

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра економіки та бізнес технологій



2022 р.

Система менеджменту якості

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«Стратегії бізнесу»


Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітньо-професійна програма: «Підприємницька діяльність в авіації»

Курс – 4 Семестр – 7

Аудиторні заняття – 68 Екзамен – 7 семестр
Самостійна робота – 82
Усього (годин/кредитів ECTS) – 150/5

Індекс НБ-6-076/16-2.1.29

СМЯ НАУ НП 11.01.05-01-2020

	Система менеджменту якості. Навчальна програма навчальної дисципліни «Стратегії бізнесу»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 11.01.05 – 01-2020
		стор. 2 з 10	

Навчальну програму дисципліни «Стратегії бізнесу» розроблено на основі освітньо-професійної програми та навчального плану № НБ-6-076/16 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» та освітньо-професійною програмою «Підприємницька діяльність в авіації» Наказу ректора №429/од, від 20.09.2019 р. та відповідних нормативних документів.

Навчальну програму розробили:

Професор кафедри економіки
та бізнес-технологій



М. Проскуріна

Навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітньо-професійною програмою «Підприємницька діяльність в авіації» кафедри економіки та бізнес-технологій, протокол № 10 від «28» 08 2019 р.

Завідувач кафедри



Н. Ушенко

Навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради ФЕБА, протокол № 1 від «29» 01 2020 р.

Голова НМРР



А. Тофанчук

УЗГОДЖЕНО

Декан ФЕБА


С.Петровська

« » 2020 р.

Рівень документа – 3б

Плановий термін між ревізіями – 1 рік

Контрольний примірник

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Навчальна програма навчальної дисципліни “ Стратегії бізнесу” розроблена на основі “Методичних вказівок до розроблення та оформлення навчальної та робочої навчальної програм дисциплін», введених в дію розпорядженням від 16.06.2015р. №37/роз .


Місце даної дисципліни в системі професійної підготовки фахівця.

Дисципліна «Стратегії бізнесу» спрямована на формування у студентів сучасного наукового світогляду і системи глибоких спеціальних знань про здійснення процесу стратегічного планування та моделювання бізнес-процесів в авіації та інших секторах підприємницької діяльності, формування вмій і навичок з стратегічного планування та управління, їх використання у практичній діяльності.

Метою викладання навчальної дисципліни «Стратегії бізнесу» у контексті спеціальності з урахуванням вимог стандарту вищої освіти є формування у студентів знань щодо сутності про сутність стратегічного управління бізнесом, про методології визначення та реалізації бізнес-стратегій в сфері авіації, а також формування практичних навичок використання методик стратегічного аналізу, розроблення стратегій і засобів їх реалізації організаціями різних форм власності, оволодіння практичним інструментарієм застосування прийомів і методів стратегічного управління в конкретній ситуації при розробленні управлінських рішень бізнес-одиниць. Предметом дисципліни є закономірності, принципи, методи і процеси формування стратегії бізнесу в умовах динамічного бізнес-середовища.

Завданнями вивчення навчальної дисципліни є:

- засвоєння методології та методів формування та реалізації стратегії бізнес-одиниць різних форм власності та масштабів діяльності;
- формування навичок моделювання ситуації;
- розуміння теоретичні основ стратегічного управління та принципів їх адаптації до нових умов середовища;
- розвиток інтелектуальних і творчих здібностей для виявлення необхідності змін в організації (на підприємстві) і прийняття рішень в умовах ризику;
- отримання знань та вироблення практичних навичок аналізу зовнішнього середовища бізнесу з метою визначення конкурентних переваг;
- засвоєння методів розроблення стратегії на різних рівнях управління організаціями (підприємствами);
- вивчення світового досвід формування та реалізації бізнес-стратегій з метою його екстраполяції на вітчизняні реалії;
- засвоїти сучасний інструментарій розроблення і впровадження стратегій діяльності на усіх рівнях управління підприємствами.
- навчитись виявляти, оцінювати потенційні загрози для існування організації і та мінімізувати можливі їх наслідки;
- самостійно виконувати розрахунки, пов'язані з аналізом, оцінкою та обґрунтуванням конкретних стратегічних рішень;
- виявляти проблемні ситуації на підприємствах, виробляти та оцінювати

	Система менеджменту якості. Навчальна програма навчальної дисципліни «Стратегії бізнесу»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 11.01.05 – 01-2020
		стор. 2 з 8	

можливі варіанти усунення проблем.

В результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути наступні **компетентності**:

-здатність проводити оцінювання та експертизу продукції, товарів і послуг в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

-здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

-здатність до фундаментального аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів.

