

TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ TP. HỒ CHÍ MINH
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

ĐỀ CƯƠNG MÔN HỌC
QUẢN TRỊ
CHIẾN LƯỢC

Năm học: 2008 – 2009

PHẦN A: THÔNG TIN TỔNG QUÁT

MỤC TIÊU CỦA MÔN HỌC

Trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cơ bản về chiến lược và quản trị chiến lược để thiết lập và thực hiện các chiến lược phát triển kinh doanh. Những kiến thức này cũng có thể áp dụng cho các loại tổ chức khác trong xã hội.

Sau khi học môn này, sinh viên sẽ:

- Hiểu rõ khái niệm “chiến lược” và tầm quan trọng của Quản trị chiến lược trong việc phát triển các doanh nghiệp.
- Biết cách tiến hành các bước cần thiết để thiết lập các chiến lược phát triển của tổ chức.
- Hiểu rõ các loại chiến lược khác nhau mà tổ chức có thể chọn lựa.
- Biết những vấn đề cần quan tâm khi thực hiện và kiểm tra chiến lược.

YÊU CẦU CỦA MÔN HỌC

Khác với các môn học khác về quản trị kinh doanh, môn học Quản trị chiến lược có nội dung tổng hợp, liên hệ đến nhiều mặt hoạt động của doanh nghiệp, nên để học tốt môn học này sinh viên phải hiểu và liên hệ với nội dung các môn học khác, đặc biệt là Kinh tế vi mô, Kinh tế vĩ mô, Quản trị học, Quản trị nhân lực, Quản trị tài chính, Quản trị Marketing và Luật kinh doanh.

Ngoài ra sinh viên nên thường xuyên đọc báo, tạp chí kinh tế và kinh doanh để tăng cường hiểu biết về môi trường kinh doanh và những kinh nghiệm thành công hay thất bại của các doanh nghiệp để soi sáng bài học lý thuyết và để làm bài tập, nghiên cứu, thuyết trình.

THỜI LƯỢNG CỦA MÔN HỌC

Môn Quản trị chiến lược là một học phần có 4 đơn vị học trình (60 tiết) được phân bổ như sau:

- Số tiết lý thuyết : 30
- Số tiết thảo luận trên lớp, bài tập : 15
- Số tiết tự học có hướng dẫn, thuyết trình, báo cáo chuyên đề : 15

PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY

Giảng viên giảng lý thuyết, minh họa bằng ví dụ thực tiễn trong kinh doanh. Bổ sung bài giảng chính khoá bằng các chuyên đề để sinh viên tự nghiên cứu, làm bài thuyết trình, và nghe báo cáo

chuyên đề theo yêu cầu thực tế của từng khoá học. Sau một nhóm bài, giảng viên cho câu hỏi hoặc tình huống gắn với thực tế kinh doanh ở Việt nam để sinh viên nghiên cứu tại nhà và thảo luận tại lớp.

ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ HỌC TẬP

- Nghiên cứu, thuyết trình, bài tập trong quá trình học: 30% tổng điểm
- Bài thi cuối khoá (tự luận hoặc trắc nghiệm): 70% tổng điểm

KẾ HOẠCH GIẢNG DẠY

Buổi học	Chương	NỘI DUNG	Số tiết
1	1	Đại cương về chiến lược và Quản trị chiến lược	3
	2	Phân tích môi trường kinh doanh	3
2	3	Phân tích đặc điểm nội bộ doanh nghiệp	3
	4	Quản lý thông tin	3
3		<i>Nhóm bài tập 1 (chương 1, 2, 3, 4)</i>	5
4	5	Xác định nhiệm vụ và mục tiêu	3
4&5	6	Các phương án chiến lược	6
5&6	7	Tiến trình lựa chọn chiến lược	3
7		<i>Nhóm bài tập 2 (chương 5, 6, 7)</i>	5
8	8	Thực hiện chiến lược	3
	9	Duyệt xét, đánh giá và kiểm tra chiến lược	3
9		<i>Nhóm bài tập 3 (chương 8, 9)</i>	5
10		<i>Thuyết trình, báo cáo chuyên đề 1</i>	5
11		<i>Thuyết trình, báo cáo chuyên đề 2</i>	5
12		<i>Thuyết trình, báo cáo chuyên đề 3</i>	5
		THI CUỐI KHÓA	

TÀI LIỆU HỌC TẬP

- Bài giảng Quản trị chiến lược của các giảng viên lên lớp.
- Các sách về *Quản trị chiến lược*
- TS. Trần Anh Tuấn, ThS. Lê Thị Thanh Xuân, ThS. Mai Thị Hoàng Yến. *Tài liệu hướng dẫn học tập môn “Quản trị học”*. Tài liệu lưu hành nội bộ của Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh, năm 2007.
- *Chương trình phát thanh môn Quản trị học* trên Đài tiếng nói nhân dân TP.HCM.

