

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ, ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ І ЕКОНОМІЧНОЇ
ТЕОРІЇ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан економічного факультету

(підпис) А.В. Череп
(ініціали та прізвище)
« 1 » вересня 2016 р.

**СОЦІАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ
КОМПАНІЙ**

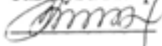
РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки магістра
спеціальності **051 Економіка**

освітня програма **Міжнародна економіка**

Укладач к.е.н., доцент Переверзева Анна Василівна

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри міжнародної
економіки, природних ресурсів і
економічної теорії
Протокол № 1 від "25" серпня 2016 р.
Завідувач кафедри



Д.І. Бабміндра

Ухвалено науково-методичною радою
Економічного факультету

Протокол № 1 від "29" 08 2016 р.
Голова науково-методичної ради
економічного факультету



І.І. Колобердянко

2016 рік

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти,	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки	Вибіркова	
Загальна кількість годин - 90	Спеціальність 051 Економіка	Рік підготовки:	
	Освітня програма Міжнародна економіка	2-й	-
		Лекції	
Тижневих аудиторних годин для денної форми навчання: – 3 год	Рівень вищої освіти: магістерський	14 год.	-
		Практичні, семінарські	
		6	-
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		70 год.	-
Вид контролю: екзамен			

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Соціальні стратегії розвитку міжнародних компаній» є формування комплексу знань щодо особливостей соціальних стратегій розвитку та їх реалізація у міжнародних компаніях.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни «Соціальні стратегії розвитку міжнародних компаній» є:

- вивчити стратегії розвитку та концептуальні питання їх розробки;
- розглянути основні принципи та особливості стратегічного розвитку великих компаній;
- дослідити методи оцінки ефективності соціальних стратегій розвитку;
- визначити можливості реалізації соціальних стратегій розвитку на національному рівні.

Згідно з вимогами освітньої (освітньо-професійної, освітньо-наукової) програми студенти повинні досягти таких результатів навчання (компетентностей):

Загальні (універсальні):

- вміння працювати автономно та в команді;
- уміння оперувати методологією наукового апарату (проблема, ідея, мета, завдання; об'єкт, предмет, гіпотеза дослідження);
- здатність знаходити нове в явищах, виявляти в них невідомі зв'язки й закономірності; адаптуватися до адаптації та дії в новій ситуації; здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, самостійне набуття й використання новітніх знань і умінь,
- здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів);
- здатність застосовувати комп'ютерну техніку та сучасну інформаційну та комунікаційну технологій;
- здатність спілкуватися із неспеціалістами, включаючи формування навичок до викладання;
- здатність спілкуватися з нефахівцями своєї галузі (з експертами з інших галузей);
- здатність працювати в міжнародному контексті; надавати складну комплексну інформацію у стислій формі усно та/або письмово із використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та відповідною діловою мовою у тому числі іноземною.

Спеціальні (фахові):

- проведення аналітичних досліджень за допомогою надбаних знань та відповідних спеціальних методів;
- здатність формувати стратегію розвитку міжнародних компаній;
- здатність організовувати і комплексно вивчати і аналізувати національні та іноземні ринки, перспективи їх розвитку;
- вміння формувати інформаційне забезпечення управління міжнародною економічною діяльністю підприємства (організації), використовуючи різні джерела інформації;
- здатність забезпечувати узгодження інтересів працівників з інтересами підприємства; визначати потреби працівників, використовуючи індивідуальний підхід, розробляти і впроваджувати комплексні мотиваційні заходи;
- здатність оцінювати ефективність діяльності великих компаній;
- здатність здійснювати аналіз результатів стратегічного планування діяльності підприємств;
- уміння проводити комплексний аналіз проблем міжнародних компаній і пропонувати можливі шляхи їх вирішення;
- здатність розробляти соціальні стратегії розвитку;
- здатність формувати проблеми та знаходити шляхи їх вирішення, спираючись на знання з міжнародної економіки.

Міждисциплінарні зв'язки. Курс пов'язаний із дисциплінами «Міжнародний бізнес», «Економіка підприємства», «Основи менеджменту», «Фінансовий менеджмент», «Стратегічний менеджмент», «Організаційна поведінка» понятійно-категоріальним апаратом, методами дослідження, використання загального підходу до розуміння та дослідження зовнішнього ринкового середовища, як системи, яка має певну цілісну структуру та елементи, що взаємодіють між собою.

