

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра менеджменту

Затверджено

Проректор з навчальної роботи,
проф. Гаврилюк С. В. _____

_____ 2013 р.

Стратегічний аналіз

Робоча програма

нормативної навчальної дисципліни
підготовки магістра
галузі знань 0305 «Економіка та підприємництво»
спеціальності 8.03050901 «Облік і аудит»

Робоча програма нормативної навчальної дисципліни «Стратегічний аналіз» для студентів спеціальності 8.03050901 «Облік і аудит» (заочна форма). – 29 червня 2013 р. – 8 с.

Розробник: Тоцька О. Л. – доцент кафедри менеджменту, к. е. н., доцент

Рецензент: Бегун С. І. – доцент кафедри обліку і аудиту, к. е. н., доцент

Робоча програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри менеджменту

протокол № 1 від 29.08.2013 р.

Завідувач кафедри: _____ (Черчик Л. М.)

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією інституту економіки та менеджменту

протокол № 1 від 4.09.2013 р.

Голова науково-методичної комісії інституту: _____ (Бегун С. І.)

Робоча програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою університету

протокол № 2 від 16.10.2013 р.

Вступ

Робоча програма навчальної дисципліни «Стратегічний аналіз» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістра спеціальності «Облік і аудит».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є виробнича та фінансово-господарська діяльність підприємства.

Міждисциплінарні зв'язки: курс «Стратегічний аналіз» пов'язаний із дисциплінами «Фінансовий менеджмент», «Організація обліку», «Аналіз форм фінансової звітності».

1. Опис навчального курсу

Таблиця 1

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		заочна форма навчання
Кількість кредитів: 3	0305 «Економіка та підприємництво»	нормативна
	8.03050901 «Облік і аудит»	Рік підготовки: 1
Семестр: 1		
Лекції: 12 год.		
Практичні (семінари): 4 год.		
ІНДЗ: є	Магістр	Самостійна робота: 42 год.
Загальна кількість годин: 108		Індивідуальна робота: 50 год.
		Форма контролю: <u>екзамен</u>

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

2.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Стратегічний аналіз» є формування системи знань із методики та техніки аналітичних досліджень для виявлення резервів підвищення ефективності виробництва й обґрунтування стратегічних управлінських рішень.

2.2. Основними завданнями вивчення дисципліни «Стратегічний аналіз» є вивчення сутності, напрямів і ролі стратегічного аналізу на підприємстві, методів аналізу структури капіталу й інвестицій; набуття вмінь аналізу й оцінювання потенціалу підприємства як чинника стратегії розвитку.

2.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

концептуальні засади стратегічного аналізу, методи прогнозування й аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, його конкурентних позицій, структури капіталу, інвестицій;

вміти:

аналізувати й оцінювати потенціал підприємства як чинника стратегії розвитку.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 108 годин / 3 кредити ECTS.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Стратегія як генеральний план розвитку бізнесу в конкурентному середовищі

Стратегія. Класифікації стратегій підприємства: за ієрархією в системі управління (корпоративна, ділова, функціональна, операційна); за функціональним критерієм (маркетингова, виробнича, фінансова, організаційна, соціальна); за стадіями життєвого циклу бізнесу

(зростання, утримання, скорочення); за конкурентною позицією на ринку (лідера, претендента, послідовника, новачка); за способом досягнення конкурентних переваг (мінімальних витрат, диференціації, зосередження); за рівнем глобалізації бізнесу (вузької спеціалізації, диверсифікації).

Стратегічний план діяльності підприємства. Підходи до формування стратегічного плану: «від досягнутого»; оптимізаційний; адаптаційний.

Тема 2. Стратегічний аналіз і його місце в управлінні економікою підприємства

Стратегічний аналіз. Завдання стратегії підприємства: 1) визначення сфери діяльності підприємства та формування стратегічних напрямів; 2) постановка стратегічних цілей і завдань для їх досягнення; 3) формування стратегії для досягнення намічених цілей і результатів діяльності підприємства; 4) реалізація стратегічного плану; 5) оцінка результатів діяльності та зміна, в разі необхідності, стратегічного плану або методів його реалізації.

