

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Τίτλος / Title:	Επιχειρησιακή Στρατηγική	Υποχρεωτικό <input checked="" type="checkbox"/>
		Προαιρετικό <input type="checkbox"/>
Διδάσκων / Lecturer:	Χ. Αγαπητού, Επικ. Καθηγήτρια Πα.Πει.	Χειμερινό <input type="checkbox"/>
		Εαρινό <input checked="" type="checkbox"/>

ΕΠΙΔΙΩΚΟΜΕΝΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Το μάθημα σχετίζεται με τη διαμόρφωση και την υλοποίηση των επιχειρησιακών (corporate), επιχειρηματικών (business) και λειτουργικών (functional) στρατηγικών μέσω της οργανωσιακής δομής και των επιχειρηματικών διαδικασιών.

Το μάθημα βασίζεται τόσο στη θεωρία, όσο και στην πρακτική. Παρουσιάζει έννοιες του στρατηγικού μάνατζμεντ που θα δώσει τη δυνατότητα στους φοιτητές να διαμορφώνουν, να υλοποιούν και να αξιολογούν στρατηγικές και αντλεί παραδείγματα από μεγάλες και μικρές ελληνικές και διεθνείς επιχειρήσεις. Παράλληλα, τους εξοικειώνει με τα σχετικά εργαλεία για την κατανόηση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης, και την ανάπτυξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Το περιεχόμενο του μαθήματος συνίσταται στα ακόλουθα μέρη:

ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

<i>Ενότητα</i>	<i>Ωρες</i>
1. Υπόδειγμα Στρατηγικού Μάνατζμεντ: Κατανόηση της σπουδαιότητας του Στρατηγικού Μάνατζμεντ, Αναγνώριση του βασικού υποδείγματος του Στρατηγικού Μάνατζμεντ και των συστατικών του μερών, Περιγραφή των ωφελειών του αποδοτικού και αποτελεσματικού Στρατηγικού Μάνατζμεντ	3
2. Ανάλυση Εσωτερικού Περιβάλλοντος: Περιγραφή της έννοιας της ανίχνευσης του περιβάλλοντος σαν μέρος της διαδικασίας του στρατηγικού μάνατζμεντ, Παρουσίαση κυρίων στοιχείων της ανάλυσης του εσωτερικού περιβάλλοντος, Περιγραφή της σπουδαιότητας της ανάλυσης της αλυσίδας-αξίας για την εκτίμηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων ενός οργανισμού, Περιγραφή του υποδείγματος των Πόρων & Ικανοτήτων	3
3. Ανάλυση Εξωτερικού Μάκρο Περιβάλλοντος: Παρουσίαση μεθόδων ανάλυσης του μάκρο περιβάλλοντος, Ανάλυση τάσεων του μάκρο περιβάλλοντος, Παρουσίαση παραδειγμάτων επιχειρήσεων που αξιοποίησαν με επιτυχία τις αλλαγές και τάσεις του μάκρο περιβάλλοντος	3
4. Ανάλυση Εξωτερικού Μίκρο Περιβάλλοντος: Παρουσίαση μεθόδων ανάλυσης του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος της επιχείρησης, Δομική ανάλυση ανταγωνισμού, Ανάλυση στρατηγικών ομάδων-προσδιορισμός ανταγωνιστικής θέσης.	3
5. Επίπεδα Στρατηγικής: Ανάλυση Επιχειρησιακών ή Εταιρικών Στρατηγικών, Ανάλυση Στρατηγικών επίτευξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	3
6. Λειτουργικές Στρατηγικές: Παρουσίαση τρόπων που οι λειτουργικές στρατηγικές υποστηρίζουν τις ανταγωνιστικές στρατηγικές, Στρατηγική Μάρκετινγκ, Χρηματοοικονομική Στρατηγική, Στρατηγική Ανθρωπίνων Πόρων, Στρατηγική Λειτουργιών, Στρατηγική Πληροφοριακών Συστημάτων, Στρατηγική Έρευνας και Ανάπτυξης	3
7. Υλοποίηση Στρατηγικής: Εξήγηση της σχέσης μεταξύ Διαμόρφωσης και Υλοποίησης Στρατηγικής, Παρουσίαση Τεχνικών Χαρτοφυλακίου Προϊόντων, Ανάλυση SWOT	3
8. Αξιολόγηση και Έλεγχος Στρατηγικής: Αναγνώριση της βασικής διαδικασίας αξιολόγησης και ελέγχου στο στρατηγικό μάνατζμεντ, Παρουσίαση της μεθοδολογίας Balanced Scorecard	3
9. Επιχειρηματική Ηθική και Κοινωνική Υπευθυνότητα: Διαφορετικές απόψεις Κοινωνικής Υπευθυνότητας, Τάσεις στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	3
10. Case Study με τη συμμετοχή στελεχών επιχειρήσεων: Για την καλύτερη κατανόηση και σύνδεση των γνώσεων που απέκτησαν οι φοιτητές κατά τη διάρκεια των διαλέξεων με την επιχειρηματική πρακτική, μελετούν ομαδικά πραγματικές περιπτώσεις επιχειρήσεων. Οι παρουσιάσεις των ομαδικών εργασιών πραγματοποιούνται με την παρουσία των στελεχών των επιχειρήσεων που μελέτησαν οι φοιτητές. Στο τέλος των παρουσιάσεων ακολουθεί συζήτηση.	3
11. Case Study με τη συμμετοχή στελεχών επιχειρήσεων: Για την καλύτερη κατανόηση και σύνδεση των γνώσεων που απέκτησαν οι φοιτητές κατά τη	3