-вміння виявляти, ставити, вирішувати проблеми та приймати обґрунтовані рішення.

-здатність до фундаментального аналізу та синтезу на основі логічних аргументів та перевірених фактів. Вміння виявляти, ставити, вирішувати проблеми та приймати обґрунтовані рішення.

-здатність до формування світогляду, розуміння принципів розвитку суспільства.

-здатність працювати з інформацією, у т.ч. в глобальних комп'ютерних мережах. Уміння знаходити та аналізувати інформацію з різних джерел.

-здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких, торговельних та біржових структур.


-здатність проводити дослідження з використанням теоретичних та прикладних досягнень в сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

Знати:

- понятійно-категоріальний апарат дисципліни;
- сутність, зміст і види бізнес-стратегій;
- методи оцінки ефективності бізне-стратегій;
- алгоритм аналізу середовища підприємства;
- принципи та алгоритм стратегічного планування;
- алгоритм управлінського аналізу;
- основні елементи внутрішнього та зовнішнього бізнес-середовища;
- моделі та принципи аналізу конкурентного середовища;
- сутність, зміст та алгоритм планування та реалізації стратегії, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням потенційних ризиків.

Вміти:

- приймати рішення вибору оптимальної стратегії розвитку бізнесу в умовах невизначеності;
- виконувати оцінку запропонованих стратегій за допомогою методів математичної статистики та експертної оцінки середовища;
- здійснювати вибір варіанта розвитку бізнесу в умовах динамічного ринкового середовища;
- вирішувати проблемні ситуації, що виникають в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур за умов невизначеності і ризиків;

	Система менеджменту якості. Навчальна програма навчальної дисципліни «Стратегії бізнесу»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 11.01.05 – 01-2020
		стор. 3 з 8	

– розробляти систему заходів щодо виявлення, оцінки, профілактики та страхування ризиків і визначати тактику дій для їх мінімізації з метою досягнення стратегічних цілей.

Навчальний матеріал дисципліни структурований за модульним принципом і складається з одного навчального модуля, а саме: **модуль №1 «Розробка та реалізація оптимальної бізнес-стратегії»** який є логічно завершеною, самостійною, цілісною частиною навчального плану, засвоєння якого передбачає проведення модульної контрольної роботи та аналіз результатів її виконання.

Міждисциплінарні зв'язки: Навчальна дисципліна «Стратегії бізнесу» базується на знаннях таких дисциплін, як «Економіка підприємства», «Потенціал та розвиток підприємства», «Управління бізнес-проектами та рішеннями», «Економіка і організація інноваційної діяльності» та є базою для виконання звітів з виробничої, науково-дослідної та переддипломної практики, та написання кваліфікаційної роботи.

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Модуль №1 «Розробка та реалізація оптимальної бізнес-стратегії»

Тема 2.1.1 Стратегія розвитку бізнесу


Стратегія розвитку бізнесу. Сутність та походження поняття «стратегія». Стратегічний менеджмент та постановка стратегічних цілей. Потенціал бізнесу. Конкурентоспроможність бізнесу. Теорії стратегічного управління. Основні школи та напрями стратегічного управління. Вплив науково-технічного прогресу та інформаційного суспільства на стратегію підприємства.

Тема 2.1.2. Елементи стратегії бізнесу.

Внутрішні резерви та можливості зовнішнього середовища. Основні елементи ефективної стратегії бізнесу. Ціль та місія бізнесу. Організаційна структура підприємства. Наявність конкурентних переваг. Продукт компанії та продуктова стратегія. Якість, випуск, супутні послуги. Ринки збуту. Географічні межі та соціально-економічні обмеження цільової аудиторії. Ресурсний потенціал. Нематеріальні активи. Оцінка ресурсного потенціалу. Злиття та поглинання. Ліквідація неефективних підрозділів. Ринкова взаємодія з конкурентами та партнерами. Тактика розвитку та її взаємозв'язок із загальною стратегією бізнесу. Корпоративна культура та її місце у формуванні стратегії.

Тема 2.1.3. Зовнішнє середовище бізнесу в сфері авіації.