Інформаційна база стратегічного аналізу. Макрооточення, безпосереднє оточення та внутрішнє середовище підприємства.

Грошові потоки підприємства й економічні чинники, які на них впливають: період часу, інфляція, ризик, ліквідність.

Тема 3. Методи прогнозування в стратегічному аналізі

Прогнозування. Стадії процесу прогнозування. Класифікації прогнозів: за терміном упередження (оперативні, короткострокові, середньострокові, довгострокові); за можливістю впливу на майбутні прогнози (пасивні, активні); за ступенем імовірності (варіантні, інваріантні); за способом представлення (точкові, інтервальні).

Методи прогнозування: якісні (індивідуальні – інтерв'ю, аналітичний, написання сценарію; колективні – комісій, колективної генерації ідей, «Дельфи»); кількісні (екстраполяції тенденції – найменших квадратів, рухомих середніх, експоненційного згладжування; моделювання – структурне, сітьове, матричне, імітаційне). Етапи колективного експертного оцінювання. Міжнародні експертні методи: журі експертів-виконавців, опитування продавців (дистриб'юторів), оцінки покупців (клієнтів), огляди й опитування.

Тема 4. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища: SWOT-аналіз

SWOT-аналіз. Сильні та слабкі сторони підприємства, його можливості й загрози.

Матриця SWOT-аналізу. Стратегічні проблеми та стратегічні альтернативи підприємства. Різновиди корпоративної стратегії фірми: «Максі-Максі», «Максі-Міні», «Міні-Максі», «Міні-Міні».

Тема 5. Стратегічний аналіз конкурентних позицій підприємства

Матриця Бостонської консалтингової групи «Зростання галузі / Частка ринку» (модель BCG). Поділ товарів фірми на групи: «знак запитання» («важка дитина»), «зірка», «дійна корова», «собака».

Матриця «Привабливість галузі / Позиція в конкуренції» (модель General Electric / McKinsey). Позиції матриці: «Переможець 1», «Переможець 2», «Переможець 3», «Сумнівний бізнес», «Середній бізнес», «Генератор прибутку», «Переможений 1», «Переможений 2», «Переможений 3».

Матриця спрямованої політики (модель Shell / DPM).

Матриця І. Ансоффа. Стратегії зростання: удосконалення діяльності, товарна експансія, розвиток ринку (ринкова експансія), диверсифікація. Імовірності успіху цих стратегій.

Тримірна схема Д. Абеля.

Діловий комплексний аналіз (проект PIMS).

Тема 6. Стратегічний аналіз структури капіталу підприємства

Капітал: власний, залучений. Підприємницький і фінансовий ризик. Фінансовий ліверидж. Формула розрахунку ефекту фінансового лівериджу та її складові частини: коефіцієнт структури капіталу, диференціал фінансового лівериджу, податковий коректор.

Методи оптимізації структури капіталу: управління величиною ефекту фінансового лівериджу, формування політики фінансування активів, оцінка вартості залучення капіталу.

Тема 7. Стратегічний аналіз інвестицій

Інвестиції. Портфельні та реальні інвестиції. Класифікації інвестицій: за об'єктом використання (матеріальні, фінансові, нематеріальні); за терміном (короткострокові інвестиції, довгострокові інвестиції, довгострокові вкладення).

Показники доцільності вибору інвестиційних проектів: період окупності, середня ставка доходу, чиста теперішня вартість, індекс рентабельності, внутрішня ставка доходу.

Ризик. Систематичний і несистематичний ризику. Методи оцінки ризику: статистичний, еквівалента певності, аналізу чутливості реагування.

Інфляція. Врахування інфляції в оцінці майбутніх доходів від інвестиційних проектів.