Ngoài học liệu căn bản trên, sinh viên có thể đọc tham khảo bất cứ cuốn sách “Quản trị chiến lược” nào bằng tiếng Anh để củng cố và mở rộng kiến thức.

PHẦN B: NỘI DUNG MÔN HỌC

	Mục tiêu yêu cầu	NỘI DUNG CHÍNH	Những kiến thức cốt lõi cần nắm
1. ĐẠI CƯƠNG về CHIẾN LƯỢC VÀ QUẢN TRỊ CHIẾN LƯỢC	<ul style="list-style-type: none"> Hiểu rõ khái niệm chiến lược và nội dung của tiến trình Quản trị chiến lược, làm cơ sở cho việc học các chương sau. 	<ul style="list-style-type: none"> Định nghĩa chiến lược Phân loại chiến lược Nội dung và tính chất của quá trình Quản trị chiến lược Tầm quan trọng của chiến lược và quản trị chiến lược đối với doanh nghiệp. 	<ul style="list-style-type: none"> Khái niệm chiến lược và Quản trị chiến lược Nội dung của từng giai đoạn trong tiến trình Quản trị chiến lược Lợi ích của chiến lược đối với doanh nghiệp.
2. PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH	<ul style="list-style-type: none"> Hiểu được tác động và ảnh hưởng thuận lợi hay đe dọa của các yếu tố trong môi trường kinh doanh đối với chiến lược của doanh nghiệp; và biết cách đánh giá mức độ thuận lợi hay khó khăn của môi trường đối với doanh nghiệp. 	<ul style="list-style-type: none"> Định nghĩa, phân loại và những tính chất quan trọng của môi trường kinh doanh. Nội dung và tác động của các yếu tố trong môi trường vĩ mô : kinh tế, chính trị, xã hội, tự nhiên, công nghệ. Nội dung và tác động của các yếu tố vi mô: đối thủ tiềm năng, sản phẩm thay thế, các nhà cung ứng, khách hàng, đối thủ cạnh tranh và tình trạng cạnh tranh. Ma trận đánh giá các yếu tố bên ngoài (EFE) 	<ul style="list-style-type: none"> Khái niệm môi trường kinh doanh Ảnh hưởng thuận lợi và đe dọa của từng loại yếu tố môi trường đối với chiến lược và hoạt động của doanh nghiệp Cách thức xây dựng và sử dụng ma trận EFE.
3. PHÂN TÍCH NỘI BỘ DOANH NGHIỆP	<ul style="list-style-type: none"> Nhận biết những điểm mạnh và điểm yếu trong từng lĩnh vực hoạt động và trong các nguồn lực của doanh nghiệp, nhằm kết hợp với 	<ul style="list-style-type: none"> Mục đích, ý nghĩa của việc phân tích nội bộ Những nội dung phân tích nội bộ theo khảo hướng nguồn lực và theo khảo hướng chức năng. Ma trận đánh giá các yếu tố bên trong (EFE) 	<ul style="list-style-type: none"> Tầm quan trọng của phân tích nội bộ và việc nhận ra các điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp. Vị trí ưu tiên và vai trò của từng nguồn lực trong tiến trình quản trị chiến

	Mục tiêu yêu cầu	NỘI DUNG CHÍNH	Những kiến thức cốt lõi cần nắm
	các cơ hội và đe dọa của môi trường để xây dựng chiến lược. Chương này cũng giới thiệu một phương pháp đánh giá tổng hợp về năng lực thực sự của doanh nghiệp.		<p>lược</p> <ul style="list-style-type: none"> Vai trò của từng lĩnh vực chức năng: sản xuất, tài chính, tiếp thị, nhân sự, nghiên cứu phát triển và quản lý thông tin trong tiến trình quản trị chiến lược.
4. QUẢN LÝ THÔNG TIN	❖ Nhận thức đầy đủ và đúng đắn tầm quan trọng đặc biệt của việc thu thập, xử lý và sử dụng thông tin để thiết lập, thực hiện và kiểm tra chiến lược; đồng thời biết cách vận dụng một số ma trận tổng hợp thông dụng trong quá trình quản trị chiến lược.	<ul style="list-style-type: none"> Xác định nhu cầu thông tin và nguồn thông tin Thu thập thông tin hiện tại và dự báo tương lai Chọn lọc thông tin: Ma trận ưu tiên của cơ hội và của đe dọa Tổng hợp thông tin: Ma trận SWOT và Ma trận hình ảnh cạnh tranh 	<ul style="list-style-type: none"> Mô hình quản lý thông tin Những nhu cầu thông tin cơ bản để quản trị chiến lược và những cơ sở để xác định nhu cầu thông tin. Nguồn thông tin để quản trị chiến lược Các phương pháp dự báo thông dụng Cách thức thiết lập và sử dụng Ma trận SWOT
5. XÁC ĐỊNH NHIỆM VỤ VÀ MỤC TIÊU	❖ Hiểu được tầm quan trọng và những yếu tố ảnh hưởng đến việc xác định nhiệm vụ và mục tiêu trong quản trị doanh nghiệp nói chung và trong quản trị chiến lược.	<ul style="list-style-type: none"> Định nghĩa, vai trò, nội dung và tính chất của nhiệm vụ và mục tiêu. Tiến trình xác định nhiệm vụ và mục tiêu Những yếu tố ảnh hưởng. 	<ul style="list-style-type: none"> Các khái niệm cơ bản : Tầm nhìn, nhiệm vụ, mục tiêu, các thành phần có quyền lợi liên quan. Nội dung của một bản tuyên bố nhiệm vụ. Tính chất của mục tiêu Những vấn đề cần xem xét khi xác định mục tiêu