Основні елементи зовнішнього середовища. Фактори прямого та опосередкованого впливу. Конкуренти. Партнери. Споживачі. Держава. Вплив соціокультурного середовища на стратегію бізнесу. Соціально-економічні показники. Фізико-географічне положення та геополітична ситуація. Соціально-демографічна структура бізнес-середовища. Конкурентний аналіз галузі. Критерії оцінки діяльності підприємств зі сторони стейкхолдерів. EFAS-аналіз. Типи зовнішнього середовища. Аналіз конкуренції М. Портера. Можливості зростання. Життєвий цикл підприємства. Життєвий цикл галузі. Портрет галузі авіації в

	Система менеджменту якості. Навчальна програма навчальної дисципліни «Стратегії бізнесу»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 11.01.05 – 01-2020
		стор. 4 з 8	

Україні. Ключові фактори успіху. Аналіз споживачів. Сегментація ринку. Інформаційна стратегія та формування попиту на товари та послуги. Промоція та брендинг.

Тема 2.1.4. Внутрішнє середовище бізнесу

Цілі, принципи і методи управлінського аналізу. Методика управлінського аналізу. Парадигми управління. Функції підприємства. Стратегічні цілі підприємства. Модель McKinsey. Ланцюг цінностей М. Портера. Особливості реалізації управлінського аналізу в українських реаліях. Проектна структура організації. Стратегічні ресурси та конкурентні переваги бізнесу. Ефективність діяльності та оптимальність витрат. Екстенсивний та інтенсивний розвиток підприємства. Види і структура економічних ресурсів бізнесу. Система управління ресурсами. Система залучення та використання ресурсів. Функціонування ресурсної системи. Впровадження корпоративних інформаційних систем. Принципи побудови КІС.

Тема 2.1.5. Бізнес-моделювання

Структурні блоки бізнес-моделі. Цільова аудиторія. Сегменти клієнтів. Ціннісна пропозиція і потреби споживачів. Канали розповсюдження. Дистрибуція, зв'язок. Реклама, промоція і відносини з клієнтом. Грошові потоки і доходи бізнесу. Ціннісні пропозиції. Ключові ресурси. Власні та запозичені ресурси. Стабільність бізнесу. Ключові види діяльності. Товари, послуги, супутні товари. Ключові партнери та постачальники. Структура витрат та контрактів.

Тема 2.1.6. Послідовність напрацювання стратегії.


Напрацювання стратегії для окремих підприємств. Аналіз зовнішнього середовища. Аналіз внутрішнього середовища. Розробка місії і цілі організації та тактичних етапів розвитку. Вибір стратегії розвитку, що задовольняють вимогам корпоративних цінностей. Реалізація стратегії. Дії та реалізація тактичних цілей. Поточний моніторинг дотримання стратегії. Контроль. Мотивація, Винагорода. Система реакції на зовнішні виклики.

Тема 2.1.7. Конкуренті стратегій розвитку бізнесу

Визначення конкурентних переваг. Лідерство по витратам. Оптимізація витрат. Оптимізація виробничих процесів. Диференціація. Маркетингова стратегія диференціації. Модель концентричних кіл продукту. Основні напрями диференціації. Фокусування. Фокусування на витратах. Фокусування на диференціації. Гілки виробництва. Структура виробництва або надання послуг. Техніка та технології. Ніша. Конкурентні переваги в стратегії компанії.

Тема 2.1.8. Базові стратегії розвитку бізнесу та можливості їх залучення в галузі авіації

Основні елементи стратегії: продукція, ринок, галузь, позиції бізнесу. Значення технологічної складової. Стратегія концентрованого зростання. Посилення ринкових позицій. Розвиток ринку товарів та послуг. Створення та розвиток продукту. Стратегія н.тегрованого зростання. Стратегія зворотної вертикальної інтеграції. Стратегія випереджаючої вертикальної інтеграції стратегія диверсифікованого зростання. Центрована диверсифікація.

	Система менеджменту якості. Навчальна програма навчальної дисципліни «Стратегії бізнесу»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 11.01.05 – 01-2020
		стор. 5 з 8	

Горизонтальна диверсифікація. Конгломератна диверсифікація. Стратегія скорочення. Стратегія ліквідації. Скорочення. «Збір урожаю». Скорочення витрат. Можливості використання еталонних стратегій.

Тема 2.1.9. Портфельний аналіз.

Цілі і основні етапи портфельного аналізу. Вектор зростання. Основні конкурентні переваги. Синергія. Стратегічна гнучкість. Класичні портфельні матриці. Матриця БКГ. Траєкторії розвитку. Матриця McKinsey – GE та основні стратегічні позиції в ній. Матриця Ансофа. Стратегія удосконалення діяльності. Стратегія експансії. Стратегія ринку. Стратегія диверсифікації. Модель АДЛ/ЛС. Концепція життєвого циклу бізнесу та відносна позиція на ринку. GAP-аналіз. Стратегічний аналіз ключових компетенцій. Модель бізнес-простір. Бізнес-процеси та їх класифікація. Модель ключових компетенцій. Взаємозв'язок споживчих якостей продукцій зі споживчою цінністю.