4. Структура навчальної дисципліни

Таблиця 2

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	Усього	у тому числі			
		Лек.	Практ. (Семін.)	Інд.	Сам. роб.
Тема 1. Стратегія як генеральний план розвитку бізнесу в конкурентному середовищі	10	2	2		6
Тема 2. Стратегічний аналіз і його місце в управлінні економікою підприємства	35	2	2	25	6
Тема 3. Методи прогнозування в стратегічному аналізі	8	2			6
Тема 4. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища: SWOT-аналіз	33	2		25	6
Тема 5. Стратегічний аналіз конкурентних позицій підприємства	10	4			6
Тема 6. Стратегічний аналіз структури капіталу підприємства	6				6
Тема 7. Стратегічний аналіз інвестицій	6				6
Усього годин	108	12	4	50	42

5. Теми практичних занять

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Стратегія як генеральний план розвитку бізнесу в конкурентному середовищі: 1. Зміст і класифікація стратегії підприємства в конкурентному середовищі. 2. Стратегічний план діяльності підприємства.	2
2	Стратегічний аналіз і його місце в управлінні економікою підприємства: 1. Концептуальні засади стратегічного аналізу. 2. Інформаційна база стратегічного аналізу. 3. Оцінка грошових потоків підприємства в стратегічному аналізі.	2
Разом		4

6. Самостійна робота

№ з/п	Тема	Кількість годин
1	Стратегія як генеральний план розвитку бізнесу в конкурентному середовищі: 1. Зміст і класифікація стратегії підприємства в конкурентному середовищі. 2. Стратегічний план діяльності підприємства.	6
2	Стратегічний аналіз і його місце в управлінні економікою підприємства: 1. Концептуальні засади стратегічного аналізу. 2. Інформаційна база стратегічного аналізу. 3. Оцінка грошових потоків підприємства в стратегічному аналізі.	6
3	Методи прогнозування в стратегічному аналізі: 1. Зміст і класифікація прогнозів. 2. Методи прогнозування.	6
4	Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища: SWOT-аналіз: 1. Характеристика методики SWOT-аналізу. 2. Складання матриці SWOT-аналізу.	6
5	Стратегічний аналіз конкурентних позицій підприємства: 1. Матриця Бостонської консалтингової групи «Зростання галузі / Частка ринку» (модель BCG). 2. Матриця «Привабливість галузі / Позиція в конкуренції» (модель General Electric / McKinsey). 3. Матриця спрямованої політики (модель Shell / DPM). 4. Матриця І. Ансоффа. 5. Тримірна схема Д. Абеля. 6. Діловий комплексний аналіз (проект PIMS).	6
6	Стратегічний аналіз структури капіталу підприємства: 1. Структура капіталу та ризик, їх взаємозв'язок і прогнозування. 2. Аналіз структури капіталу відповідно до стратегії його розвитку та показників, зумовлених нею.	6
7	Стратегічний аналіз інвестицій: 1. Види інвестицій. 2. Критерії доцільності вибору інвестиційних проектів. 3. Оцінка ризику в стратегії прийняття інвестиційних рішень. 4. Врахування інфляції в оцінці майбутніх доходів від інвестиційних проектів.	6
Разом		42

7. Індивідуальні завдання

Індивідуальне науково-дослідне завдання полягає в закріпленні отриманих під час лекцій і практичних занять знань шляхом обов'язкового написання проекту.

Проект повинен складатися з таких частин:

1. *Розробка стратегії власного підприємства:*

- а) визначення сфери діяльності та формування стратегічних напрямів;
- б) постановка стратегічних цілей і завдань для їх досягнення;
- в) формування стратегії для досягнення намічених цілей і результатів діяльності підприємства;
- г) реалізація стратегічного плану;
- д) оцінка результатів діяльності та зміна, в разі необхідності, стратегічного плану або методів його реалізації.

2. *Проведення SWOT-аналізу вже існуючого підприємства:*

- 1) загальна характеристика об'єкта дослідження:
 - історія розвитку організації;
 - організаційно-правова форма організації;
 - інфраструктура організації (наявність і характеристика підсобних господарств, розвиненість транспортної мережі тощо);
 - діяльність організації (сектор економіки, де працює організація; місія організації; існуючі ринки товарів і послуг; основні види товарів і послуг, що надаються організацією);
- 2) визначення внутрішніх сильних і слабких сторін підприємства, його зовнішніх загроз і можливостей.

