

Sylabus předmětu

Identifikace předmětu

| | | | |
|-------------------|--|-----------------|-----------------|
| Znak | MPH-STRP | MKH-STRP | |
| Česky | Strategické řízení podniku | | |
| Anglicky | Corporate Strategic Management | | |
| Studijní program | magisterské pětileté; magisterské navazující | | |
| ECTS kredity | 5 | | |
| Garantuje katedra | KPH | | |
| Garant předmětu | Prof. Ing. Ladislav Blažek, CSc. | | |
| Forma studia | prezenční | kombinovaná | kombinovaná |
| Skupina předmětu | oborově povinný | oborově povinný | oborově povinný |
| Rozsah výuky | 1/1 | 12 hod. | 12 hod. |
| Výuka v semestru | devátém (třetím navaz.) | třetím (navaz.) | třetím (navaz.) |
| Výchozí předměty | žádné | | |
| Schváleno OAK | 12.6.2006 | | |

Anotace :

Předmět Strategické řízení podniku poskytuje informace a znalosti o principech a základech uplatňování analytických metod v podniku, je koncipován jako průřezový, ve kterém se prolínají veškeré aspekty a témata používané a frekventované v oblasti podnikové ekonomie a podnikového hospodářství. Předmět poskytuje návod pro zajištění podnikatelského úspěchu v tržním hospodářství, předvídání tržních příležitostí a řešení možných problémů podniku, které mají strategický charakter.

Přednášky kombinují praktické poznatky a teoretické směry pro oblast strategické analýzy podnikových procesů a zejména pro oblast tvorby nových strategických cílů, vizí a doporučení pro vrcholový management.

Přednášky jsou organizovány způsobem přechodu od obecných informací, přes konkrétní podnikové analýzy až po schopnost studenta a týmu vytvořit návrh nové podnikové strategie.

Problematika je probírána z pohledu vnějšího okolí podniku, jakož i z pohledu vnitropodnikových faktorů, s cílem vytvoření kvalitní deskripce stávající situace a návrhu řešení pro podnikový management.

Cíl:

Cílem předmětu je seznámit s funkcí, podstatou a metodami strategického řízení podniku. Problematika je zaměřena zejména na vymezení pojetí strategie podniku a jeho strategických cílů, strategickou diagnostiku a analýzu, monitorování okolí podniku a prognózování jeho vývoje. Pozornost je rovněž věnována popisu podstaty a možnosti aplikace jednotlivých metod formulace a hodnocení podnikové strategie. Jde zejména o metody umožňující podniku

analyzovat odvětví, ve kterém podniká a předpovídat jeho budoucí vývoj, porozumět konkurentům, pochopit vlastní pozici a tuto analýzu převést do konkurenční strategie konkrétního podnikání. Pozornost je věnována též vlivu konkurenční strategie na vnitřní prostředí podniku a jeho změny. Kurz sestává z přednášek a seminářů. Na seminářích jde o procvičování tvorby strategií formou případových studií.

Po absolvování tohoto kurzu by studenti měli:

- porozumět základům tvorby podnikové strategie, významu tvorby cílů a vizí pro podnikové plánování
- vysvětlit jednotlivé modely tvorby strategie včetně jejich výhod a slabin
- orientovat se v oblasti řízení strategických podnikových procesů
- chápat koncepci řízení strategických procesů
- pochopit jednotlivé složky strategických podnikových procesů a zdůvodnit t rozdíly mezi nimi
- být schopni formulovat návrh a logiku pro tvorbu strategie
- být schopni vybrat optimální strategii pro další rozvoj podniku

Osnova předmětu :

Tématický plán přednášek :

1) Vývojové tendence strategického řízení

Vznik a vývoj strategického řízení. Významní autoři a jejich práce. Základní přístupy ke strategickému řízení.

2) Modely strategického řízení

Vybrané modely procesu strategického řízení (hlavní myšlenkový proud, logický inkrementalismus, Greinerův model aj.)

