

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ПОВІТРЯНОГО ТРАНСПОРТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____ Ареф'єва О.В.
«27» серпня 2018 р.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ДИФЕРЕНЦІЙОВАНОГО ЗАЛІКУ

з дисципліни «Стратегічне управління підприємством»

Розроблено: к.е.н., доцент, Коваленко Н.В.

ПИТАННЯ ДО ДИФЕРЕНЦІЙОВАНОГО ЗАЛІКУ З ДИСЦИПЛІНИ «СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ»

1. Характеристика та тенденції розвитку сучасної економіки.
2. Якісна зміна природи відносин за умов постіндустріального етапу розвитку суспільства (так званої «нової» економіки).
3. Характеристики «нової» економіки.
4. Сучасна концепція ринкової орієнтації підприємства: клієнтоорієнтований характер діяльності, пріоритет нематеріальних активів над матеріальними і фінансовими, мережний принцип організації діяльності.
5. Діапазон джерел конкурентних переваг підприємства в контексті моделей його розвитку: «внутрішній розвиток - зовнішній розвиток», «організаційний розвиток - діловий розвиток».
6. Сутність стратегічного управління та його роль у забезпеченні розвитку підприємства.
7. Дефініція стратегічного управління.
8. Порівняння оперативного та стратегічного управління.
9. Роль стратегічного управління в розвитку підприємства.
10. Українська практика планування діяльності та декларування цілей розвитку підприємств.
11. Проблеми розвитку вітчизняних підприємств.
12. Поширення управлінських технологій на вітчизняних підприємствах.
13. Стратегія як ключова складова стратегічного менеджменту.
14. Поняття стратегії: багатоваріантність визначень.
15. Роль і місце стратегії в розвитку підприємства.
16. Концепція життєвого циклу організації.
17. П'ятиетапна модель життєвого циклу організації.
18. Загальні стратегії підприємства на різних етапах життєвого циклу підприємства.
19. Поняття «стратегічного набору» підприємства.
20. Класифікаційні ознаки стратегій підприємства.
21. Різновиди стратегій за класифікаційними ознаками.
22. Сутність стратегічного процесу на підприємстві.
23. Відмітні ознаки стратегічного процесу.
24. Стейкхолдери підприємства та їх інтереси.
25. Способи узгодження інтересів стейкхолдерів у стратегічному процесі.
26. Стратегічна рефлексія та її значення у стратегічному процесі підприємства.
27. Стратегічні дії як складова стратегічного процесу.
28. Стратегічна орієнтація підприємства: сутність та призначення.
29. Місія та практика її визначення зарубіжними та вітчизняними підприємствами.
30. Простір конструювання місії підприємства.
31. Основні етапи конструювання місії підприємства.
32. Трафарет розробки ділового кредо підприємства.
33. Візія керівництва підприємства.
34. Концепція стратегічної візії за Д. Аакером.
35. Стратегічний аналіз як основа прийняття стратегічних рішень.
36. Мета та об'єкт стратегічного аналізу.
37. Етапи та процедури стратегічного аналізу підприємства та його оточення.
38. Принципи здійснення стратегічного аналізу.
39. Поняття та структура зовнішнього середовища підприємства.
40. Конфігурація зовнішнього середовища підприємства.
41. Модель п'яти конкурентних сил М. Портера: сутність, умови застосування та обмеження.

42. Сфери конкуренції та партнерства. Виявлення ключових факторів успіху (КФУ).
43. Цілі та роль внутрішнього аналізу в стратегічному управлінні.
44. Оцінка ресурсного потенціалу підприємства як цільова настанова внутрішнього стратегічного аналізу.
45. Поняття та структура внутрішнього середовища підприємства: функціональний і ресурсно-компетенційний підходи.
46. Ресурси та компетенції підприємства.
47. Матеріальні та нематеріальні ресурси.
48. Аналіз ресурсів за категоріями: людські, фінансові, виробничо-технологічні, інформаційні, комунікативні, матеріальні ресурси.
49. Аналіз ресурсів за ступенем їх специфічності.
50. Стратегічний баланс підприємства як комплексний результат стратегічного аналізу.
51. SWOT-аналіз: сутність та основні етапи проведення.
52. Класифікація можливостей і загроз, що виникають у зовнішньому середовищі підприємства.
53. Стратегічне позиціонування підприємства на основі SPACE-матриці.
54. Портфельний аналіз у розробці стратегічних рішень. Матриця «привабливість — конкурентоспроможність» («МакКінзі» — «Дженерал Електрик»).
55. Системи оцінювання діяльності підприємства та їх еволюція.
56. Сутність та етапи розроблення збалансованої системи показників (BSC).
57. Чотири перспективи збалансованої системи показників: фінанси, клієнти, процеси та навчання.
58. Етапи розробки BSC.
59. Стратегічна карта цілей підприємства та принципи її побудови.
60. Менеджмент знань як управлінська технологія.
61. Сутність та два аспекти управління знаннями організації: «knowledge management» як складова менеджменту та інформаційна технологія.
62. Знання організації як об'єкт управління.
63. Класифікація знань підприємства.
64. Визначення управління знаннями як специфічної методології набуття підприємством стійких конкурентних переваг.
65. Партнерство як стратегічний імператив.
66. Історичні витоки партнерств підприємств.
67. Концептуальна модель партнерства підприємств.
68. Природа партнерства та різновиди стратегічної взаємодії підприємств.
69. Ознаки стратегічності партнерської взаємодії підприємств.
70. Види сучасної міжфірмової кооперації.
71. Континуум організаційних форм стратегічних партнерств.
72. Види управлінського консультування.
73. Змістовні елементи управлінського консультування.
74. Консалтинговий процес, його учасники та результати.
75. Зовнішні консультанти та їхня роль у стратегічному процесі підприємства.
76. Внутрішні консультанти та їхня роль у стратегічному процесі.
77. Проблемно-орієнтоване консультування.
78. Знаннево-компетенційне консультування.