генерування стратегічних альтернатив, визначення стратегічної позиції підприємства, питань управління стратегічними змінами у підприємстві;

набуття практичних навичок з питань оцінки зовнішнього оточення, визначення стратегічних цілей, розробки стратегії, формування стратегічного плану, організації стратегічного планування, оцінки діючої стратегії та конкурентоспроможності підприємства, його стратегічної позиції.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-наукової програми здобувачі освітньо-наукового ступеня "доктор філософії" набувають таких компетентностей: здатність обґрунтовувати основні напрями стратегічної діяльності підприємства; здійснювати критичний аналіз сучасних стратегій менеджменту, можливості їх застосування в умовах непередбачуваних змін у оточенні підприємства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:

сутність та зміст сучасних стратегій менеджменту та специфічних особливостей їхнього розвитку;

сутність наукового підходу до стратегічного менеджменту;

стадії формування і впровадження стратегії діяльності підприємства;

методологію оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства;

закономірності, цілі, соціально-економічні умови стратегічного розвитку підприємства;

вміти:

формулювати методологічні основи стратегічного менеджменту;
 планувати процеси формування та впровадження стратегії діяльності підприємства;

застосовувати методичний інструментарій оцінки зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства;

реалізовувати діагностичні процедури щодо визначення напрямів стратегічного менеджменту підприємства;

здійснювати обґрунтований вибір та впровадження конкурентоспроможних стратегій діяльності підприємства.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 150 годин 5 кредитів ЄКТС.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Методологічні основи стратегічного менеджменту

Тема 1. Стратегії менеджменту: сутність та особливості

Сутність та зміст стратегій менеджменту. Концепція стратегічного управління. Передумови формування системи стратегічного управління. Об'єкти та проблеми стратегічного менеджменту. Поняття стратегічних центрів господарювання. Взаємозв'язок основних елементів стратегічного управління. Методологічні та методичні підходи в стратегічному управлінні. Специфіка стратегічного управління. Основні складові системи стратегічного управління. Характеристика етапів процесу стратегічного управління. Підходи до визначення складових процесу стратегічного управління.

Еволюція стратегічного управління. Сучасні стратегії менеджменту.

Досвід та проблеми використання системи управління підприємствами України.

Тема 2. Моделі стратегічного управління

Характеристика та види систем управління в умовах мінливого середовища. Ранжирування управлінських задач у стратегічному управлінні.

Девіантний та превентивний характер системи управління підприємством. Управління на базі контролю. Управління на базі екстраполяції. Управління на базі передбачення змін. Управління на базі гнучких екстрених рішень. Управління шляхом ранжирування стратегічних задач. Управління за слабкими сигналами. Управління в умовах стратегічних несподіванок.

Тема 3. Стратегічне планування в системі стратегічного управління підприємством

Сутність та особливості стратегічного планування, відмінність від довгострокового планування. Принципи стратегічного планування. Значення стратегічного планування діяльності підприємства в умовах мінливого зовнішнього оточення. Підходи до організації стратегічного планування у підприємстві.

Стратегія за формою та змістом. Стратегія як набір правил для прийняття рішень. Відмінні риси стратегії. Рівні стратегії в системі стратегічного управління. Класифікація стратегій. Підходи до формування стратегій. Школи стратегій.

Процес стратегічного планування. Етапи розробки та реалізації стратегії. Характеристика етапу цілеутворення. Визначення місії, принципи та правила її формування. Значення місії для підприємства з орієнтацією на стратегічний розвиток. Класифікація стратегічних орієнтирів. Фактори, які впливають на вибір стратегічних цілей. Сфери встановлення стратегічних цілей підприємства. Моніторинг в системі

стратегічного планування. Система стратегічних планів підприємства. Сфери стратегічного планування.

Тема 4. Стратегічний аналіз діяльності підприємства та вибір стратегічних позицій

Аналіз зовнішнього середовища. Середовище посереднього впливу: економічне, державне і політичне, технологічне, соціальне, міжнародне.

