

Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегический менеджмент»

Целью освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» является получение студентами систематизированных знаний об области науки и практики управления, предназначением которой является обеспечение долговременного развития организации в быстроменяющихся условиях внешней среды, получение систематизированного представления о возникновении, настоящем состоянии и будущих тенденциях развития теории и практики стратегического менеджмента, базирующихся на достижениях и традициях мировой науки и культуры.

Задачи дисциплины:

- основные понятия стратегического менеджмента, его задачи и характеристики процесса стратегического управления;
- значение миссии и целеполагания для деятельности компании;
- сущность стратегии, факторы, влияющие на её формирование, и основные управленческие подходы к её разработке;
- характер влияния комплекса факторов внешней среды на деятельность организации;
- назначение, содержание и методологию использования SWOT-анализа;
- сущность модели пяти конкурентных сил и содержание основных конкурентных стратегий;
- наступательные, оборонительные стратегии и стратегии вертикальной интеграции;
- содержание основных стратегий диверсификации и методы оценки стратегии диверсифицированных компаний;
- методы эффективного управления реализацией стратегии.

Названия тем, основных вопросов в виде дидактических единиц:

Тема 1. Основные понятия стратегического менеджмента. Миссия компании.

1. Эволюция теории стратегического менеджмента
2. Миссия фирмы. Особенности формулировки и инструменты эффективности
3. Стратегические цели. Критерии постановки.
4. Стратегия и ценности компании

Тема 2. Методическая база и виды стратегии

1. Бизнес-модель. Вызовы внешней среды.
2. Ключевые компетенции компании. Ключевые факторы успеха.
3. Виды стратегии: стратегия роста; стратегия ограниченного роста; стратегия сокращения; стратегия ликвидации; смешанные стратегии; стратегия развития продукта; стратегия развития отрасли.
4. Виды стратегий интеграции
5. Модель эволюции отрасли (жизненный цикл отрасли). Отраслевая бизнес-система (цепочка создания ценности)

Тема 3. Методы стратегического анализа

1. Анализ внешнего окружения: назначение анализа и уровни внешней среды. SWOT
2. Анализ заинтересованных групп (стейкхолдеров)
3. Анализ ресурсов и компетенций компании (внутренний анализ). BCG, MCC
4. Анализ отраслевых рынков. Анализ потребителей. Модель пяти сил конкуренции М. Портера
5. PEST-анализ: ключевые сегменты и основные этапы анализа.

Тема 4. Ключевые показатели эффективности деятельности

1. Понятие КПЭ
2. Структура КПЭ
3. Порядок определения КПЭ для подразделений

Тема 5. Разработка сбалансированной системы показателей

1. Понятие и методика построения сбалансированной системы показателей
2. Факторы успешной реализации стратегии. Бизнес-план. Корпоративная культура
3. Реализация стратегии: текущие планы и программы
4. Реализация стратегии: структура и система управления

Объем дисциплины 4 з.е., 144 час. По итогам изучаемого курса студенты сдают экзамен. Дисциплина изучается на очной форме обучения на 2 курсе в 4 семестре, на заочной форме обучения на 2 курсе в 4 семестре.