

2019/2020 НАВЧАЛЬНИЙ РІК
СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Запитання до іспиту

1. Підприємство: сутність і функції.
2. Життєвий цикл підприємства (фірми).
3. Розвиток підприємства та його критерії.
4. Роль стратегічного (довгострокового) мислення та стратегічного управління в бізнесі.
5. Поняття стратегії та стратегування. Основні наукові школи стратегування.
6. Стратегічний менеджмент і стратегічний бізнес-консалтинг.
7. Стратегічний аналіз і діагностика підприємства: сутність, передумови проведення.
8. Формулювання місії та візії підприємства. Види та ієрархія цілей і завдань. «Дерево цілей».
9. Основні методики аналізу середовища підприємства. Внутрішнє і зовнішнє середовище. Глобальне середовище.
10. SWOT-аналіз. Багатофакторний системний PEST-аналіз та PEEST-аналіз.
11. Побудова піраміди стратегій.
12. Застосування основних інструментів реалізації стратегії: тактики, політики, процедур, правил, бюджетів, систем підтримки та винагороджування.
13. Бізнес-моделі та їх роль у реалізації стратегії.
14. Середньострокове та довгострокове прогнозування та його роль у стратегічному менеджменті. Види й методи прогнозування.
15. Форсайт-дослідження: сутність, методика, об'єкти наукового передбачення.
16. Сутність корпоративної стратегії, її місце в піраміді стратегій. Корпоративні стратегії інтеграції та диверсифікації.
17. Поняття портфельного аналізу. Вибір «стратегічної зони господарювання» та «стратегічних бізнес-одиниць».
18. Розроблення стратегій розвитку стратегічних бізнес-одиниць.
19. Застосування в управлінському процесі моделей (матриць): Boston Consulting Group (BCG); General Electric і McKinsey & Company (GE/McKinsey); Г. Гінтерхубера; Ч. В. Хофера і Д. Шендель; І. Ансофа та ін.
20. Новий соціальний контекст корпоративної стратегії у XXI столітті. Соціальна корпоративна відповідальність бізнесу.
21. Поняття конкуренції, конкурентних переваг і конкурентоспроможності підприємства. Джерела конкурентних переваг підприємств у XXI столітті.
22. Конкурентна діагностика підприємства та її складові. Типологія конкурентів.
23. Модель «5 сил конкуренції» М. Портера.
24. Обґрунтування конкурентної ситуації в галузі і на ринку та типу конкуренції.
25. Оцінка ринкової частки підприємства та монополізму на ринках.
26. Здійснення комплексної оцінки конкурентоспроможності підприємства за показниками динаміки господарської діяльності.
27. Розроблення та реалізація конкурентної стратегії. Наступальна та оборонна стратегії.
28. Стратегії випередження, блокування, кооперації.
29. Теорії «багряного» та «блакитного» океанів В. Ч. Кіма і Р. Моборн: сутність, порівняльний аналіз, досвід застосування в бізнес-організаціях.
30. Поняття та види функціональної стратегії підприємства (бізнес-організації).
31. Сучасна концепція маркетингу. Стратегічний та операційний маркетинг.
32. Сутність і види маркетингових стратегій. Взаємозв'язок маркетингової стратегії з корпоративною стратегією. Стратегії вибору цільового ринку.

33. Маркетингові стратегії відповідно до складових комплексу маркетингу: товарна стратегія; цінова стратегія; стратегія розповсюдження товарів; стратегія просування.
34. Матриця І. Ансоффа «можливості по товарах/ринках» і відповідні їй стратегії. Стратегічне позиціонування бізнес-організацій на ринку.
35. Поняття «персонал» і «кадри». Аудит персоналу як початкова стадія розроблення кадрової стратегії підприємства.
36. Взаємозв'язок кадрової стратегії з життєвим циклом працівника в організації, життєвим циклом підприємства та корпоративною стратегією. Діяльність підприємства на внутрішньому та зовнішніх ринках праці.
37. Види кадрових стратегій.
38. Стратегія командоутворення.
39. Поняття фінансової стратегії. Взаємозв'язок фінансової стратегії з корпоративною стратегією.
40. Фінансовий аналіз як основа розроблення ефективної фінансової стратегії підприємства. Роль фінансової стратегії у забезпеченні фінансової стійкості, платоспроможності, ліквідності та рентабельності підприємства.
41. Оцінка вартості бізнесу.
42. Стратегічне балансування діяльності підприємства.
43. Особливості виходу підприємства на міжнародні ринки та інтернаціоналізації його стратегії.
44. Поняття і типи міжнародних/глобальних стратегій підприємства.
45. Стратегії міжнародної конкуренції М. Портера.
46. Стратегії професійного (ділового) партнерства. Міжнародні асоціації, ділові мережі та міжнародні стратегічні альянси підприємств.
47. Інновації і креативність. Концепція «підривних інновацій» та «дилема інноватора» К. Крістенсена. Концепція «творчого руйнування» Р. Фостер і С. Каплан.
48. Інноваційна діагностика підприємства. Критерії вибору базової стратегії інноваційного підприємства.
49. Стратегія забезпечення технологічного лідерства.
50. Імітаційна стратегія інноваційного підприємства.
51. Стратегії наслідування лідера, копіювання дій лідера, удосконалення.
52. Венчурна стратегія інноваційного підприємства.
53. Проектна стратегія інноваційного підприємств.
54. Стартап як інноваційний проєкт та новостворена компанія: поняття, види, стадії і стратегії розвитку. Бізнес-моделі стартапів.
55. Цифрова трансформація бізнесу. Особливості переходу до цифрових бізнес-моделей.
56. Сутність та відмінності цифрових і онлайн стратегій підприємств. Формування цифрової фірми. Перебудова системи управління цифровою організацією.
57. Юридична діагностика підприємства. Розроблення правової стратегії підприємства. Основні типи правової стратегії.
58. Основні юридичні інструменти реалізації правової стратегії. Due diligence: сутність, мета, актуальні напрями.
59. Compliance: сутність, сфери застосування, взаємозв'язок із ризик-менеджментом. Антикорупційний compliance.
60. Forensic: сутність, аналіз та врегулювання фінансово-правових спорів та інших конфліктних ситуацій, які виникають між діловими партнерами. Поняття forensic-аудиту.
61. Investor relations. Організація взаємодії з інвесторами. Упередження недружнього збагачення учасників інвестиційного проєкту.
62. Government relations. Взаємодія з органами державної влади в процесі реалізації підприємницьких проєктів. Організація роботи і функції GR-менеджера.