Середовище безпосереднього впливу: споживачі, постачальники, конкуренти. П'ять сил, які визначають конкуренцію в галузі. Аналіз конкурентного середовища в галузі. Ключові фактори успіху.

Аналіз внутрішнього середовища. Оцінка ефективності діючих стратегій.

Поняття "сильних" та "слабких" сигналів зовнішнього середовища. Моделі та методи аналізу зовнішнього оточення та внутрішнього середовища в системі стратегічного аналізу діяльності підприємства. Особливості методичного інструментарію в стратегічному аналізі. Стратегічна інформація: види та джерела.

Обстеження сильних та слабких сторін підприємства.

Стратегічний аналіз як основа визначення стратегічної позиції підприємства. Процес виявлення домінантних конкурентних переваг підприємства, його позиції на ринку. Стратегічні зони господарювання (СЗГ): поняття та характеристика. Процес стратегічної сегментації ринку. Параметри стратегічної сегментації. Види та характеристика ключових факторів успіху в СЗГ.

Поняття зони стратегічних ресурсів.

Моделі та методи оцінки стратегічного стану підприємства та вибору стратегічних позицій. Привабливість СЗГ. Процес оцінки привабливості СЗГ. Особливості управління стратегічним набором СЗГ. Оцінка стратегічної гнучкості (зовнішньої та внутрішньої) та синергізму.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: засновані на теорії ефективної конкуренції, на основі визначення конкурентоспроможності товару, засновані на теорії конкурентної переваги, метод бенчмаркінгу. Сильні та слабкі сторони організації. Можливості та загрози. SWOT-аналіз.

Змістовий модуль 2. Вироблення стратегії та її реалізація

Тема 5. Вибір стратегії та складання стратегічного плану

Поняття та визначення стратегічних потреб підприємства. Вироблення стратегії. Етапи вироблення стратегії: розробка, доведення, оцінка. Базові стратегії: обмеженого зростання, скорочення, комбінована. Вибір базової стратегії. Підходи до вибору базової стратегії. Генерування стратегічних альтернатив. Процес вибору стратегії підприємства. Поняття оптимальної стратегії. Оцінювання факторів, які впливають на вибір стратегії. Оцінка обраної стратегії. Методи та моделі оцінювання правильності вибору стратегії. Особливості вибору стратегій для малих та середніх підприємств. Процес визначення стратегічних альтернатив розвитку підприємства. Аналіз стратегічних альтернатив. Використання базових стратегічних підходів для обґрунтування стратегічних альтернатив розвитку підприємства. Матриці Бостонської консультативної групи та "Привабливість галузі – конкурентна позиція" ("Дженерал Електрик" – "МакКінзі"). Формування портфеля стратегій підприємства.

Структура стратегічного плану. Характеристика розділів стратегічного плану.

Стратегічний контроль в процесі реалізації стратегії: сутність, характеристика, різновиди. Процес стратегічного контролю.

Критерії ефективності стратегій. Зовнішня та внутрішня ефективність стратегій підприємства. Показники ефективності стратегії.

Тема 6. Конкурентні стратегії

Види конкурентних стратегій. Загальна характеристика конкурентних стратегій. Стратегія мінімізації витрат або лідерство за витратами. Фактори, які сприяють використанню стратегії мінімізації витрат. Переваги стратегії мінімізації витрат з точки зору моделі п'яти сил конкуренції. Стратегія диференціації. Можливі джерела унікальності підприємства та його продукції. Види диференціації. Організаційні вимоги стратегії диференціації. Загальна характеристика стратегії фокусування. Умови, які сприяють реалізації цієї стратегії. Складності реалізації стратегії фокусування.

Тема 7. Розробка функціональних стратегій

Функціональні стратегії, їх роль у конкретизації стратегії розвитку, яка вибрана, та у забезпеченні цілей. Стратегія маркетингу, її основні елементи та можливі підходи до їх реалізації.

