

Περιγραφή Μαθήματος

Τίτλος - Κωδικός Αριθμός του Μαθήματος :	Στρατηγική Διοίκηση
Επίπεδο - Τύπος του Μαθήματος :	Μεταπτυχιακό – Διαλέξεις
Έτος Σπουδών - Εξάμηνο :	1 ^ο – 2 ^ο
Κατεύθυνση:	Διοίκηση Έργων και Ανάπτυξη Προϊόντων & Διοίκηση Logistics
Αριθμός Ευρωπαϊκών Πιστωτικών Μονάδων :	6 (ECTS)
Προαπαιτήσεις :	Ικανοποιητική γνώση βασικών εννοιών διοίκησης επιχειρήσεων
Γλώσσα Διδασκαλίας :	Ελληνικά και Αγγλικά
Διδάσκων :	Επ. Καθηγητής Κωνσταντίνος Κωστόπουλος
Επικοινωνία :	Τηλ. 2104142152 email: kkostop@unipi.gr
Ώρες Γραφείου :	Τρίτη, 14.00-16.00, Πέμπτη, 16.00-18.00

Αντικείμενο του Μαθήματος :

Γιατί κάποιες επιχειρήσεις είναι περισσότερο επιτυχημένες ενώ κάποιες άλλες αποτυγχάνουν; Με ποιο τρόπο μπορούν οι επιχειρήσεις να επιτυγχάνουν υψηλές αποδόσεις και υψηλή ανταγωνιστικότητα; Όλοι οι οργανισμοί σχεδιάζουν, διαμορφώνουν και υλοποιούν στρατηγικές που δημιουργούν αξία, επιτρέποντας έτσι την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και υψηλής απόδοσης. Σε αυτό το πλαίσιο, αντικείμενο του μαθήματος είναι η κατανόηση των διαδικασιών ανάπτυξης στρατηγικής εστιάζοντας αρχικά στην ανάλυση του εξωτερικού και του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης. Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε τη διαδικασία διαμόρφωσης στρατηγικής περιγράφοντας ανταγωνιστικές και εταιρικές στρατηγικές, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση σε σύγχρονα ζητήματα στρατηγικών αμφιδεξιότητας και καινοτομίας, εξαγορών και συγχωνεύσεων, καθώς και στρατηγικών διεθνοποίησης. Τέλος, θα μελετήσουμε τη διαδικασία υλοποίησης της στρατηγικής αναλύοντας θέματα εταιρικής διακυβέρνησης, οργανωσιακής δομής, και επιχειρηματικότητας ως μηχανισμούς που μας επιτρέπουν να αποκομίσουμε οφέλη και αξία από τις στρατηγικές μας επιλογές.

Στόχοι του Μαθήματος:

Με τη χρήση της πλέον σύγχρονης βιβλιογραφίας, μελετών περίπτωσης, βιωματικών ασκήσεων σε πραγματικά επιχειρησιακά προβλήματα, προβολής video, και ομαδικών συζητήσεων και παρουσιάσεων, οι φοιτητές θα βοηθηθούν στην ανάπτυξη δεξιοτήτων και στην κατανόηση εννοιών που αφορούν:

- Στο ρόλο και στην αξία της στρατηγικής διοίκησης για την επίτευξη υψηλής ανταγωνιστικότητας και μακροπρόθεσμης απόδοσης.
- Στις διαδικασίες ανάλυσης του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης με τη χρήση διαφορετικών μοντέλων και εργαλείων.
- Στις διαφορετικές διαστάσεις του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης και στη σημασία της αλληλεπίδρασης του με το εξωτερικό περιβάλλον.
- Στις διαφορετικές επιλογές διαμόρφωσης επιτυχημένων ανταγωνιστικών στρατηγικών που μας επιτρέπουν την επίτευξη υψηλών και διατηρήσιμων κερδών.
- Στους κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας εταιρικών στρατηγικών και στη σημασία τους για τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη της επιχείρησης.
- Στους διαφορετικούς τρόπους υλοποίησης στρατηγικών και στις επιπτώσεις τους στην επίτευξη στρατηγικών κερδών.

Περιεχόμενα του Μαθήματος:

- Στρατηγική διοίκηση και στρατηγική ανταγωνιστικότητα.
- Η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος.
- Το εσωτερικό περιβάλλον: Πόροι, ικανότητες, και οι πηγές του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
- Ανταγωνιστικές στρατηγικές.
- Εταιρικές στρατηγικές.
- Εταιρική διακυβέρνηση.
- Οργανωσιακή δομή και έλεγχος για την υλοποίηση της στρατηγικής.

