

I ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Дисципліна “Стратегія підприємства” відноситься до циклу профорієнтованих дисциплін підготовки бакалаврів спеціальності 7.050.107 “Економіка підприємства”

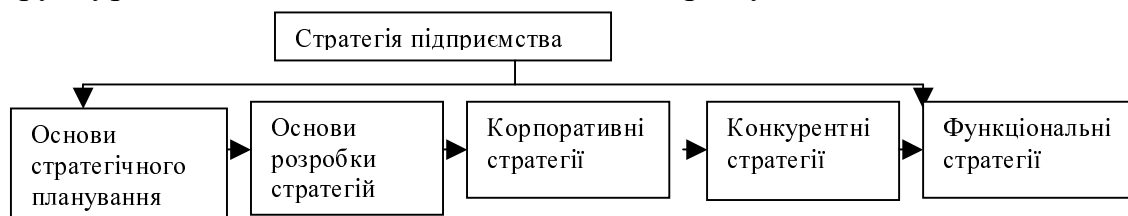
Дисципліна відіграє важливу роль у набутті професійних навичок, професійного досвіду та теоретичних знань у галузі прийняття стратегічних рішень щодо перспектив роботи підприємства, умов та можливостей роботи.

Дисципліна базується на вивченні таких необхідних для успішного засвоєння матеріалу дисциплін:

Дисципліни гуманітарно-економічного циклу	Дисципліни природничо-наукового циклу	Дисципліни циклу професійної і практичної підготовки
Політологія Філософія Логіка Українська мова	Макроекономіка Мікроекономіка Економіка підприємства Маркетинг Фінанси підприємства Бухгалтерський облік і аудит Економіка праці Економічний аналіз	Економіка і організація інноваційної діяльності Організація виробництва Планування діяльності підприємства

Дисципліна є основою наступної підготовки спеціалістів по фаху “Економіка підприємства” та готує базові знання до вивчення наступних дисциплін циклу професійної і практичної підготовки спеціалістів: стратегічне управління підприємством, економіка і організація діяльності об’єднань, економічна діагностика.

Вивчення дисципліни “Стратегія підприємства” здійснюється за такою структурно-логічною схемою надання матеріалу.



Мета викладання дисципліни "Стратегія підприємства" є вивчення механізму формування стратегічного плану промислового підприємства та його складової частини – стратегії підприємства. Вивчення механізму формування стратегії передбачає комплексний аналіз факторів впливу на діяльність підприємства у ринковому господарюванні. Також вивчаються особливості складання окремих типів стратегій, умови стратегічного контролю та особливості реалізації стратегій.

Перехід до ринкових відносин кардинально змінює погляди на стратегічне планування та якість формування стратегій промислового підприємства, що створює умови для найкращого використання техніки та людей у процесі складання прогнозів діяльності та планів майбутнього розвитку, тим самим підвищуючи ефективність таких розрахунків.

На перший план висуваються нові цілі стратегічного плану, що розглядають його як гнучкий план, здатний в будь-яку мить перебудуватися

на нові напрямки діяльності у разі неефективності діючих. Як оптимальний план, він забезпечує мінімальні витрати при реалізації. Як перспективний план, він створює сприятливі умови для одержання конкурентних переваг.

Все це говорить про багатоплановість задач, що стоять перед стратегією підприємства, вирішення яких дозволить відповісти на питання, що треба робити на підприємстві, щоб успішно хазяйнувати.

Завданнями вивчення курсу “Стратегія підприємства” є теоретичне засвоєння основ стратегічного планування та його ролі у системі управління підприємством, а також засвоєння основних методологічних прийомів формування стратегій. Вивчення дисципліни вміщує процеси ознайомлення із сучасним станом економічної ситуації на момент складання стратегії підприємства, вивчення основних видів стратегій і умов їх пристосування на підприємстві, а також набуття теоретичних та практичних засад при аналізі і розробці положень стратегії з використанням різних методів та засобів.

В результаті вивчення дисципліни “Стратегія підприємства” фахівець повинен знати:

- Отримати знання, що необхідні для вирішення задач, що виникають у господарчій діяльності підприємства при обиранні раціональних варіантів планово-організаційних рішень;
- Отримати навички виконання аналізу впливу зовнішніх та внутрішніх факторів;
- Оволодіти методикою складання різних видів стратегій підприємства;
- Знати структуру стратегічного плану підприємства та етапи його формування;
- Оволодіти методикою складання плану реалізації розроблених стратегій підприємства;
- Оволодіти основами складання стратегічних прогнозів перспективних видів та напрямків діяльності підприємства;
- Виконувати стратегічні обґрунтування використання стратегій та стратегічних прогнозів.