	Mục tiêu yêu cầu	NỘI DUNG CHÍNH	Những kiến thức cốt lõi cần nắm
6. CÁC PHƯƠNG ÁN CHIẾN LƯỢC	<p>❖ Biết rõ những loại chiến lược mà doanh nghiệp có thể áp dụng trong quá trình hoạt động nhằm phát triển, tăng cường lợi thế cạnh tranh, hoặc để chinh đốn, kết thúc an toàn việc kinh doanh.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Các chiến lược tăng trưởng • Các chiến lược cạnh tranh • Các chiến lược suy giảm 	<ul style="list-style-type: none"> • Điều kiện và hoàn cảnh để áp dụng từng loại chiến lược • Nội dung và mục đích của từng loại chiến lược • Những khó khăn khi áp dụng từng loại chiến lược
7. TIẾN TRÌNH LỰA CHỌN CHIẾN LƯỢC	<p>❖ Hiểu rõ những yếu tố cần xem xét và biết cách áp dụng một số công cụ để phân tích thực trạng kinh doanh của doanh nghiệp và đánh giá mức độ hấp dẫn của các chiến lược nhằm lựa chọn chiến lược phù hợp.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Các công cụ phân tích thực trạng kinh doanh : Ma trận BCG, Ma trận Mc Kinsey, Ma trận Hofer. • Các công cụ xác định phương hướng lựa chọn chiến lược : Ma trận IE và Ma trận GS. • Các công cụ đánh giá các chiến lược có thể lựa chọn : Ma trận QSPM • Các khía cạnh chính trị, văn hoá, và quản trị trong quyết định lựa chọn chiến lược. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vận dụng nhuần nhuyễn các Ma trận • Ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài (chính trị – xã hội) và bên trong (quản trị) đối với việc lựa chọn chiến lược.
8. THỰC HIỆN CHIẾN LƯỢC	<p>❖ Hiểu rõ nội dung công việc và những vấn đề phải quan tâm giải quyết nhằm thực hiện thành công chiến lược đã lựa chọn.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Những khó khăn thường gặp và các nguyên tắc để thực hiện chiến lược. • Những vấn đề cần quan tâm giải quyết trong các lĩnh vực chức năng của doanh nghiệp để thực hiện chiến lược: tổ chức và quản trị, nhân sự, tài chính và Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Những yếu tố cần xem xét khi thực hiện chiến lược • Giải pháp cho những khó khăn có thể xảy ra trong việc thực hiện chiến lược ở các lĩnh vực quản trị, nhân sự, tài chính, và Marketing.

	Mục tiêu yêu cầu	NỘI DUNG CHÍNH	Những kiến thức cốt lõi cần nắm
<p>9. DUYỆT, XÉT, ĐÁNH GIÁ VÀ KIỂM TRA CHẤT LƯỢNG</p>	<p>❖ Biết rõ mục đích, ý nghĩa, nội dung và những việc cần làm để duyệt xét lại chiến lược đã chọn, đánh giá kết quả thực hiện và bảo đảm thành quả</p>	<ul style="list-style-type: none"> Những tiêu chuẩn để duyệt xét chiến lược. Xem xét lại cơ sở của chiến lược: cơ hội, đe dọa, điểm mạnh, điểm yếu Các tiêu chuẩn đánh giá chiến lược: tài chính, thị trường và phát triển doanh nghiệp. Những thách đố đối với công tác quản trị chiến lược trong thế kỷ 21. 	<ul style="list-style-type: none"> Tiến trình kiểm tra Nội dung của các tiêu chuẩn thị trường và phát triển doanh nghiệp để đánh giá chiến lược.

CÁC CHỦ ĐỀ THẢO LUẬN

- Đặc điểm của môi trường kinh doanh Việt nam
- Chiến lược kinh doanh của các doanh nghiệp tại Việt nam hiện tại.
- Những khó khăn của doanh nghiệp khi thực hiện chiến lược tại VN và biện pháp khắc phục.

CÁC BÁO CÁO CHUYÊN ĐỀ HOẶC THUYẾT TRÌNH

- Chiến lược kinh doanh quốc tế
- Chiến lược kinh doanh trong điều kiện thương mại điện tử

Viết đề cương: TS. Trần Anh Tuấn
Duyệt đề cương: TS. Đoàn Thị Mỹ Hạnh
Ngày duyệt đề cương: 15/12/2008