3. Програма навчальної дисципліни

Розділ 1. Стратегія: сутність, передумови виникнення, сучасне розуміння та стратегічний контекст у діяльності суб'єктів економіки

Тема 1. Сутність стратегії

Теоретичні підходи до визначення поняття «стратегія». Множинність аспектів вживання категорії «стратегія». Чинники, що найбільш суттєво впливають на зміст стратегії. Види стратегій. Місце та роль стратегії у діяльності сучасного підприємства. Особливості стратегії, що відрізняють її від поточного планування та управління. Стратегічний план як інструмент реалізації стратегії підприємства. Структура стратегічного плану. Процес розробки стратегії. Основні підходи до формування стратегій. Фактори, які треба враховувати при визначенні стратегії для забезпечення її ефективності. Етапи розробки стратегії.

Тема 2. Поняття, призначення і зміст стратегій міжнародних компаній, специфіка та порядок їх формування

Критерії виокремлення міжнародних компаній. Напрями розвитку міжнародних компаній: 1. корпорація: репутація, стандарти ведення бізнесу, корпоративне управління, заінтересовані сторони; 2. люди: комфорт робочого середовища, життя і здоров'я, етика та рівність прав, розвиток персоналу; 3. суспільство: розвиток регіонів, розвиток спорту, спонсорство і благодійність; 4. виробництво: управління якістю, технології; 5. екологія: безвідходність. Поняття стратегії міжнародних компаній. Особливості стратегій міжнародних компаній. Поділ міжнародних компаній на групи. Види стратегій міжнародних компаній. Алгоритм розробки стратегії.

Тема 3. Типи стратегій та їх характеристика

Стратегічне позиціонування. Класифікаційні ознаки стратегій. Напрямки формування стратегії. Переваги і недоліки певного типу стратегій. Стратегічний набір як система стратегій різного типу. Загальні стратегії. Класифікація загальних стратегій підприємства (зростання, стабілізація, скорочення) та способів їх реалізації. Характеристика стратегій зростання. Стратегія виживання для підприємств України. Види стратегій скорочення. Комплексна стратегія. Стратегії підтримки. Функціональні стратегії підприємства, їх типи. Ресурсні стратегії. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства. Стратегії зовнішнього розвитку. Корпоративна стратегія підприємства.

Розділ 2. Соціальні стратегії розвитку міжнародних компаній та їх реалізація

Тема 4. Сутність соціальної стратегії розвитку

Визначення поняття «стратегія розвитку». Обґрунтування необхідності розробки стратегії розвитку. Види стратегій розвитку. Особливості стратегій розвитку: стратегія прискореного (концентрованого) росту; інтегрованого росту; диверсифікованого росту. Визначення поняття «соціальні стратегії розвитку». Алгоритм формування соціальної стратегії розвитку. Роль соціальної стратегії розвитку у діяльності міжнародних компаній. Приклади соціальних стратегій розвитку. Шляхи реалізації соціальної стратегії розвитку.

Тема 5. Корпоративна соціальна відповідальність як елемент соціальної стратегії розвитку міжнародних компаній

Поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Роль, еволюція та зміст концепції корпоративної соціальної відповідальності. Побудова системи корпоративної соціальної відповідальності як фактора конкурентної переваги організації. Види, форми і система внутрішньої соціальної відповідальності. Корпоративна соціальна відповідальність: стиль і лідерство. Відповідальність і сталий розвиток організації. Ефективність реалізації корпоративної соціальної відповідальності. Етапи розробки та реалізації стратегії соціальної відповідальності. Гармонізація загальної стратегії розвитку компанії та стратегії соціальної відповідальності.

Тема 6. Оцінка ефективності соціальної стратегії розвитку міжнародних компаній

Поняття ефективності стратегії. Ефективна система оцінки: мотивації для оцінки; інформації для оцінки; критерії оцінки. Оцінка – завершальний етап розроблення стратегій. Послідовність, узгодженість, здійсненність, перевага, прийнятність стратегії. Методи оцінки: сутність, переваги і недоліки. Критерії та показники ефективності стратегії соціального розвитку колективу компанії. Напрями оцінки ефективності реалізації стратегії розвитку. Модель оцінки ефективності стратегії розвитку міжнародних компаній. Діяльність управлінського персоналу щодо реалізації стратегії соціального розвитку міжнародних компаній. Прийняття рішень за результатами оцінки стратегії.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви тематичних розділів і тем	Кількість годин										
	денна форма						заочна форма				
	усього	у тому числі					усього	у тому числі			
		л	с/п	лаб.	сам.роб.	інд.завд. (при наявності)		л	с/п	лаб.	сам.роб.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	