3) Poslání podniku

Poslání podniku - formulace mise. Podnikové cíle, jejich stanovování. Shareholderské a stakeholderské pojetí podniku. Analýza vlivu zájmových skupin.

4) Analýza vnějšího prostředí

STEP analýza, analýza ekonomických charakteristik odvětví, analýza hybných sil v odvětví,

5) Analýza konkurence

analýza konkurence v odvětví - Porterův model, strategické mapy, analýza konkurentů, analýza atraktivity odvětví.

6) Analýza vnitřního prostředí

Evaluace dosavadní strategie, analýza výsledků v jednotlivých oblastech, analýza citlivosti podniku, portfolio analýza, SPÁČE analýza,

7) analýza faktorů úspěchů

klíčové faktory úspěchu, analýza konkurenceschopnosti, SWOT analýza.

8) Volba strategie

Generování strategických alternativ, volba strategie, typy strategií (integrační, intenzivní, diverzifikační, obranné), výběr vhodné strategie.

9) Implementace strategie

Organizační struktura, organizační procesy, obsazování rolí.

10) Řízení strategické změny

Organizační příprava na zavedení strategie, rekonfigurace operačních procesů, realizace strategie s podporou plánovacích a administrativních systémů.

Tématický plán seminářů

1. 2. 3. První prezentace jednotlivých týmů

Je prezentována a diskutována deskripce podniku dle zadané struktury

4. 5. 6. Druhá prezentace jednotlivých týmů

Je prezentována a diskutována analýza a strategie podniku, včetně návrhu její implementace dle zvolených metodických postupů.

7. Závěrečné hodnocení

Distanční studium

Tutoriály budou rozvrhově organizovány do 2 šestihodinových bloků s náplní podle přednáškových tématických okruhů a kontrolních testů následovně:

1. tutoriál - Témata č. 1. – 7. Kontrolní test 1
2. tutoriál - Témata č. 8. – 13., Kontrolní test 2

Rozpis tématické náplně jednotlivých tutoriálů dle rozvrhu.

Studijní zátěž

Studijní zátěž pro prezenční studium :

| | Počet | Čas | Celkový čas |
|---------------------------------------|-------|--------|-------------|
| přednáška | 10 | 2 hod | 20 hod |
| Účast na seminářích, | 6 | 4 hod | 24 hod |
| Závěrečné hodnocení | 1 | 2 hod | 2 hod |
| Příprava na semináře | 8 | 2 hod | 16 hod |
| Příprava prezentace seminárních prací | 6 | 2 hod | 12 hod |
| Příprava na studentskou soutěž | 1 | 10 hod | 10 hod |
| Studentská soutěž | 1 | 6 hod | 6 hod |

| | | | |
|----------------------|--|--|---------------|
| Celková zátěž | | | 90 hod |
|----------------------|--|--|---------------|

Studijní zátěž pro distanční studium :

| | Počet | Čas | Celkový čas |
|--|-------|--------|---------------|
| Přednáška/tutoriál | 3 | 4 hod | 12 hod |
| Prezentace sem. prací | 1 | 10 hod | 10 hod |
| Příprava na seminář | 10 | 2 hod | 20 hod |
| Příprava na prezentaci seminárních prací | 10 | 4 hod | 40 hod |
| Závěrečné hodnocení | 6 | 2 hod | 12 hod |
| | | | |
| | | | |
| Celková zátěž | | | 90 hod |

Pozn. tutoriál 3 x 4 hod výukové bloky

Rozvržení studijní zátěže v průběhu semestru :

Příprava na semináře a tvorbu týmových seminárních prací z oblasti komplexní podnikové analýzy a tvorby strategických a cílů a vizí je vzhledem k velmi aktivní formě výuky průběžná.