	διάρκεια των διαλέξεων με την επιχειρηματική πρακτική, μελετούν ομαδικά πραγματικές περιπτώσεις επιχειρήσεων. Οι παρουσιάσεις των ομαδικών εργασιών πραγματοποιούνται με την παρουσία των στελεχών των επιχειρήσεων που μελέτησαν οι φοιτητές. Στο τέλος των παρουσιάσεων ακολουθεί συζήτηση.	
12.	Case Study με τη συμμετοχή στελεχών επιχειρήσεων: Για την καλύτερη κατανόηση και σύνδεση των γνώσεων που απέκτησαν οι φοιτητές κατά τη διάρκεια των διαλέξεων με την επιχειρηματική πρακτική, μελετούν ομαδικά πραγματικές περιπτώσεις επιχειρήσεων. Οι παρουσιάσεις των ομαδικών εργασιών πραγματοποιούνται με την παρουσία των στελεχών των επιχειρήσεων που μελέτησαν οι φοιτητές. Στο τέλος των παρουσιάσεων ακολουθεί συζήτηση.	3

ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ

ΩΡΕΣ

Διδασκαλίας	36	Αρ. ατομικών εργασιών	1
Σεμιναρίου			
Συνεργασία με διδάσκοντα		Αρ. ομαδικών εργασιών	3
Πρακτικής			
ΣΥΝΟΛΟ ΩΡΩΝ:	36		

ΕΞΕΤΑΣΗ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

Βαρύτητα

Γραπτή εξέταση	-
Προφορική εξέταση	15%
Ατομικές εργασίες	50%
Ομαδικές εργασίες	35%
ΣΥΝΟΛΟ:	100%

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ /

- Gamble J. and Thompson A., 'Essentials of Strategic Management: The Quest for Competitive Advantage', McGraw-Hill Education, 7th edition, 2021
- Thomas L. Wheelen, J. David Hunger, Alan N. Hoffman, Charles E. Bamford, 'Concepts in Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation and Sustainability, Pearson Publishing, 16th Edition', 2023
- Barney Jay, Hesterly William, 'Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases', Pearson, 6th edition, 2020
- Johnson G, Scholes K and Whittington R., 'Exploring Strategy: Text and Cases, Pearson, 12th edition, 2019
- Grant Robert, 'Contemporary Strategy Analysis: Text and Cases Edition, Wiley, 9th edition 2016
- Γεωργόπουλος Νικόλαος (2013), Στρατηγικό Μάνατζμεντ, Εκδόσεις Μπένου
- Παπαδάκης Βασίλης (2016). Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία, Τόμος Α': Θεωρία Αθήνα, Εκδόσεις Μπένου (7η έκδοση)
- Thompson., A.J Strickland III., & J.E. Gamble (2017). Σχεδιασμός και Υλοποίηση Στρατηγικής των Επιχειρήσεων- Η Αναζήτηση Ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, Θεωρία και Μελέτες Περιπτώσεων. Αθήνα, Εκδόσεις Utopia (2η έκδοση)

ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