

Програма навчальної дисципліни “Бізнес-тренінг” для студентів за галуззю знань “Економіка і підприємництво”, спеціальністю “Економіка підприємства”, за галуззю знань “Специфічні категорії”, спеціальністю “Управління інноваційною діяльністю”.

“25” серпня 2015 р. – 11 с.

Розробник: Мохнюк А.М., к.е.н., ст. викладач кафедри економіки та безпеки підприємства 

Рецензент: Ліпич Л.Г., д.е.н., проф., декан інституту економіки та менеджменту 

Програма навчальної дисципліни затверджена на засіданні кафедри економіки та безпеки підприємства

протокол № 2 від 02. 09 . 2015 р.

Завідувач кафедри:  (Полінкевич О.М.)

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною комісією інституту економіки та менеджменту

протокол № 2 від 07. 10 2015 р.

Голова науково-методичної комісії інституту  (Бегун С.І.)

Програма навчальної дисципліни схвалена науково-методичною радою університету

протокол № 2 від 21. 10 2015 р.

Вступ

Програма навчальної дисципліни “Бізнес-тренінг” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістрів спеціальності 8.03050401 “Економіка підприємства” та 8.18010012 “Управління інноваційною діяльністю”.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є функціонування та ефективне управління суб’єктів господарювання в ринковій економіці.

Міждисциплінарні зв’язки: “Економіка підприємства”, “Менеджмент”, “Основи маркетингу”, “Планування діяльності підприємства”, “Статистика”, “Фінанси підприємств”, “Економічний аналіз” тощо.

Програма навчальної дисципліни складається з таких **змістових модулів:**

1. Забезпечення ефективного функціонування суб’єктів господарювання
2. Аналітичні процедури менеджменту

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни “Бізнес-тренінг” є формування теоретичних знань і практичних навичок у галузі економіки і підприємництва, а також управління підприємницькою діяльністю.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни “Бізнес-тренінг” є висвітлення теоретико-методологічних та соціально-економічних аспектів сучасних проблем економіки ; формування у студентів практичних навичок і вмінь щодо ефективного управління організацією; формування професійних здібностей у майбутніх фахівців щодо вирішення проблем економіки та менеджменту.

1.3. Згідно з вимогами освітньо – професійної програми студенти повинні

знати:

- сутність та роль підприємництва в розвитку економіки, вирішенні соціальних питань та реалізації ваших здібностей;
- причини виникнення ризику у підприємницькій діяльності та засоби його зниження.

- фактори, що визначають попит та пропозицію на ринку;
- сутність ознаки та принципи реалізації ефективної реклами;
- місце та роль стратегічного аналізу в системі управління;
- основні методологічні підходи до стратегічного аналізу;
- сутність бізнес-моделювання,
- сучасні методи нематеріальної мотивації персоналу.

вміти:

- класифікувати фактори конкурентоспроможності підприємницької діяльності;
- обґрунтовувати концепцію діяльності підприємства,
- порівнювати формування підприємницького сектора в різних країнах з вітчизняним досвідом;
- моделювати діяльність суб'єктів господарювання в ринковій економіці,
- розробляти бізнес-план проекту, організації,
- будувати стратегічні плани та здійснювати стратегічний аналіз середовища;
- здійснювати психологічну оцінку роботи колективу.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 120 години / 4 кредити ECTS.

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Забезпечення ефективного функціонування суб'єктів господарювання

Тема 1. Організація підприємницької діяльності

Сутність та значення підприємницької діяльності. Принципи підприємництва. Види підприємництва. Франчайзинг. Створення суб'єктів підприємницької діяльності. Фінансування підприємницької діяльності. Підприємництво в Україні: проблеми і перспективи. Проблеми розвитку малого бізнесу.

Тема 2. Дослідження попиту та пропозиції

Сутність пропозиції та особливості її формування. Характеристика цінових та нецінових факторів пропозиції. Методи аналізу та оцінки пропозиції. Сутність попиту та особливості його формування. Характеристика цінових та нецінових факторів попиту. Методи аналізу та оцінки ринкового попиту.