Фахівець повинен виконувати розрахунки рівня впливу факторів на діяльність підприємства, проводити зовнішній, внутрішній та конкурентний аналізи підприємства, розробляти заходи по усуненню, або розвитку суттєвих впливаючих факторів, використовувати такі заходи та виконані аналізи при складанні стратегій підприємства та стратегічних портфелів.

II РОЗПОДІЛ НАВЧАЛЬНОГО ЧАСУ ЗА ФОРМАМИ НАВЧАННЯ

Форма навчання	Семестр	Всього	Розподіл за семестрами та видами занять								Семестр. атест
			Лекц.	Практин.	Семін.	Лаб.раб.	Комп'ютерн. практ	Контр. Раб.	СРС		
									Всього	У тому числі на викон. ІРС	
Денна	6	108	32	16				4	60	10	Іспит
Денна прискорена	7	108	32	16				4	60	10	Іспит
Денно-заочна	7	108	12	6				1	90	-	Іспит
Післядипломна	3	108	8	4				1	96	-	Іспит
Заочна	8	108	16	8				1	84	-	Іспит
Заочна прискорена	7	108	16	8				1	84	-	Іспит

III ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

III.1 ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС

РОЗДІЛ 1 СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ДЖЕРЕЛО ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ І ЗАДАЧ СТВОРЕННЯ СТРАТЕГІЙ

Тема 1.1 Основи стратегічного планування

Основні поняття стратегічного планування: стратегічне планування, стратегічний план, засоби розробки стратегічних планів, стратегія, стратегічний фокус і горизонт. Принципи складання стратегічних планів: селективність, варіантність та комплексність. Етапи стратегічного планування, форми стратегічних планів та умови стратегічного контролю на кожному етапі. Методи складання стратегічних планів: метод стратегічного вибору, метод Дельфі.

Тема 1.2 Види стратегічного планування та їх скорочена характеристика

Основні види стратегічного планування: преактивне, реактивне, інактивне та інтерактивне планування. Скорочена характеристика кожного з визначених видів стратегічного планування за наступними питаннями:

- 1) Показники якого часу виникнення лягають в основу вихідних даних для складання стратегічних планових розрахунків.

- 2) Спрямованість завдань, що лягають у основу стратегічних планових розрахунків.
- 3) Складність проведення стратегічних планових розрахунків.
- 4) Кваліфікаційний рівень фахівців, що проводять стратегічні розрахунки.

РОЗДІЛ 2 ОСНОВИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 2.1 Цілі, задачі та види стратегій підприємства. Умови їх складання.

Характеристика стратегій. Визначення поняття “стратегія” у різних галузях економічної, політичної, наукової, військової та інших видів діяльності. Типи стратегій та їх скорочена характеристика. Види стратегій та їх приналежність до визначених типів. Визначення складу стратегічного плану за типами і видами стратегій на підприємствах різного масштабу діяльності.

Організація формування стратегій. Етапи формування стратегій. Визначення понять тактики, політики, процедури та правил, їх ролі у процесі формування стратегії та стратегічному контролі за виконанням стратегій. Характеристика типів підприємств у ринковій економіці України та спрямованість формування стратегій цих підприємств.

Тема 2.2 Аналіз зовнішніх умов функціонування промислового підприємства на момент складання стратегії

Характеристика зовнішніх умов функціонування підприємства. Схема дії зовнішніх впливаючих факторів на господарчу діяльність підприємства. Скорочена характеристика макрофакторів впливу. Скорочена характеристика мікрофакторів впливу.

Методика зовнішнього аналізу діяльності підприємства. Послідовність виконання аналізу, пояснення до довідкових таблиць впливу зовнішніх факторів макро- та мікрорівня. Визначення ступеня впливу факторів, інтенсивності впливу, активності зовнішніх факторів. Побудова діаграми впливу, визначення мінімального рівня впливу та фактора суттєвого впливу на роботу умовного підприємства. Розробка заходів по реагуванню на дію суттєвовпливаючих факторів. Визначення спрямованості розробки стратегій.