Фінансова стратегія, її основні елементи. Інноваційна стратегія. Імітаційні стратегії. Складові інноваційної стратегії. Стратегія виробництва та її складові.

Тема 8. Управління стратегічним потенціалом підприємства

Поняття стратегічного потенціалу підприємства. Елементи стратегічного потенціалу: система менеджменту, кількісний та якісний склад ресурсів, проекти організації, цільові орієнтири. Особливості управління стратегічним потенціалом. Фактори, які впливають на вибір стратегії управління потенціалом підприємства. Конкурентоспроможність потенціалу. Конкурентні переваги та конкурентний статус підприємства. Підходи до формування стратегічного потенціалу. Методи оцінювання конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Рівні нормативних індикаторів конкурентоспроможності стратегічного потенціалу підприємства. Загальна оцінка стратегічного потенціалу підприємства для виявлення можливостей реалізації набору стратегій.

Тема 9. Організація стратегічного управління на підприємстві

Особливості управлінської діяльності в системі стратегічного управління.

Об'єктивізація стратегічних змін на підприємстві в процесі реалізації стратегії. Відповідність організаційної структури підприємства обраній стратегії розвитку. Сфери структурних змін відповідно до обраної стратегії. Корпоративна культура в системі підтримки стратегії підприємства.

Мотивація персоналу в процесі реалізації стратегії. Формування стратегічної поведінки і команди підтримки стратегічних змін на підприємстві. Керівництво процесами стратегічних змін.

Служба (відділ) стратегічного розвитку підприємства: мета, завдання, призначення.

3. Рекомендована література

Основна:

1. Дойль, П. Менеджмент: стратегия и тактика [Текст]. – СПб. : Питер, 1999. – 559 с.
2. Минцберг Г. Школы стратегий / Г. Минцберг. – СПб. : Питер, 2000. – 331 с.

3. Отенко И. П. Стратегическое управление потенциалом предприятия / И.П. Отенко. – Х. : ХНЭУ, 2006. – 254 с.
4. Пономаренко В. С. Стратегічне управління розвитком підприємства: навч. посіб. / В.С. Пономаренко, О.І. Пушкар, О.М. Тридід.– Х. : ХДЕУ, 2002. – 639 с.
5. Тищенко О.М. Стратегічне управління: підручник / О.М. Тищенко, Т.М. Хміль, С.К. Василик, О.В. Ревенко. – Х. : ІНЖЕК, 2009. – 278 с.
6. Хміль Т.М. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Т.М. Хміль, С.К. Василик, Л.О. Шишмарева. – Х.: ИД «ИНЖЕК», 2004. – 136 с.
7. Шершньова З.С. Стратегічне управління: Навч. посіб. / З.С. Шершньова, С.В. Оборська С.В. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.

Додаткова:

1. Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 518 с.
2. Пономаренко В. С. Стратегічне управління підприємством: монографія / В.С. Пономаренко. – Х. : Основа, 1999. – 619 с.
3. Пономаренко В.С. Стратегічне управління організаційними перетвореннями на промислових підприємствах / В.С. Пономаренко, А.М. Золотарьов, І.М. Волик, С.Л. Кушнар. – Х. : ХНЕУ, 2005. – 451 с.
4. Портер М. Курс МВА по стратегическому менеджменту [Текст] = The Portable MBA in strategi second edition / М. Портер, Дж. Самплер, С.К. Прахалад, М. Бир. – М : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 596 с.
5. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа [Текст] = Strategic Management. Concepts and Cases : [учеб. пособие] / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М. : Вильямс, 2008. – 924 с.
6. Jones, G. R. Contemporary Management / G.R. Jones, J.M. George. – Boston : McGraw-Hill, 2003. – 732 p.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання: залік.

5. Засоби діагностики успішності навчання: тестування, усне та письмове опитування, співбесіда, виконання практичних завдань.