Kurz bude zakončen zkouškou formou kolokvia . Pro úspěšné absolvování musí studenti prezentovat týmově seminární práci formou PP prezentace a volného výkladu.

System ověřování znalostí (požadavky na ukončení předmětu)

Pro magisterské prezenční studium:

Povinností studenta, který bude účastníkem týmu je prezentovat 1 seminární práci – strategickou analýzu zvoleného podniku za semestr formou týmové práce, v týmu bude max. 5 studentů, ke kvalitě jeho zpracování bude přihlíženo při konečném hodnocení. Organizační rozdělení do skupin – týmů bude provedeno na prvních dvou setkáních, na kterých se budou moci přihlásit a domluvit se na konkrétním termínu vystoupení. Termíny prezentací budou kopírovat harmonogram přednášek a seminářů. Samotná prezentace musí být vypracována v MS PowerPointu. Nedodržení termínu prezentace bez řádné omluvy je považováno za nesplnění předpokladů přípuštění ke zkoušce.

Kurz bude zakončen zkouškou formou kolokvia . Pro úspěšné absolvování musí studenti prezentovat týmově seminární práci formou PP prezentace a volného výkladu.

V průběhu semestru se nebude psát žádný test, ale přesto vyučující doporučuje průběžně si ověřovat získané znalosti v autokorekčních testech .

Pro distanční studium :

Studenti budou začleněni do pracovních týmů, jejichž povinností bude zpracování kolektivní seminární práce z oblasti strategického řízení podniku, počet studentů v týmu nesmí překročit číslo 5, prezentace práce bude vypracována v MS PowerPoint .

Kurz bude zakončen zkouškou formou kolokvia formou prezentace PP a volného výkladu.

Harmonogram pro distanční formu studia:

| | |
|------------------|---|
| 1 týden semestru | samostudium (1. – 3. téma), 1. tutoriál |
| 2. - 3. týden | samostudium (4. – 5. téma), vypracování POTu 1 |
| 4. - 5. týden | samostudium (6. téma), 2. tutoriál (Kontrolní test 1) |
| 6. – 7. týden | samostudium (7. – 8. téma), vypracování POTu 2 |
| 8. týden | samostudium (9. téma), 3. tutoriál (Kontrolní test 2) |
| 9. - 10. týden | samostudium (10. – 11. téma), vypracování POTu 3 |
| 11. týden | samostudium (12. – 13. téma), prezentace sem. prací |
| 12. - 13. týden | opakování a procvičení celé látky, 4. tutoriál (kontrolní test 3) |

Způsob ověřování kvality předmětu a výuky

1. Pomocí výsledků studentské ankety z IS MU.
2. Prostřednictvím vlastní ankety a studentské soutěže na konci semestru.
3. Ověřením znalostí studentů prostřednictvím kolektivní seminární práce .
4. Konzultačními hodinami studentů všech forem studia

Literatura

Základní pro obě formy:

KEŘKOVSKÝ, M. – VYKYPĚL, O. *Strategické řízení – teorie pro praxi*, Praha : C.H. Beck, 2002. 172 s. ISBN 80-7179-578-X

Doporučená :

BARTES, F. *Konkurenční strategie firmy*. Praha: Management Press, 1997, 124 s., ISBN 594-3417

BOWMAN, C. *Strategický management*. Praha: Grada, 1996, 147 s., ISBN 80-7169-2301

WELGE, M.K. / AL-LAHAM, A.. *Strategisches Management*. Wien: Uebereuter, 2004, ISBN 3-409-43866-1

PORTER, M.E. *Konkurenční strategie*. Praha: Victoria Publishing 1994, 626 s., ISBN 80-8560-5120,

STADLER, S. *Strategický management*. Brno: Masarykova univerzita 2000, 258 s., ISBN 80-2102-304X

Garant: Prof. Ing. Ladislav Blažek, CSc.

Vyučující : Ing. Viliam Záthurecký, MBA

V Brně, duben 2006