Тема 2.1.10. Стратегія і бізнес-планування.

Бізнес-план як форма представлення стратегії. Структура бізнес-плану. Технологія розробки бізнес-плану. Основи аналізу підприємства. Управлінські структури підприємства. Системи. Маркетинг. Виробництво. Корпоративна культура. Фінанси. Персонал і його кваліфікація. Умови реалізації стратегії. Бюджетування. Схема та основні етапи реалізації стратегії. Планування реалізації стратегії..

3. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

3.1. Основні рекомендовані джерела

3.1.1.Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : Навч. посіб, К. : Знання, 2010. 406 с.

3.1.2.Клівець П. Г. Стратегія підприємства : Навч. посіб.. К. : Академвидав, 2007. 320 с.

3.1.3.Корецький М. Х. Стратегічне управління : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2007. 240 с.

3.1.4.Саєнко М. Г. Стратегія підприємства : Підручник. Тернопіль : «Економічна думка», 2006. 390 с.

3.1.5.Самогулов А.Б., Богун Д.Г., Карпенко С.В. Современное стратегическое управление. К.: Издательство «Фирма ИНКОС», 2011.388 с

3.2. Додаткові рекомендовані джерела


3.2.1.Аакер Дэвид А. Стратегическое рыночное управление. Бизнес-стратегии для успешного менеджмента. СПб: Питер, 2003.292 с.

3.2.2.Василенко В. А. Стратегічне управління : навчальний посібник, К. :Центр учбової літератури, 2004. 400 с.

3.2.3.Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання : навчальний посібник. К. : КНЕУ, 2000. 360 с.

3.2.4.Горлачук В. В. Стратегічне управління : навчальний посібник. Миколаїв : Вид-во ПП «Шамрай», 2003. 440 с.

3.2.5.Довгань Л. Є. Стратегічне управління: навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2009. — 440 с.

	Система менеджменту якості. Навчальна програма навчальної дисципліни «Стратегії бізнесу»	Шифр документа	СМЯ НАУ НП 11.01.05 – 01-2020
		стор. 6 з 8	

3.2.6.Забродська Л. Д. Стратегічне управління підприємства. Харків: ХДУХТ, 2009.

3.2.7.Мізюк Б. М. Стратегічне управління, 2-ге вид., переробл. і доновн. Л. : Магнолія 2006, 2007. 392 с.

3.2.8.Міщенко А. П. Стратегічне управління: навчальний посібник. Дн-ськ.: Вид-во ДУЕП, 2007, 332 с.

3.2.9.Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства: Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія, К.: КНЕУ, 2001. 227 с.

3.2.10.Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх і кожного. Пер з англ. Роман Корнута. К.:Наш формат, 2017. 288 с.

3.2.11.Сумець О.М. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека: Навч. посіб. /О.М. Сумець, М.Б. Тумар – К.: «Хай-Тек Прес», 2008. – 399 с.

3.2.12.Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник. Пер. с англ. М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 2008.

3.2.13Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник. 2-ге вид., переробл. і доновн. К. : КНЕУ, 2004. 699 с.

3.3. Інформаційні ресурси в інтернеті

3.3.1.Американська асоціація маркетингу URL:<https://www.ama.org>.

3.3.2.Головне управління статистики України URL:
<http://www.ukrstat.gov.ua>.

3.3.3.Маркетинговий портал URL:<http://www.marketing-research.in.ua>.

3.3.4.Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL
<http://www.nbuv.gov.ua>.

3.3.5.Стратегія розвитку бізнеса. URL: <https://ipinform.ru/razvitiye-biznesa/strategii/strategii-razvitiya-biznesa.html>

ЗУкраїнська Асоціація Маркетингу URL: <http://www.uam.in.ua>



(Ф 03.02 – 04)

АРКУШ РЕЄСТРАЦІ РЕВІЗІЇ

№ пор.	Прізвище ім'я по-батькові	Дата ревізії	Підпис	Висновок щодо адекватності

(Ф 03.02 – 03)

АРКУШ ОБЛІКУ ЗМІН

№ зміни	№ листа (сторінки)				Підпис особи, яка внесла	Дата внесення зміни	Дата введення зміни
	Зміненого	Заміненого	Нового	Анульованого			

(Ф 03.02 – 32)

УЗГОДЖЕННЯ ЗМІН

	Підпис	Ініціали, прізвище	Посада	Дата
Розробник				
Узгоджено				
Узгоджено				
Узгоджено				