Тема 2.3 Аналіз можливостей промислового підприємства на момент складання стратегії

Характеристика внутрішнього стану підприємства. Фактори, що виникають в момент побудови та реєстрації підприємства (первинні). Фактори, що виникають в процесі господарчої діяльності (поточні). Схема впливу внутрішніх факторів. Активні і пасивні фактори.

Методика внутрішнього аналізу підприємства. Цілі і задачі внутрішнього аналізу. Етапи виконання внутрішнього аналізу та послідовність їх виконання. Позіціювання. Побудова SWOT-матриці та матриць можливостей та погроз для підприємства на основі впливу заданих активних внутрішніх факторів. Визначення полів суттєвого впливу факторів, оцінка можливостей реалізації факторів. Розробка заходів по реалізації впливаючих факторів, які мають високий ступінь імовірності виконання. Розробка напрямків формування окремих функціональних стратегій.

2.4 Інформаційне забезпечення процесу розробки стратегії

Основні поняття та етапи оцінки інформації. Поняття інформації. Цілі і задачі отримання інформації. Первинна та повторна інформація та етапи її отримання. Оцінка зібраної інформації за ознаками. Класифікація інформації за ознаками. Джерела отримання первинної та повторної інформації.

Методи збору і обробки інформації. Моніторинг середовища та його скорочена характеристика. Можливості моніторингу та вид інформації, що можна таким чином отримати. Сканування середовища. Цілі та можливості метода. Вид інформації та напрямки використання у стратегічному плануванні після сканування середовища. Науково-дослідні розробки та постановка експериментів як метод комплексного збору і обробки інформації.

Тема 2.5 Конкурентний аналіз створення ділової стратегії на основі визначення конкурентного статусу підприємства

Конкурентні переваги підприємства. Послідовність виявлення конкурентних переваг підприємства:

- 1 – вибір бази для порівняння;
- 2 – вибір критеріїв оцінки конкурентноспроможності підприємства;
- 3 – побудова графіків життєвого циклу конкурентних переваг підприємства.

Скорочена характеристика можливих фаз життєвого циклу конкурентних переваг підприємства: зародження переваг, прискорення росту, уповільнення росту, зрілість, втрата переваг. Функції, що відображають динаміку конкурентних переваг по фазам життєвого циклу. Приклади видів життєвого циклу конкурентних переваг деяких відомих господарчих суб'єктів.

Визначення конкурентного статусу підприємства за І.Ансоффом. Мета визначення та поняття конкурентного статусу підприємства. Методика визначення конкурентного статусу за Ансоффом та формування спрямованості конкурентної стратегії за допомогою матриці Мак-Кінсі.

Тема 2.6 Конкурентний аналіз створення ділової стратегії на основі визначення конкурентного положення у конкурентному середовищі

Визначення конкурентної позиції і потенційних конкурентів підприємства у зоні конкуренції. Поняття зони конкуренції і потенційних конкурентів. Послідовність визначення конкурентної позиції підприємства. Методика визначення параметрів зони конкуренції. Графічне визначення зони та позиціонування конкурентів у зоні. Поділення конкурентів на лідерів і аутсайдерів зони. Формування спрямованості конкурентних стратегій у зоні конкуренції. Особливості спрямованості окремих типів конкурентних стратегій: нападаючої, оборонно-нападаючої та оборонної стратегій. Визначення потенційних конкурентів, на дії котрих спрямовані розроблені типи конкурентних стратегій.

РОЗДІЛ 3 КОРПОРАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 3.1 Розмежування корпоративних стратегій за типами в залежності від місії і цілей підприємства

Місія і цілі підприємства. Составні частини місії та її задачі. Форми відображення місії у окремих підприємств. Схема зв'язку місії і цілей підприємства. Загальні цілі діяльності підприємства в залежності від напрямку і сфери діяльності. Засоби встановлення цілей підприємства. Ієрархія цілей. Дерево цілей. Фази встановлення цілей підприємства.

Методика розділу стратегій в залежності від цілей і місії. Види підприємств у ринкових умовах господарювання та характеристика їх цілей і місії. Спрямованість стратегічних змін у роботі підприємства в залежності від визначених цілей і місії. Оцінка спрямованості стратегічних змін та планування заходів по забезпеченню їх виконання у стратегіях підприємства.