Συνιστώμενη Βιβλιογραφία:

Βασικά Εγχειρίδια:

- Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson, (2017). Strategic Management: Competitiveness and Globalization, 17th Edition, Cengage Learning.
- Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones, Melissa A. Schilling, (2015). Strategic Management: An Integrated Approach, 11th Edition, Cengage Learning.
- Robert M. Grant (2016). Contemporary Strategy Analysis, 9th edition, Wiley.

Επιπρόσθετη Βιβλιογραφία:

- Arthur A Thompson, Margaret Peteraf A., John E Gamble, J. Strickland III, Jr. (2015) Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage, 20th edition, McGraw-Hill.
- Johnson G., R. Whittington, K. Scholes, D. Angwing and P. Renger, (2014). Exploring Strategy: Text and Cases, 10th edition, Prentice Hall.
- Barney, J. and W.S. Hesterly, (2015). Strategic Management and Competitive Advantage, 4th Edition, Pearson.
- Porter M., (1999). On Competition, Harvard Business School Publishing.
- Porter M.E. (1985). Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance, The Free Press.

Κατά τη διάρκεια των μαθημάτων θα διανέμονται για μελέτη άρθρα δημοσιευμένα σε διεθνή περιοδικά υψηλού κύρους σε αντικείμενα συναφή με την αντίστοιχη διδακτική ενότητα.

Διδακτικές και μαθησιακές μέθοδοι:

Θα χρησιμοποιηθεί συνδυασμός διδακτικών και μαθησιακών μεθόδων με στόχο την ενεργή συμμετοχή των φοιτητών και την πρακτική εφαρμογή των υπό εξέταση θεματικών εννοιών.

Το πρώτο μέρος κάθε μαθήματος θα περιλαμβάνει διάλεξη από τον διδάσκοντα με τη χρήση οπτικοακουστικών μέσων. Κατά το δεύτερο μέρος θα πραγματοποιούνται βιωματικές (ομαδικές) ασκήσεις, ανάλυση και συζήτηση μελετών περίπτωσης σε πραγματικά επιχειρησιακά ζητήματα, προβολή video, και ομαδικές συζητήσεις και παρουσιάσεις σε εργασίες που έχουν ανατεθεί στους φοιτητές από τον διδάσκοντα. Η μελέτη των βασικών εγχειριδίων και του συνοδευτικού εκπαιδευτικού υλικού ανά θεματική ενότητα είναι απαραίτητη για την επιτυχία της μαθησιακής διαδικασίας.

Σημειώνεται ότι οι τελικές ομαδικές εργασίες θα ανακοινωθούν κατά την έναρξη του μαθήματος.

Μέθοδοι Αξιολόγησης/Βαθμολόγησης:

- Παρακολούθηση, Εργασίες και ασκήσεις στη τάξη, Ενεργή συμμετοχή σε κάθε μάθημα 30%
- Επιχειρηματικό παιχνίδι 10%
- Τελική ομαδική εργασία και παρουσίαση 30%
- Εξετάσεις 30%

Παράρτημα- Περιεχόμενα Εβδομαδιαίου Προγράμματος

Εβδομάδα	Περιεχόμενα Μαθήματος
1 ^η	Στρατηγική διοίκηση και στρατηγική ανταγωνιστικότητα
2 ^η	Το εξωτερικό περιβάλλον: Ευκαιρίες, απειλές, και η ανάλυση του ανταγωνισμού
3 ^η	Το εσωτερικό περιβάλλον: Πόροι, ικανότητες, και οι πηγές επίτευξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
4 ^η	Ανταγωνιστικές στρατηγικές: Διαφοροποίηση, ηγεσία κόστους, και άλλες σύνθετες στρατηγικές
5 ^η	Ο ανταγωνισμός και οι δυναμικές επιπτώσεις του
6 ^η	Εταιρικές στρατηγικές: Ολοκλήρωση, διαφοροποίηση και ανάπτυξη
7 ^η	Παγκόσμιες στρατηγικές
8 ^η	Εταιρική διακυβέρνηση
9 ^η	Οργανωσιακή δομή και έλεγχος για την υλοποίηση της στρατηγικής
10 ^η	Παρουσιάσεις τελικών ομαδικών εργασιών - συζήτηση και σχολιασμός των κυριότερων σημείων των εργασιών

Course Description

Course - Course ID :	Strategic Management
Level - Type of course:	Graduate – Lectures, Case studies, Group assignments and presentations, Experiential exercises
Year of Study - Semester :	1 st – 2 nd
Specialization:	Project Management and Product Development & Logistics Management
Number of credits allocated: ECTS:	6
Prerequisites:	Sufficient knowledge of basic management concepts and theories
Language of Instruction:	Greek and English
Name of lecturer:	Ass. Professor Konstantinos Kostopoulos
Contact Details :	Tel. 2104142361 email: kkostop@unipi.gr
Office Hours:	Tuesday, 14.00-16.00; Thursday, 16.00-18.00

