**ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 4**

**Тема: АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА**

**Мета заняття:** розглянути призначення аналізу зовнішнього середовища - виявити і усвідомити можливості та загрози, які можуть виникнути для підприємства в майбутньому, з тим щоб правильно визначити стратегію і загальну політику підприємства..

 **Зміст практичного заняття**

1. Характеристика та цілі аналізу зовнішнього середовища підприємства;
2. Мета і зміст галузевого аналізу. Визначення економічних характеристик галузевого оточення;
3. Модель п’яти сил конкуренції М.Портера.

 **Основні питання для обговорення**

1. Чи впливають результати SWOT-аналізу на зміст процесу стратегічного управління?
2. Які ви знаєте методи прогнозування, що застосовуються при встановленні майбутніх необхідних і внутрішнього середовища підприємства?

3. Які основні прогнози, на ваш погляд, необхідні для українських промислових підприємств?

 **Теоретичні питання**

1. Особливості застосування методів прогнозування в умовах функціонування української економіки.
2. Недоліки екстраполяційних методів для прогнозування змін у соціально-економічних системах.

**Тестові завдання для перевірки знань:**

1. Аналіз сильних і слабких сторін організації дозволяє.

а) знижувати витрати виробництва

б) визначити можливості перекладу слабких сторін в сильні з урахуванням ризику

в) підготувати і реалізувати рішення, направлених на досягнення поставлених цілей фірми

г) розробити антикризовий план фірми

1. Процес стратегічного планування є.

а) оцінку стратегії, виконання стратегії, розробку планів, контроль за виконанням планів

б) аналіз середовища, визначення місії і цілей, вибір стратегії, виконання стратегії, оцінка і контроль

в) місію і цілі, аналіз зовнішнього середовища, аналіз сильних і слабких сторін, аналіз альтернатив і вибір стратегії, управління реалізацією стратегії, оцінка стратегії.

г) збір і обробка інформації про стан підприємства, розробка антикризових планів фірми, аналіз сильних і слабких сторін плану, підготовка і реалізація стратегічних рішень, оцінка і контроль.

1. Система планів включає:

а) основні напрями діяльності (довгострокові плани), плани розвитку організації (середньострокові), тактичні (робочі плани).

б) довгострокові, короткострокові, поточні плани

в) індикативний план, короткостроковий, довгостроковий

г) оперативний план, плани розвитку підприємства, короткострокові плани

1. Тактичні (робочі) плани складають:

а) на період стратегічного планування

б) на період до одного року

в) як мінімум на 10 років

г) на період від трьох до п'яти років

1. Які плани включають: план диверсифікації, ліквідаційний план, план науково-дослідної роботи

а) довгострокові плани – основні напрями діяльності

б) тактичні (робочі) плани

в) плани розвитку організації (середньострокові)

г) поточні плани

1. План диверсифікації – це ..

а) ліквідація тих галузей, товарів, які не приносять прибутку

б) план, який дозволяє максимально можливо застосувати той досвід на практиці, який застосовний в даному регіоні

в) план розширення вигляду, діяльності, тобто на основі основного виду діяльності здійснюється виробництво додаткових. видів.

г) план, який включає відкриття нових принципів, створення нових виробництв і технологій, розробку нових методів досліджень

1. Структура системи стратегічного менеджменту включає:

а) наукові підходи, функції, методи; цільову підсистему, забезпечуючу, управляючу, керовану підсистему.

б) місію і цілі, аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, аналіз сильних і слабких сторін, аналіз альтернатив і вибір стратегії, управління реалізацією стратегії, оцінка стратегії.

в) стратегічне планування, аналіз зовнішнього середовища, аналіз внутрішнього середовища

г) систему планів; систему наукових підходів; цільову підсистему, що забезпечує підсистему.

1. Складовими якої підсистеми є: стратегічний маркетинг, загальна стратегія розвитку фірми.

а) управляючої

б) цільової

в) забезпечуючої

г) керованої

1. В основі стратегічної сегментації лежить .

а) виділення СЗГ, а також визначення стратегічного господарського центру, який відповідає за діяльність однієї або декількох СЗГ

б) дослідження ринку по стимулюванню і просуванню товару

в) процес створення і підтримки стратегічної відповідності між цілями фірми, її потенційними можливостями і споживацьким попитом

г) виділення СГЦ, а також визначення СЗГ на якому підприємство має або бажає одержати «вхід» у сфері маркетингу

1. Базові стратегії – це :

а) стратегія обмеженого зростання; стратегія інтенсивного маркетингу; стратегія ліквідації; комбінована стратегія.

б) стратегія обмеженого зростання; стратегія зростання; стратегія ліквідації; комбінована стратегія.

в) стратегія ліквідації; стратегія зростання; стратегія вибіркового вживання; стратегія пасивного маркетингу.

г) стратегія зростання; стратегія інтенсивного маркетингу; стратегія широкого проникнення; комбінована стратегія.

**Практичні ситуаційні завдання для перевірки знань:**

**Завдання №1**

1.Особливості розробки стратегії в Японії.

2.Вирішітьуправлінську ситуацію

За останні роки в Західній Європі збільшилася кількість спільних підприємств, що випускають дорогі автомобілі. Європейське відділення "Форд" і "ФАГ" створило підприємство "Авто Європа" для виробництва мінівенів в Португалії. Щорічно буде випускатися близько 200 тис. Таких автомобілів. "ФІАТ" і "Пежо" - "Сітроен" організували компанію "Севел" для виробництва автофургонів. На спільно побудованому заводі цих двох груп "Севелнорд" у Валенсії (Іспанія) випускається продукція.

питання:

 1. До якої форми співпраці привели автомобільні корпорації пошуки стратегічних партнерів?

 2. Як обрана стратегія вплине на конкурентоспроможність автомобільних корпорацій?

**Завдання №2**

1.Сфокусовані стратегії низьких витрат і диференціації

2.Вирішіть управлінську ситуацію

Один зі світових лідерів в області виготовлення електронного обладнання запису і відтворення звуку і зображення японська фірма «Соні» придбала відому американську кінокомпанію "Коламбіа Пикчерс", заплативши за неї кілька мільярдів доларів. У слід за нею таке ж придбання зробила фірма "Мацусіта", що випускає аналогічну з фірмою "Соні" продукцію під назвою "Національ Панасонік".

питання:

З позиції стратегічного управління поясните таку поведінку японських фірм і визначте тип їх стратегії розвитку

**Завдання №3**

1.Стратегіі диверсифікації спорідненіі і неспоріднені галузі

2.Побудуйте матрицю Бостонської консультативної групи для організації (за вибором студента).

**Завдання №4**

1.Організація процесу розробки стратегії

2. Вирішіть управлінську ситуацію

Один зі світових лідерів в області виготовлення електронного обладнання запису і відтворення звуку і зображення японська фірма «Соні» придбала відому американську кінокомпанію "Коламбіа Пикчерс", заплативши за неї кілька мільярдів доларів. У слід за нею таке ж придбання зробила фірма "Мацусіта", що випускає аналогічну з фірмою "Соні" продукцію під назвою "Національ Панасонік".

питання:

З позиції стратегічного управління поясните таку поведінку японських фірм і визначте тип їх стратегії розвитку.

**Завдання №5**

1.Аналіз стану організації

2. Структура і зміст бізнес-плану (вид діяльності або продукт на розсуд студента).