

Τίτλος του μαθήματος	Επιχειρησιακή Στρατηγική
Κωδικός του μαθήματος	
Τύπος του μαθήματος	Υποχρεωτικό
Επίπεδο του μαθήματος	Μεταπτυχιακό
Έτος σπουδών	Πρώτο (1ο)
Εξάμηνο	Δεύτερο (2ο)
Πιστωτικές μονάδες ECTS	
Όνομα διδάσκοντος/ διδασκόντων	Δήμητρα Παπαδημητρίου, Επίκουρη καθηγήτρια Βαρβάρα Μυλώνη, Λέκτορας
Σκοπός του Μαθήματος	Κύριος στόχος του μαθήματος είναι η ανάπτυξη στρατηγικής σκέψης μέσω της ανάλυσης και σύνθεσης των κυριότερων ανταγωνιστικών και οργανωσιακών παραγόντων που επιδρούν στις σύγχρονες επιχειρήσεις και διαμορφώνουν το πλαίσιο δημιουργίας διατηρήσιμου συγκριτικού πλεονεκτήματος, στις εκάστοτε αγορές που δραστηριοποιούνται. Αξιοποιώντας τις έννοιες και τα εργαλεία της στρατηγικής ανάλυσης, το μάθημα επιχειρεί να αναπτύξει την κριτική ικανότητα των φοιτητών/τριών στην αντιμετώπιση των κρίσιμων προβλημάτων των μικρότερων επιχειρήσεων που πολύ συχνά είναι συνυφασμένα με την απουσία ξεκάθαρης ή σωστής στρατηγικής. Το μάθημα αντλεί παραδείγματα και δεδομένα από μεγάλες και μικρές ελληνικές και διεθνείς επιχειρήσεις, τα οποία συζητούνται και αναλύονται στη τάξη αναδεικνύοντας στρατηγικές αποφάσεις με πολλαπλά οφέλη και συνέπειες.
Επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα του μαθήματος	Στο τέλος του μαθήματος ο φοιτητής/τρια θα μπορεί να: • Ξεχωρίζει τα διάφορα επίπεδα στρατηγικής σκέψης και να κατανοεί τις αλλαγές στο μακρο-περιβάλλον που επιδρούν στην λειτουργία της επιχείρησης. • Κατανοεί γιατί μια επιχείρηση επιλέγει μια συγκεκριμένη αγορά, και πως επιλέγει να διαφοροποιείται σε σχέση με ανταγωνιστικές εταιρείες. • Αναλύει πως οι πόροι και η αλυσίδα αξίας συμβάλλουν στην δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος • Εκτιμά την θέση της επιχείρησης στον ανταγωνισμό και να προτείνει πιθανές στρατηγικές επιλογές που ενισχύουν την

	αποδοτικότητα της. Κατανοεί τη σημαντικότητα των οργανωτικών διαστάσεων στην υλοποίηση της στρατηγικής.
Δεξιότητες	Στο τέλος αυτού του μαθήματος ο/η φοιτητής/τρια θα έχει αναπτύξει τις ακόλουθες δεξιότητες: - Να ξεχωρίζει τις στρατηγικές από τις μη στρατηγικές αποφάσεις και τα διάφορα επίπεδα στρατηγικής - Να εντοπίζει συμπτώματα στην λειτουργία της επιχείρησης που τεκμηριώνουν την απουσία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. - Να αναγνωρίζει τρόπους με τους οποίους μια επιχείρηση διαφοροποιείται. - Να ξεχωρίζει το είδος της στρατηγικής που ακολουθεί μια επιχείρηση και να αξιολογεί το βαθμό της επιτυχίας της. - Να προτείνει τρόπους παρακολούθησης και αξιολόγησης μιας υλοποιούμενης στρατηγικής.
Προαπαιτήσεις	Οι φοιτητές πρέπει να διαθέτουν βασικές γνώσεις οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων.
Περιεχόμενα (ύλη) του μαθήματος	- Εισαγωγή στην στρατηγική σκέψη, τη σημαντικότητα της στρατηγικής και της στρατηγικής διοίκησης. - Ανάλυση του ευρύτερου- μακρο εξωτερικού περιβάλλοντος και των επιδράσεων στη στρατηγική. - Αναλύση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος σε επίπεδο κλάδου. - Αξιολόγηση των πόρων και ικανοτήτων της επιχείρησης. - Στρατηγική ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος- «αλυσίδα αξίας». - Γενικές επιχειρηματικές στρατηγικές του Porter. - Επιχειρησιακές στρατηγικές ανάπτυξης και σταθερότητας. - Επιχειρησιακές στρατηγικές εξυγίανσης/ διάσωσης. - Άλλες στρατηγικές επίτευξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. - Εφαρμογή και αξιολόγηση στρατηγικής.
Συνιστώμενη βιβλιογραφία προς μελέτη	Παπαδάκης Βασίλης (2012). <i>Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία</i>, Τόμος Α': Θεωρία Αθήνα, Εκδόσεις Μπένου (6η έκδοση). Παπαδάκης Βασίλης (2011). <i>Στρατηγική των</i>

Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία, Ασκήσεις-Μελέτες Περιπτώσεων (Δ. Έκδοση), Αθήνα, Εκδόσεις Μπένου (6η έκδοση).

Heberberg, A., & Rieple, A. (20108). *Strategic Management: Theory and Application*. Oxford University Pressa.

Βιβλιογραφία (ενδεικτική)

Liedtka J (2000) Strategic Planning as a contributor to Strategic Change: A Generative Model, *European Management Journal*, Vol. 18, No.2 pp.195 – 206

Bood R & Postma T (1997) Strategic Learning with scenarios, *European Management Journal*, vol. 15, no. 6, pp.633 - 646.

Prahalad CK and Ramaswamy V (2000) Co-opting Customer Competence, *Harvard Business Review*, Jan – Feb, pps.79 – 87.

Prahalad C K and Hamel G (1990) The Core Competence and the Corporation, *Harvard Business Review*, May – June, pp. 79 – 91.

Gertner, Robert, Marc Knez, (1999): “Vertical Integration: Make or Buy Decisions.” *Financial Times Mastering Strategy Series*.

Eccles, Robert G., Kersten L. Lanes, and Thomas C. Wilson (1999): “Are you paying too much for that acquisition?” *Harvard Business Review*.

Mair, Johanna, and Caterina Moschieri (2011): “Successful divestitures need proper cultivation.” *IESI Insight Magazine*, June 15.

Επιστημονικάπεριοδικά

- JournalofBusinessStrategy
- Strategic Management Journal
- Journal of Strategic Studies
- Global Strategy Journal
- Advances in Strategic Management
- Long Range Planning
- Strategic Organization
- Business Strategy Review

	• Strategic Change • Strategy and Leadership
Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι	Διαλέξεις, μελέτες περίπτωσης, παρουσιάσεις, επισκέπτες ομιλητές, ομάδες συζήτησης
Μέθοδοι αξιολόγησης/ βαθμολόγησης	Ο τελικός βαθμός προκύπτει ως ο σταθμικός μέσος των βαθμών ατομικών εργασιών, και ομαδικής εργασίας, παρουσίασης και της τελικής γραπτής εξέτασης. Ελάχιστος προβιβάσιμος βαθμός «πέντε» (5).
Γλώσσα διδασκαλίας	Ελληνικά.