Тема 3. Бенчмаркінг: сутність, принципи, джерела

Сутність, особливості та принципи бенчмаркінгу. Етапи розвитку бенчмаркінгу. Різновиди бенчмаркінгу та їх загальна характеристика. Моделі бенчмаркінгу. Фази бенчмаркінгу. Стратегічні напрямки інформаційно-аналітичної роботи. Можливості застосування бенчмаркінгу на підприємстві. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. Еволюція та джерела бенчмаркінгу.

Тема 4. Сучасні методи нематеріальної мотивації персоналу

Сутність та особливості сучасної мотивації персоналу. Формування системи мотивації праці на підприємстві. Сучасні методи нематеріальної мотивації персоналу. Зарубіжний досвід нематеріальної мотивації персоналу. Нематеріальна мотивація персоналу на вітчизняних підприємствах. Адаптація міжнародних нематеріальних методів мотивації персоналу до сучасної системи стимулювання праці в Україні. Розгляд основних помилок нематеріальної мотивації персоналу.

Тема 5. Ефективна реклама: ознаки, принципи реалізації

Теоретичні засади рекламної діяльності. Види рекламної діяльності. Засоби поширення реклами. Основні вимоги до реклами. Сутність та ознаки ефективної реклами. Поняття рекламного слогану. Правила складання ефективної реклами. Основні підходи до оцінки ефективності реклами. Оцінка впливу реклами на підсвідомість. Особливості реалізації рекламної програми. Правила ефективної реалізації рекламної кампанії в сучасних умовах господарювання.

Змістовий модуль 2. Аналітичні процедури менеджменту

Тема 6. Стратегічний аналіз середовища та визначення цілей підприємства

Теоретичні засади формування стратегії організації. Формування місії та цілей організації. Діагностика середовища. Перегляд стратегічних альтернатив. Сутність, значення та мета стратегічного аналізу на підприємстві. Етапи стратегічного аналізу. Методи стратегічного аналізу. Особливості практичного застосування SWOT-аналізу. Особливості практичного застосування PEST-аналізу. Інформаційне забезпечення аналізу середовища.

Тема 7. Ефективне лідерство і менеджмент

Природа лідерства та його складові. Особливості типології лідерів та стилів керівництва. Поняття ефективності лідерства. Сучасні підходи до проблеми ефективності лідерства. Формування ефективного стилю лідерства. Форми лідерського впливу: лідерство та влада. Розмежування понять “керівництво” і “лідерство”. Співвідношення лідерства і менеджменту.

Тема 8. Ефективне управління: інноваційний підхід

Підходи до визначення факторів ефективного управління. Підвищення ефективності діяльності організації на інноваційній основі. Інноваційні підходи в управлінні персоналом. Ризики діяльності інноваційних структур. Ситуаційні підходи до ефективного керівництва. Підходи до управління інноваціями на підприємстві. Нове управлінське мислення і створення концепції розвитку підприємства.

Тема 9. Бізнес-модель: сутність, компоненти, інструменти для розвитку

Сутність і значення бізнес-моделювання на підприємстві. Формування бізнес-моделей підприємства. Основні елементи бізнес-моделі підприємства та взаємозв'язок між ними. Бізнес-процеси підприємства. Оцінка ефективності бізнес-моделей на підприємстві. Компоненти бізнес-моделі на підприємстві. Інструменти для розвитку бізнес-моделей на підприємстві. Обґрунтування сучасної бізнес-моделі розвитку підприємства. Оцінка відповідності бізнес-моделі підприємства пріоритетам споживачів.

Тема 10. Психологія управління: сутність, сучасні підходи

Сутність та особливості психології управління як науки і практики. Управлінська діяльність та її організація з точки зору психологічної ефективності. Сучасні підходи до визначення мотивів трудової діяльності. Психологічні аспекти управлінської діяльності менеджера. Поняття “маніпуляція” в управлінні. Психологія конфліктів та шляхи їх вирішення. Технологія управління конфліктом. Бізнес етика. Інтерактивні методи навчання.