Тема 3.2 Особливості складання корпоративних стратегій

Загальні характеристики типів і видів корпоративних стратегій. Поняття корпоративної стратегії. Вплив 5-ти діючих факторів на підприємство при плануванні корпоративної стратегії (за Томпсоном-Стріклендом). Скорочена характеристика типів корпоративних стратегій. Поділ типів корпоративних стратегій на види та їх характеристика.

- 1) Дерево цілей та його використання при формуванні корпоративної стратегії.
- 2) Поняття ієрархії цілей та необхідність таких дій при формуванні корпоративної стратегії.
- 3) Скорочена характеристика видів корпоративних стратегій.
- 4) Стратегія стабілізації поділяється на види, чи ні?

Тема 3.3 Характеристика методів визначення перспективних видів і напрямків діяльності підприємства.

Методи і моделі, що формують корпоративні стратегії. Метод формування корпоративної стратегії на основі аналізу розриву. Метод формування на основі моделі життєвого циклу товару. Метод формування на основі матриці Томпсона-Стрікланда.

Послідовність та умови формування корпоративних стратегій. Схема послідовності формування корпоративної стратегії. Поточні завдання плановим підрозділам при формуванні корпоративної стратегії. Умови виконання поточних завдань та система відповідальності підрозділів перед вищим керівництвом підприємства. Приняття рішення по впровадженню запропонованих складових частин корпоративної стратегії.

РОЗДІЛ 4 КОНКУРЕНТНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Тема 4.1 Формування конкурентних стратегій на основі стратегічної сегментації

Конкурентні стратегії як окремий бізнес-напрямок діяльності підприємства. Розподіл конкурентних стратегій за типами та видами. Їх скорочена характеристика.

Стратегічна сегментація. Стратегічний сегмент. Скорочена історична справка виникнення стратегічної сегментації. Види стратегічної сегментації. Порівняльна характеристика маркетингової та внутрішньої сегментації підприємства. Схема виконання стратегічної сегментації на підприємстві.

Детермінанти успіху діяльності на окремому напрямку. Схема дії на окремий напрямок діяльності підприємства детермінантів успіху (за М.Потером). Оціночні показники детермінантів успіху. Умови прийняття рішення про вибір стратегічного напрямку діяльності. Фази життєвого циклу стратегічного напрямку діяльності. Стратегічна рокировка.

4.2 Формування конкурентних стратегій на основі стратегічного аналізу.

Послідовність та умови формування конкурентних стратегій. Основні етапи формування конкурентних стратегій. Базові стратегії конкурентоспроможності підприємства. Ризик використання конкурентних стратегій та його оцінка. Стратегічний аналіз бізнес-центрів підприємства на стратегічному напрямку діяльності. Оцінка конкурентоспроможності продукції. Застосування диференційного та змішаного методів оцінки. Визначення загальної конкурентоспроможності підприємства у вибраному стратегічному напрямку діяльності. Методи оцінки: структурний і функціональний.

Реалізація конкурентних стратегій. Умови реалізації конкурентних стратегій у окремому стратегічному напрямку діяльності. Технологія реалізації конкурентних стратегій.

РОЗДІЛ 5 ФУНКЦІОНАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

5.1 Функціональні стратегії та послідовність їх утворення. Операційні стратегії.

Основи формування функціональної стратегії. Загальний зміст функціональної стратегії. Підрозділи, що приймають участь у розробці функціональних стратегій. Кількість функціональних стратегій на підприємстві та умови виникнення операційних стратегій. Визначення поняття операційної стратегії та її цілей і задач утворення. Технологія поділення функціональної стратегії на операційні.

5.2 Особливості формування функціональних стратегій. Етапи і технологія формування.

Етапи і технологія формування функціональних стратегій. Структурна схема побудови набору функціональних стратегій підприємства. Визначення цілей і задач для кожної стратегії в залежності від функцій підприємства. Визначення пріоритетності виконання задач по кожній функції. Система відображення послідовності виконання задач у кожній функціональній стратегії.

Особливості формування виробничої та фінансової стратегій.

Виробнича стратегія. Складові частини стратегії. Послідовність формування виробничої стратегії. Альтернативні стратегії виробництва та їх пристосування.

Фінансова стратегія. Структура капіталу і майна підприємства. Цілі і задачі, які ставляться у фінансовій стратегії. Форми фінансових стратегій. Підходи до формування фінансових стратегій. Умови поділу на операційні частини.