Course Description:

Why do some companies succeed, whereas others fail? What it takes for firms to gain above-average returns and achieve high competitiveness? All sorts of organizations design, formulate, and implement value-creating strategies to achieve competitive advantage and superior performance relative to their rivals. The course will therefore focus on the strategy making processes by first analyzing an organization's external environment and internal organization to determine its resources, capabilities, and core competencies—the sources of its “strategic inputs”. Further, we will examine the strategy formulation process by discussing business- and corporate-level strategies, paying particular attention to current issues such as ambidextrous and innovation-based strategies, mergers and acquisitions, and global-focused strategies. Finally, we will study the strategy implementation process by analyzing corporate governance, organizational structure, and entrepreneurship as vehicles to realize value from strategic choices.

Objectives of the course:

With the use of the latest related literature, case studies, experiential exercises on real business situations, videos, and group discussions and presentations, students will be able to develop a set of skills and increase their understanding of key concepts referring to:

- The role and value of strategic management in achieving high competitiveness and superior long-term performance.
- The practices of analyzing a firm's competitive environment by using different models and tools.
- The different dimensions of a firm's internal environment and importance of its interplay with the external environment.
- The different choices in terms of formulating a successful competitive strategy for attaining above-average, sustainable returns.
- The critical success factors of corporate-level strategies and their importance for a firm's viability and growth.
- The different forms of strategy implementation and their effect of realizing strategy gains.

Course content:

- Strategic management and strategic competitiveness.

- The analysis of external environment.
- The internal environment: Resources, capabilities and the sources of competitive advantage.
- Business-level strategies.
- Corporate-level strategies.
- Corporate governance mechanisms.
- Organizational structure and controls for implementing strategy.

Suggested Reading:

Basic Manuals:

- Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson, (2017). Strategic Management: Competitiveness and Globalization, 17th Edition, Cengage Learning.
- Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones, Melissa A. Schilling, (2015). Strategic Management: An Integrated Approach, 11th Edition, Cengage Learning.
- Robert M. Grant (2016). Contemporary Strategy Analysis, 9th edition, Wiley.

Recommended additional reading:

- Arthur A Thompson, Margaret Peteraf A., John E Gamble, J. Strickland III, Jr. (2015) Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage, 20th edition, McGraw-Hill.
- Johnson G., R. Whittington, K. Scholes, D. Angwing and P. Renger, (2014). Exploring Strategy: Text and Cases, 10th edition, Prentice Hall.
- Barney, J. and W.S. Hesterly, (2015). Strategic Management and Competitive Advantage, 4th Edition, Pearson.
- Porter M., (1999). On Competition, Harvard Business School Publishing.
- Porter M.E. (1985). Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance, The Free Press.

During classes, a series of articles published in top tier international journals on topics relevant to each teaching session will be shared with the students for further study and analysis.

Teaching methods:

A combination of teaching and learning methods will be used aiming at increasing the active participation of students and the practice of concepts taught.

The first session of each class will involve a lecture by the instructor using audiovisual support. The second session will include a series of (group) experiential exercises, analysis and discussion of case studies on real business situations, videos, and group discussions and presentations on assignments provided by the instructor. The study of the basic manual and the additional readings per teaching session is considered essential for the success of the learning process.

Please note that the final group assignments will be announced at the beginning of the course.

In-class case study presentation and discussion:

Students are expected to be actively involved in the case study analyses that will be performed in-class. For this purpose, students will form groups of 3 to 5 members (students should provide by the end of

the 1st lecture their corresponding groups). Each group during the different course's lectures should prepare a case study summary write-up (2 to 3 pages max) and a PowerPoint presentation on the key questions specified per case. Although case studies will be provided by the lecturer, students are strongly advised to search and incorporate additional company information (e.g., recent developments) in their summary write-up and presentation. Each group is expected to initiate class discussion based on the different questions of the case study.

Assessment Methods:

- Attendance, In-class assignments, Active participation in each class 30%
- Business game 10%
- Final group assignment and presentation 30%
- Exams 30%

Course Schedule

Week	Topic
1	Strategic management and strategic competitiveness
2	The external environment: Opportunities, threats, and the analysis of industry competition
3	The internal environment: Resources, capabilities, and the sources of competitive advantage
4	Business-level (competitive) strategy: Differentiation, cost leadership, and complex strategies
5	Competition and competitive dynamics
6	Corporate-level strategy: Integration, diversification, and growth
7	Global strategy
8	Corporate governance
9	Organizational structure and controls for implementing strategy
10	Presentations of final group assignments – discussion and feedback on the key learning points