3. Форма підсумкового контролю успішності навчання

Форма підсумкового контролю успішності навчання – залік, який складають студенти в період заліково-екзаменаційної сесії, передбаченої навчальним планом.

4. Методи та засоби діагностики успішності навчання

Методи та засоби діагностики успішності навчання: завдання для практичних занять, тестові завдання, практичні задачі, ділові ігри, ситуаційні задачі, завдання для самостійної роботи, залік.

5. Список джерел

1. Ajelabi I. The Adoption of Benchmarking Principles for Project Management Performance Improvement [Electronic resource] / Ifeoluwa Ajelabi, Yinshang Tang // International Journal of Managing Public Sector Information and Communication Technologies (IJMPICT). – 2011. – Vol. 1, No. 2. – Access mode: // <http://airccse.org/journal/mpict/papers/1210ijmpict01.pdf>.
2. American Productivity & Quality Center (APQC). The Benchmarking Management Guide. – Kreton: Productivity Press, 2013. – 254 pp.
3. Barber E. Benchmarking the management of projects: a review of current thinking / Barber E. // Int. Journ. of Project Manag. – 2014. – No. 22. – pp. 301 – 307.

4. Birkinshaw J. Management innovation / Birkinshaw J., Hamel G., Mol M. J. // Academy of Management Review. – 2014. – vol. 33 – № 4. – P. 825 – 845.
5. Broderick A. The need for adaptive process of benchmarking in small business-to-business services / Broderick A., Garry T., Beasley M // Journal of Business & Industrial Marketing. – 2014. – Vol. 25, No. 5. – pp. 324 – 337.
6. Business Valuation Standards. American society of appraisers : [Electronic recourse]. – Access mode : <http://www.appraisers.org>
7. Camp R. C. Benchmarking: The Search for Industry Best Practices That Lead to Superior Performance / Camp R. C. – Milwaukee: ASQC Qual. Pr., 2013. – 302 pp.
8. Crook, T. R. et all (2011). Does Human Capital Matter? A Meta-Analysis of the Relationship Between Human Capital and Firm Performance. Journal of Applied Psychology ,Vol. 96, No. 3:443–456
9. Damodaran A. Investment valuation: tools and techniques for determining the value of any asset / A. Damodaran // N.Y. : John Wiley & Sons, 2012. – 995 pp.
10. Daniel E. Don't blame the tools: the adoption and implementation of managerial innovations / Daniel E., Myers A., Dixon K. // Research Executive Summaries Series. – 2012. – Vol 4. – Issue 2. – 11 pp.
11. Davenport T. H. Business Innovation, Reengineering Work Through Information Technology / Davenport T. H. // Boston : Harvard Business School Press, 2011. – 337 pp.
12. Deschamps J. Ph. Different Models in use for Innovation Governance [Electronic resource] / Jean-Philippe Deschamps // Organization & Culture. – 2012. – April 19. – Access mode : // [http:// www.innovationmanagement.se/2012/04/19/9-different-models-in-use-for-innovation-governance](http://www.innovationmanagement.se/2012/04/19/9-different-models-in-use-for-innovation-governance).
13. Doyle P. Shareholder-value-based brand strategies / P. Doyle // Henry Stewart Publications 1350-231X, Brand Management. – 2011. – Vol. 9, No. 1.
14. Dzurani, A., Stuart, Rh.D. (2012). The effect tangible and intangible noncash rewards on performance and satisfaction in a production setting. Management accounting quarterly Vol.13, No.4 (Summer 2012) 44-53.