Маркетингова стратегія. Цілі, задачі та складові частини маркетингової стратегії. Види маркетингових стратегій та умови їх використання. Бюджет стратегії та заходи по реалізації.

Стратегія інновацій. Задачі складання інноваційних стратегій. Види інноваційних стратегій. Складові частини інноваційних стратегій. Умови реалізації та складання бюджету інновацій.

Стратегія управління персоналом. Оцінка діючої структури управління персоналом. Визначення можливостей її покращання. Задачі стратегії управління персоналом. Складові частини та умови реалізації.

Стратегія посередницької діяльності. Оцінка можливостей виконання посередницької діяльності та основні задачі. Визначення методів

посередницької діяльності. Складові частини посередницької стратегії та умови реалізації.

РОЗДІЛ 6 ОСНОВИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

6.1 Фінансово-економічні фактори реалізації стратегій підприємства

Фінансові фактори реалізації. Складання загального бюджету стратегії. Етапи фінансового забезпечення. Оцінка фінансового стану забезпечення реалізації стратегії на кожному етапі. Джерела забезпечення та визначення умов їх пристосування.

Економічні фактори реалізації. Складання загальної ресурсної схеми забезпечення стратегічного плану. Визначення ресурсної бази кожної стратегії підприємства. Визначення джерел отримання ресурсів для реалізації стратегій.

- 1) Визначення джерел отримання ресурсів для реалізації стратегій.
- 2) Джерела забезпечення фінансових ресурсів для реалізації стратегій.

6.2 Організаційні фактори реалізації стратегій

Організаційні фактори реалізації стратегій. Формування схеми організаційної структури для кожної стратегії підприємства. Поділення організаційної структури на впливаючі первинні і вторинні фактори. Визначення негативних факторів та заходів по зниженню негативного впливу.

Організаційні зміни на підприємстві. Структурна схема організаційних змін. Докорінна реорганізація та її скорочена характеристика. Радикальні зміни та сутність їх виникнення. Помірні зміни. Завдання по здійсненню стратегічних змін на підприємстві. Матриця “зміни-опір” та умови розв’язання конфліктів.

- 1) Впливаючі первинні і вторинні організаційні фактори реалізації стратегій.
- 2) Докорінна реорганізація та її скорочена характеристика.

6.3 Оцінка можливостей реалізації стратегій у діючих умовах ринкового господарювання

Оцінка можливостей реалізації. Складання ідеальної структурної схеми використання усіх видів ресурсів для окремої стратегії підприємства. Порівняльна характеристика потенційних ресурсів підприємства та потрібних ресурсів ідеальної схеми. Визначення “проколів” у ресурсній базі. Оцінка фактичних можливостей реалізації стратегічних змін.

Оцінка ризику реалізації. Розрахунок можливих втрат при реалізації стратегії (песимистичний прогноз реалізації). Побудова аналітичної кривої

ризиків реалізації стратегії. Оцінка ризику реалізації за значенням імовірності втрат.

- 1) Умови складання ідеальної структурної схеми використання усіх видів ресурсів для окремої стратегії підприємства.
- 2) Визначення кількісної міри ризику при реалізації стратегії.
- 3) Пошук вихідних даних для побудови кривої ризику.
- 4) Оцінка ризику реалізації за значенням імовірності втрат.

6.4 Стратегічний контроль за реалізацією стратегій

Основи стратегічного контролю. Суть і завдання стратегічного контролю. Система стратегічного контролю реалізації стратегій підприємства. Етапи стратегічного контролю та їх скорочена характеристика. Вимоги до інформації при реалізації стратегічного контролю.

Елементи стратегічного контролю. Поділення стратегічного контролю на складові елементи успіху. Характеристика кожного елемента: перший – визначення стандартів оцінювання та пріоритетів отримання результатів; другий – моніторинг змін; третій – порівняння реальних результатів з ідеальними; четвертий – оцінка порівняння і корегування дій стратегічного контролю.

- 1) Цілі і задачі стратегічного контролю.
- 2) Система стратегічного контролю реалізації стратегій.
- 3) Вимоги до інформації при реалізації стратегічного контролю.
- 4) Поділення стратегічного контролю на складові елементи успіху.