Усього годин – 50.

8. Методи навчання

Методи навчання:

- інформаційно-рецептивний;
- ілюстративний;
- репродуктивний;
- проблемного викладу;
- евристичний.

9. Форма підсумкового контролю успішності навчання

Формою підсумкового контролю успішності навчання є екзамен.

На екзамен виносяться тестові питання, складені до таких підрозділів тем:

- 1. Зміст і класифікація стратегії підприємства в конкурентному середовищі.
- 2. Стратегічний план діяльності підприємства.
- 3. Концептуальні засади стратегічного аналізу.
- 4. Інформаційна база стратегічного аналізу.
- 5. Оцінка грошових потоків підприємства в стратегічному аналізі.
- 6. Зміст і класифікація прогнозів.
- 7. Методи прогнозування.
- 8. Характеристика методики SWOT-аналізу.
- 9. Складання матриці SWOT-аналізу.
- 10. Матриця Бостонської консалтингової групи «Зростання галузі / Частка ринку» (модель BCG).
- 11. Матриця «Привабливість галузі / Позиція в конкуренції» (модель General Electric / McKinsey).
- 12. Матриця спрямованої політики (модель Shell / DPM).
- 13. Матриця І. Ансоффа.
- 14. Тримірна схема Д. Абеля.
- 15. Діловий комплексний аналіз (проект PIMS).

10. Методи та засоби діагностики успішності навчання

Усне опитування, письмові роботи, самостійні роботи, виконання ІНДЗ, тестові завдання, екзамен.

11. Розподіл балів, які отримують студенти

Оцінки виставляються за такими критеріями:

- «відмінно» – дано правильні відповіді на 17–20 тестових питань із 20;
- «добре» – дано правильні відповіді на 13–16 тестових питань із 20;
- «задовільно» – дано правильні відповіді на 9–12 тестових питань із 20;
- «незадовільно» – дано правильні відповіді на 0–8 тестових питань із 20.

12. Методичне забезпечення

1. *Тоцька О. Л.* Методичні вказівки до виконання практичних робіт з дисципліни «Стратегічний аналіз» для студентів економічних спеціальностей / О. Л. Тоцька. – Луцьк : Ред.-вид. відділ «Вежа». – 2005. – 28 с.
2. *Тоцька О. Л.* Стратегічний аналіз : Практикум : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / О. Л. Тоцька. – Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2012. – 180 с.

13. Список джерел

1. *Головко Т. В.* Стратегічний аналіз : [навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц.] / Т. В. Головко, С. В. Сагова / За ред. д. е. н. М. В. Кужельного. – К. : КНЕУ, 2002. – 198 с.
2. *Гордієнко П. Л.* Стратегічний аналіз : [навч. посіб.] / П. Л. Гордієнко. – К. : Алерта, 2006. – 404 с.
3. *Нанивская В. Г.* Теория экономического прогнозирования : [учеб. пособ.] / В. Г. Нанивская, И. В. Андропова. – Тюмень : Тюм ГНГУ, 2000. – 98 с.
4. *Редченко К. І.* Стратегічний аналіз у бізнесі : [навч. посіб.] / К. І. Редченко. – [2-ге вид., доп.]. – Л. : «Новий світ-2000», 2003. – 272 с.
5. Стратегічне дослідження регіонів України за допомогою SWOT-аналізу : [кол. моногр.] / за ред. О. Л. Тоцької. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2013. – 180 с.
6. *Фаріон І. Д.* Практикум з стратегічного аналізу для студ. екон. спец. напрямку 0501 «Економіка і підприємництво» всіх форм навчання / [І. Д. Фаріон, В. А. Чичун, С. М. Жукевич] / За ред. д. е. н., проф. І. Д. Фаріона. – Тернопіль, 2004. – 300 с.