Розділ 1. Стратегія: сутність, передумови виникнення, сучасне розуміння та стратегічний контекст у діяльності суб'єктів економіки											
Тема 1. Сутність стратегії		2	-		6	8					
Тема 2. Поняття, призначення і зміст стратегій міжнародних компаній, специфіка та порядок їх формування		2	2		6	10					
Тема 3. Типи стратегій та їх характеристика		2	-		6	10					
Разом за розділом 1		6	2		18	28					
Розділ 2. Соціальні стратегії розвитку міжнародних компаній та їх реалізація											
Тема 4. Сутність соціальної стратегії розвитку		4	1		4	4					
Тема 5. Корпоративна соціальна відповідальність як елемент соціальної стратегії розвитку міжнародних компаній		2	1		2	4					
Тема 6. Оцінка ефективності соціальної стратегії розвитку міжнародних компаній		2	2		4	6					
Разом за розділом 2		8	4		10	14					
Усього годин		14	6		28	42					

5. Теми лекційних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність стратегії	2
2	Поняття, призначення і зміст стратегій міжнародних компаній, специфіка та порядок їх формування	2
3	Типи стратегій та їх характеристика	2
4	Сутність соціальної стратегії розвитку	4
5	Корпоративна соціальна відповідальність як елемент соціальної стратегії розвитку міжнародних компаній	2

6	Оцінка ефективності соціальної стратегії розвитку міжнародних компаній	2
Разом		14

6. Темі практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність стратегії	-
2	Поняття, призначення і зміст стратегій міжнародних компаній, специфіка та порядок їх формування	2
3	Типи стратегій та їх характеристика	-
4	Сутність соціальної стратегії розвитку	1
5	Корпоративна соціальна відповідальність як елемент соціальної стратегії розвитку міжнародних компаній	1
6	Оцінка ефективності соціальної стратегії розвитку міжнародних компаній	2
Разом		6

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність стратегії	6
2	Поняття, призначення і зміст стратегій міжнародних компаній, специфіка та порядок їх формування	8
3	Типи стратегій та їх характеристика	8
4	Сутність соціальної стратегії розвитку	4
5	Корпоративна соціальна відповідальність як елемент соціальної стратегії розвитку міжнародних компаній	2
6	Оцінка ефективності соціальної стратегії розвитку міжнародних компаній	4
Разом		28

Індивідуальне завдання

Розробити соціальну стратегію розвитку для міжнародної компанії, оцінити її ефективність та можливості реалізації.

Велика компанія обирається із запропонованого списку або самостійно (узгоджується з викладачем). Індивідуальне завдання повинно містити такі складові:

- вступ (загальна характеристика компанії, напрями її діяльності);
- аналіз статистичних показників діяльності компанії (за останні 5 років);
- корпоративна соціальна відповідальність: поняття та її особливості для обраної компанії;
- соціальна стратегія розвитку обраної компанії.

- ефективність, результати розробленої стратегії для даної компанії;
- висновки (щодо впровадження розробленої стратегії в обраній компанії).

Загальні вимоги щодо оформлення – система Moodle – дисципліна «Соціальні стратегії розвитку міжнародних компаній».

8. Види контролю і система накопичення балів

№ з/п	Вид контролю (заходів)/кількість контрольних заходів/кількість балів	Кількість контрольних заходів	Кількість балів за 1 захід	Усього балів
1	Робота студента на семінарських заняттях: - підготовка інтелектуальних карт за питаннями семінару – 2; - відповідь на питання – 1; - виконання тестів – 1; - виконання завдань самостійної роботи – 1.	3	5	15
2	Підготовка презентації за темами семінарського заняття	3	5	15
3	Контрольне тестування за матеріалом 1 розділу	1	0-15	15
4	Контрольне тестування за матеріалом 2 розділу	1	0-15	15
5	Виконання індивідуального завдання. Кінцевий термін підготовки – за тиждень до екзамену	1	20	20
6	Екзамен	1	20	20
	Усього	10		100

1. Робота студента на семінарських заняттях:

- підготовка інтелектуальних карт за питаннями семінару в повному обсязі – 2 бали;
- відповідь на питання семінарського заняття та участь в обговоренні інших питань – 1 бал;
- виконання тестів – 0,1 бала за кожну правильну відповідь. Всього 10 тестів. Максимальна кількість – 1 бал;
- виконання завдань самостійної роботи в повному обсязі – 1 бал.

2. Підготовка презентації за темами семінарського заняття обсягом 15-20 слайдів та її представлення – 5 балів.

3. Контрольне тестування за матеріалом 1 розділу. Всього 15 тестів. 1 бал за кожну правильну відповідь на тест із обґрунтуванням, без обґрунтування – 0,5 бала. Максимальна кількість – 15 балів.

4. Контрольне тестування за матеріалом 2 розділу. Всього 15 тестів. 1 бал за кожну правильну відповідь на тест із обґрунтуванням, без обґрунтування – 0,5 бала. Максимальна кількість – 15 балів.