III.2 КУРС ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТТЬ

Тема 2.2 Аналіз зовнішніх умов функціонування підприємства на момент створення стратегії

Практичне заняття на тему: Проведення аналізу впливу зовнішніх факторів на роботу підприємства

Основні питання для пояснення за темою:

- 1) послідовність та методика аналізу впливу зовнішніх факторів;
- 2) розрахунок окремих показників аналізу;
- 3) методика побудови діаграм впливу окремих факторів;
- 4) визначення суттєвого впливу факторів та заходів по їх реалізації.

Розв'язання практичного завдання на тему: „Аналіз зовнішніх факторів впливу”.

Тема 2.3 Аналіз можливостей промислового підприємства на момент складання стратегії

Практичне заняття на тему: Проведення аналізу можливостей підприємства

Основні питання для пояснення:

- 1) послідовність та методика аналізу можливостей підприємства;
- 2) розрахунок окремих показників аналізу;
- 3) побудова SWOTматриці та матриць можливостей і загроз;
- 4) визначення сильного попарного впливу факторів та основи розробки заходів по реагуванню.

Розв'язання практичного завдання на тему: „Аналіз внутрішніх можливостей підприємства”.

Тема 2.5 Конкурентний аналіз створення ділової стратегії на основі визначення конкурентного статусу підприємства

Практичне заняття на тему: Основи конкурентного аналізу. Визначення спрямованості дій ділової стратегії на основі розрахунку конкурентного статусу

Основні питання для пояснення:

- 1) послідовність проведення конкурентного аналізу та визначення задач, що вирішуються на кожному етапі;
- 2) послідовність та методика аналізу визначення конкурентного статусу;
- 3) розрахунок поточних показників розрахунку конкурентного статусу;
- 4) вибір заходів по реагуванню на основі матриці МакКінсі.

Розв'язання практичного завдання на тему: „конкурентний аналіз на основі визначення конкурентного статусу”.

Тема 2.6 Конкурентний аналіз створення ділової стратегії на основі визначення конкурентного положення у конкурентному середовищі

Практичне заняття на тему: Проведення конкурентного аналізу. Визначення конкурентного положення підприємства у зоні конкуренції та розробка стратегічних дій

Основні питання для пояснення:

- 1) послідовність та методика конкурентного аналізу позиції підприємства у зоні конкуренції;
- 2) розрахунок параметрів зони конкуренції;
- 3) графічна побудова зони конкуренції та визначення потенційних конкурентів підприємства;
- 4) визначення спрямованості заходів, що складають ділову стратегію підприємства у зоні конкуренції.

Розв'язання практичного завдання на тему: „Конкурентний аналіз підприємства у зоні конкуренції (СЗГ)”.

5.2 Особливості формування функціональних стратегій. Етапи та технологія формування

Практичне заняття на тему: Прогнозування розвитку функцій підприємства та розробка заходів по оптимізації розвитку функцій для функціональних стратегій

Основні питання для пояснення:

- 1) основи прогнозування розвитку функцій підприємства;
- 2) аналіз розвитку функцій за методом потенціалів;
- 3) основні показники оцінки у методі потенціалів та формули їх розрахунку;
- 4) оцінка розвитку функцій при побудові квадрату потенціалів;
- 5) основи оптимізації розвитку функцій.

Розв'язання практичного завдання на тему: „Оптимізація розвитку функцій при створенні функціональних стратегій”.

6.3 Оцінка можливостей реалізації стратегій у діючих умовах ринкового господарювання

Практичне заняття на тему: Оцінка ризику реалізації стратегій та розробка заходів по реагуванню

Основні питання для пояснення:

- 1) Етапи оцінки ризику реалізації стратегії та визначення об'єму вихідних даних для оцінки;
- 2) Побудова аналітичної кривої ризику реалізації стратегії;
- 3) Визначення ступеня ризику реалізації;
- 4) Оцінка ризику та розробка заходів по зниженню ризику.

Розв'язання завдання №6 на тему: „Ризик при реалізації стратегій: оцінка і розробка заходів по реагуванню”.

IV ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

РЕФЕРАТИ

Ціль виконання рефератів: надання студенту можливості самостійного поглибленого вивчення окремих розділів теорії курсу “Стратегія підприємств” та можливості більш доцільного вивчення основних та періодичних видань літератури за курсом.

Умови виконання.

