

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 быстрымениющихся 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.

Пирамида стратегий. Портфель бизнесов и стратегические бизнес-единицы. Стратегические решения. Стратегические цели. Стратегия. Ценности компании

Тема 2. Методическая база стратегии

Бизнес-модель. Вызовы внешней среды. Ключевые компетенции компании. Ключевые факторы успеха. Конкурентные преимущества. Конкуренция. Модель эволюции отрасли (жизненный цикл отрасли). Новые взгляды на стратегии компаний. Отраслевая бизнес-система (цепочка создания ценности) Парадоксы стратегического менеджмента. Синергизм. Эволюция теории стратегического менеджмента

Тема 3. Методы стратегического анализа

Анализ: структура, цели, этапы Анализ внешнего окружения: назначение анализа и уровни внешней среды Анализ заинтересованных групп (стейххолдеров) Анализ ресурсов и компетенций компании (внутренний анализ). Анализ отраслевых рынков. Анализ потребителей. Анализ трендов Конкурентный анализ. Модель пяти сил конкуренции М. Портера PEST-анализ: ключевые сегменты и основные этапы анализа.

Стратегические группы конкурентов. Цепочка ценностей М. Портера

Тема 4. Стратегические альтернативы. Методы формирования и оценки стратегических альтернатив.

Диверсификация бизнеса. Дифференциация товара. Вертикальная интеграция. Горизонтальная интеграция. Формы интеграции Лидерство по издержкам. Маркетинговая стратегия бизнеса. Рыночная экспансия. Стратегические альтернативы на стадии отраслевого спада. Франчайзинг. Функциональные стратегии. Бенчмаркинг (метод контрольных сравнений). Дерево решений по развитию бизнеса. Критерии оценки стратегических альтернатив Матрица ADL/LC. Матрица «товар / рынок» (И. Ансоффа). Модель качества услуг. Портфельные матрицы. Семь S (7-S) фирмы McKinsey. Стратегические выборы в отрасли по Д. Хасси. Схема Д. Абеля Сценарное планирование. SWOT-модель.

Тема 5. Реализация стратегии

Стратегический процесс: этапы и особенности Стратегическое лидерство. Стратегическое мышление. Факторы успешной реализации стратегии. Бизнес-план. Корпоративная культура Реализация стратегии: текущие планы и программы Реализация стратегии: структура и система управления Сбалансированная система показателей Стратегические альянсы. Стратегические изменения

Объем дисциплины 4 з.е.

По итогам изучаемого курса студенты сдают экзамен.

Дисциплина изучается на очной форме обучения на 2 курсе в 4 семестре.