5. Виконання індивідуального завдання. Максимальна кількість – 20 балів:

- написання вступу та аналіз статистичних показників діяльності компанії – 5 балів;
- опис корпоративної соціальної відповідальності – 2 бала;
- розробка соціальної стратегії розвитку та оцінка її ефективності – 10 балів;

- висновки – 3 бала.

6. Екзаменаційна робота складається:

- визначення категорій (5 категорій, 1 бал за кожне правильне визначення).
Максимальна кількість – 5 балів;

- теоретичні питання (2 теоретичних питання). Повне розкриття теоретичного питання – 5 балів за кожне. Максимальна кількість – 10 балів.

- тести (10 тестів, 0,5 бали за кожен правильну відповідь). Максимальна кількість – 5 балів.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

9. Рекомендована література

Основна:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф: сокр. пер. с англ. / науч.ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы / Б. Карлоф. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
3. Минцберг Г. Школы стратегий, стратегическое сафари / Г. Минцберг, Б. Альстренд, Дж. Лэмпел. – СПб.: Питер, 2000. – 366 с.
4. Основы социального современного управления: теория и методология / Под. ред. В.Н. Иванова. — М.: ОАО НПО «Экономика», 2000. – 271с.
5. Портер М. Конкуренция / М. Портер: пер. с англ.— М.: Издат. «Вильямс», 2001. — 495 с.
6. Томпсон А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации / А. Томпсон, Дж. Стрикленд. – М.: Юнити, 1998. – 576 с.
7. Ворожейкин І.Є. Управління соціальним розвитком організації. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 263 с.

8. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник / З.Є. Шершньова. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
9. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика/ П. Дойль. – СПб.: Питер, 1999. – 560 с.
10. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі : монографія / Раєвнева О. В. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 496 с.
11. Мельник Л. Г. Фундаментальные основы развития / Мельник Л. Г. – Сумы : ИТД "Университетская книга", 2003. – 288 с.

Додаткова:

1. Сорока О.В. Соціальна стратегія організації: сутність та необхідність розробки // Актуальні проблеми і перспективи розвитку економіки України. Матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції. – м. Ужгород, 7 березня 2014. – С. 179–182.
2. Стратегия повышения эффективности функционирования производства / И.П. Булеев, Н.Д. Прокопенко, М.В. Мельникова и др.: моногр. / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2004. – 278 с.
3. Мерсер Д. IBM: управління в самій процвітаючої корпорації світу: Пер. з англ. – М.: Прогресс, 1991.
4. Крук М. разработка корпоративных стратегий компании / М. Крук // ЭКО. – 2001. – №6. – С. 112 – 117.
5. Левицький Ю.А. Визначення місця стратегії розвитку в класифікації стратегій. / Ю.Д. Костін, Ю.А. Левицький // Вісник економічної науки України. – 2008. – №2. – С. 60-63.
6. Гордієнко П.Л., Дідковська Л.Г., Яшкіна Н.В. Стратегічний аналіз. – 3 те вид., перероб. і доп., К.: Алерта, 2011. – 520 с.
7. Головінов М.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність і ознаки / М.І. Головінов, О.І. Литвинов //Науковий вісник : Зб. науково-технічних праць. – Львів : Національний лісотехнічний університет України. – 2011. – Вип. 21.19. – С. 224–228.
8. Тренев Н.Н. Стратегическое управление : учеб. пособие / Н.Н. Тренев. – М. : Приор, 2002. –288 с.
9. Василенко В.А., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління: Навч. посібник. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.

Інформаційні ресурси

1. Про Стратегію сталого розвитку “Україна – 2020” [Електронний ресурс] : Указ Президента України № 5/2015 від 12.01.2015 р. — Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/18688.html>.
2. How Companies Manage Sustainability: Mckinsey Global Survey Results [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mckinseyquarterly.com/>.
3. Як компанії втілюють концепцію сталого розвитку [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.management.com.ua/tend/tend323.html>.
4. Сайт компанії «Хенкель» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: //

<http://www.henkel.ua/sustainability-89.htm>

5. Звіт про сталий розвиток корпорації «Оболонь» 2014 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://report.obolon.ua/img/Obolon_AnnualReport-2014_ua.pdf

6. Офіційний сайт агропромислової компанії Кернел [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.kernel.ua/>

7. Офіційний сайт агропромхолдингу Астарта-Київ [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.astartakiev.com/>

8. The Nestlé Policy on Environmental Sustainability [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.nestle.ua/asset-library/documents/nestl%C3%A9%20policy%20on%20environmental%20sustainability.pdf>.

9. Сайт компанії PepsiCo [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://pepsico.ua/purpose/>