- 1) Самостійне бажання студента написати реферат за однією з наданих тем;

- 2) Надання при необхідності консультацій лектором та асистентом при виконанні рефератів;
- 3) Використання при написанні реферату тільки нових літературних джерел (за 2 останні роки видання, включаючи рік, у якому виконується реферат);
- 4) Написання реферату за загальнопоширеною схемою реферативних видань.

Критерії оцінки рефератів.

За виконаний і оформлений у вигляді брошури (формат А4) із відповідним титульним листом реферат виставляються відповідні бали в залежності від якості виконання реферату.

Найбільша кількість балів ставиться за виконаний реферат, якщо надана тема розкрита повністю, наданий список літературних джерел, існують посилки у тексті на літературні джерела, виділені заголовки підрозділів, які висловлюють окрему закінчену думку, а також є план реферату.

Знижена на 25% кількість балів ставиться за виконаний реферат, якщо надана тема розкрита повністю, але є припустимі неточності або помилки смислового характеру при написанні реферату, або не наданий список літературних джерел, немає посилки у тексті на літературні джерела.

Знижена на 50% кількість балів ставиться за виконаний реферат, якщо надана тема розкрита частково, не наданий список літературних джерел, немає посилки у тексті на літературні джерела, не виділені заголовки підрозділів, які висловлюють окрему закінчену думку, а також немає плану реферату.

Якщо тема не розкрита, бали за реферат не виставляються.

V КОНТРОЛЬНІ РОБОТИ

У курсі “Стратегія підприємств” передбачено виконання від 1 до 2-х контрольних робіт в залежності від добраної системи контролю знань. Дві контрольні роботи виконуються при використанні денної форми навчання із найбільшою кількістю аудиторного часу лекцій та практичних занять. При використанні форм навчання, які мають на 50% меншу кількість аудиторного часу лекцій та практичних занять, виконується лише одна комплексна контрольна робота за всім курсом.

Контрольні роботи для денної форми навчання.

КОНТРОЛЬНА РОБОТА №1

Здійснюється після закінчення теоретичного і практичного вивчення тем 2.1, 2.2 і 2.3 розділу 2.

Ціль контрольної роботи – оцінити рівень закріплення наданих знань у студента при виконанні внутрішнього і зовнішнього аналізу впливу факторів на роботу підприємства перед формування корпоративних стратегій.

Контрольна робота повинна мати типовий характер, тобто всі завдання за варіантами повинні відрізнятися тільки значеннями величин вихідних даних, а тип задач та методика їх виконання однакові.

КОНТРОЛЬНА РОБОТА №2

Здійснюється після закінчення теоретичного і практичного вивчення тем 2.4, 2.5 і 2.6 розділу 2.

Ціль контрольної роботи – оцінити рівень закріплення наданих знань у студента при виконанні конкурентного аналізу впливу факторів на роботу підприємства перед формування конкурентних стратегій.

Контрольна робота повинна мати типовий характер і всі завдання за варіантами відрізняються тільки значеннями величин вихідних даних, а тип задач та методика їх виконання однакові.

Термін виконання кожної контрольної роботи 2 години академічного часу.

Контрольні роботи для заочної форми навчання.

КОМПЛЕКСНА КОНТРОЛЬНА РОБОТА

Здійснюється на основі теоретичного і практичного вивчення всіх розділів курсу „Стратегія підприємств”.

Ціль контрольної роботи – оцінити рівень остаточних знань у студента при виконанні творчих практичних завдань, які вміщують елементи аналізу та складання певних висновків за результатами аналізу.

До контрольної роботи повинні бути включені теоретичні питання довільно за одним або декілька ми розділами курсу, поняття, тести та практичні завдання. Кількість практичних завдань у контрольній роботі 2-3.

Теоретична частина комплексної контрольної роботи повинна мати індивідуальний характер та мати довільну добірку змісту теоретичних завдань, але кількість теоретичних завдань повинна бути однаковою за варіантами.

Практична частина комплексної контрольної роботи повинна мати типовий характер, тобто всі практичні завдання за варіантами повинні відрізнятися тільки значеннями величин вихідних даних, а тип завдань та методика їх виконання однакові.

Іспит за курсом „Стратегія підприємств”

Здійснюється після повного закінчення теоретичного і практичного вивчення курсу „Стратегія підприємств”.