15. Evans M. H. *Creating Value through Financial Management* / M. H. Evans // *Excellence in Financial Management*. – 2011. – C. 8. – December. – 27 pp.
16. Fernandez P. *Valuation Methods and Shareholder Value Creation* / P. Fernandez // Academic Press. – 2012. – 528 pp.
17. Gomes C. A systematic benchmarking perspective on performance management of global small to medium-sized organizations: An implementation-based approach / Gomes C., Yasin M. // *Benchmarking: An International Journal*. – 2011. – Vol.18, No.4. – pp. 544 – 556.
18. Gordon V. S. *Valuation of Intellectual Property and Intangible Assets* / V. Smith Gordon, Russell L. Parr. // New York : Fourth edition, 2014. – 432 pp.
19. Global Benchmarking Network. Report Showing the Findings from a Global Survey on Business Improvement and Benchmarking [Electronic resource]. – January 2015. – Access mode : // http://www.globalbenchmarking.org/news_items/findings_global_survey_on_business_improvement_and_benchmarking
20. Hall R. The strategic analysis of intangible resources / R. Hall // *Strategic Management Journal*. – 2014. – № 13. – P. 135 – 144.
21. Hamel G. *The Future of Management* / Hamel G., Breen B. – Boston: Harvard Business School Press, 2012. – 288 p.
22. Heskett J. Where Will Management Innovation Take Us? [Electronic resource] / Heskett J. // Boston : Harvard Business School Press. – 2013. – Access mode : // <http://hbswk.hbs.edu/item/5887.html>.
23. Huggett, M., G. Kaplan (2011), Human Capital Values and Returns: Bounds Implied By Earnings and Asset Returns Data, *Journal of Economic Theory*, 146 : 897-919.
24. Kartik, A., Ionescu, F. F., and Neelakantan, U. (2015). Stock Market Investment: The Role of Human Capital. Finance and Economics Discussion Series 2015-065. Washington: Board of Governors of the Federal Reserve System // dx.doi.org/10.17016/FEDS.2015.065.
25. Koerselman, K., Uusitalo, R. (2013), The Risk and Return of Human Capital Investments, IZA Discussion Paper No. 7752, November 2013, 23p.

26. Murphy, K. M., Topel, R. H. (2014). Human Capital Investment, Inequality and Growth. *Journal of Labor Economics*. Working Paper No. 253, 2014, 39p.
27. Luu V. T. Improving project management performance of large contractors using benchmarking approach / Luu V.T, Kim S.Y and Huynh T.A // *International Journal of Project Management*. – 2012. – No. 26. – P. 758 – 769.
28. Moriarty J. P. A theory of benchmarking / Moriarty J.P. // *Benchmarking: An International Journal*. – 2011. – Vol.18, No.4, – pp. 588 – 608.
29. Peterson C. Dupont Analysis and Its Interpretation [Electronic resource] / C. Peterson. – Access mode: www.msu.edu/course/abm/437/DUPONTABM.
30. Porter M. E. What is Strategy? / Porter M. E. // *Harvard Business Review*. – 2011. – № 74 (November – December). – P. 61 – 78.
31. Rigby D. Management Tools and Trends 2011 [Electronic resource] / Rigby D., Bilodeau B. // Bain and Company Inc. publication. – 2011. – Access mode: // http://www.bain.com/BAIN_BRIEF_Management_Tools.pdf.
32. Schiemann W. A. Bullseye! Hitting Your Strategic Targets Through High-Impact Measurement Free Press / W. A. Schiemann, J. H. Lingle // *Paperback Book*. – 2011. – Apr. 30th. – 220 pp.
33. Sekhar S. C. Benchmarking [Electronic resource] / Sekhar S. C. // *African Journal of Business Management* Vol. 4(6), pp. 882-885, June 2011. – Access mode: // <http://www.academicjournals.org/AJBM>.
34. Shujaat, S., Alam, R (2013). Impact of non-monetary rewards on employee's motivation: a study of commercial banks in Karachi. *Journal of Management and Social Sciences* Vol.9, No. 2, (Fall 2013) 23-30.
35. The Human Capital Report 2013. (2013). World Economic Forum // <http://reports.weforum.org/human-capital-index-2013/>
36. The impact of vocational education and training on company performance (2011). European Centre for the Development of Vocational Training. Research Paper No 19, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 97p // http://www.cedefop.europa.eu/EN/Files/5519_en.pdf

37. The use of multi-attribute utility theory to determine the overall best-in-class performer in a benchmarking study / [Collins T.R., Rosseti M.D.] // *Benchmarking: An International Journal*. – 2012. – Vol.13. – pp. 431 – 446.