Ціль складання іспиту – оцінити остаточний рівень закріплення наданих знань у студента по розробці стратегій та навичок виконання розглянутих у курсі видів стратегічного аналізу підприємства.

Екзаменаційний білет до іспиту повинен складатися із 2-х частин: теоретичної і практичної. Всі завдання у білетах за варіантами повинні мати однакову структуру і відрізнятися тільки сутністю самого завдання.

Термін складання іспиту – 3 години академічного часу.

Критерії виставлення оцінки за іспит.

Студенти, що складають іспит за курсом “Стратегія підприємств” за витягнутим самостійно білетом, оцінюються за 5-ти бальною шкалою.

При цьому оцінка “*відмінно*”(5 балів) виставляється за підсумком балів вирішених завдань тоді, коли студент дає вірні відповіді на теоретичні і практичні завдання білету, показує не тільки глибокі теоретичні знання та практичні навички, а й уміння самостійно приймати нетрадиційні рішення, робити висновки і узагальнення.

Оцінка “*добре*”(4 бала) виставляється, коли знання студента взагалі задовольняють ті самі вимоги, що й до оцінки “*відмінно*” , але допускається незначних помилок, які суттєво не впливають на підсумковий результат.

Оцінка “*задовільно*”(3 бала), виставляється якщо студент в основному виконав роботу в обсязі наданого білету, але не досить глибоко володіє матеріалом, його знання мають розрізнений, фрагментарний характер, припускається помилок, які можна легко виправити і які не будуть мати важких наслідків в практичній роботі підприємства.

Оцінка “*незадовільно*”(2 бали) виставляється тоді, коли студент не орієнтується в матеріалі, дає невірні відповіді, має слабкі теоретичні знання і практичні навички, приймає рішення які б могли привести до матеріальних збитків підприємства.

VI НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Рекомендована література за курсом

1. Господарське законодавство України: правове регулювання господарських відносин. Збірник нормативних актів/ Упорядник Камлик М.І.- К.: Атіка, 2002.-816 с.
2. Олексіва М.М. Планування діяльності фірми.- М.:Фінанси і статистика, 1998.- 378с.
3. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства: Короткий курс лекцій. - К.:МАУП, 2000.- 128с.:іл.
4. Віханський О.С.Стратегічне управління: Примірник.-2-ге вид., перероб. та доп.- М.:Гардарики, 1998.
5. Карлоф Б. Ділова стратегія: Пер. з англ./Наук.ред. та авт. Післямовл. В.Припискова.- М.:Економіка, 1999.
6. Портер М. Стратегія конкуренції: Пер. з англ. О.Олійника, С.Скільського.- К.:Основи, 1998.
7. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління. – К.:Вид-во КНЕУ,1999.
8. Віханський О.С., Наумов А.І. Менеджмент.- М.:ЮНІТІ, 2002.- 378с.
9. Маркова В.Д., Кузнецова С.О. Стратегічний менеджмент.- М.:ІНФРА-М, 2002.- 296с.
- 10.Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне планування – К.:Вид-во КНЕУ, 2002.- 312с.

- 11.Лафт Дж.К. Стратегічний менеджмент.- М., 2002.- 426с.
12. Фінансовий менеджмент / За ред. Е.І.Шохіна.- М.:ІД.ФБК-Прес, 2002.- 429с.
- 13 Стратегія економічного розвитку /За ред. Парушина Н.В.- К., 2001.- 396с.
- 14 Методика оцінки конкурентоздатності підприємства. Лепа, Решетнікова //Економічна кіберн. – 2001- №3-4.
- 15 Стратегічна діяльність на підприємстві /За ред. О.С. Пелиха.- Ростов н/Дону, 2002.- 375с.
- 16 Інструменти реалізації стратегій // Економ. України.- 2003.- №6.
- 17 Денисов, Жданов та інш. Економіка управління підприємством і корпорацією.- М., 2002.- 410с.
- 18 Виханский О.С., Наумов А.І. Менеджмент: людина, стратегія, організація, процес: 2-е вид. учебник. — М.: «Фірма Гардарика», 1999. — 416 с.
- 19 Маслов Е.В. Управление персоналом предприятия: Учебное пособие / Под ред. П.В. Шеметова. - М: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 1999. - 312 с.

Програму складено:

Доц, к.т.н.

Асс.

О.В.Шимко

О.І.Шимко