

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Стратегический менеджмент»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Производственный менеджмент

Общий объем дисциплины – 5 з.е. (180 часов)

Форма промежуточной аттестации – Экзамен.

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:

- ОПК-3.1: Разрабатывает и обосновывает организационно-управленческие решения для выполнения поставленной задачи;
- ОПК-3.3: Оценивает эффективность реализации предложенных организационно-управленческих решений;
- ОПК-3.4: Способен разрабатывать план реализации организационно-управленческих решений;
- ОПК-4.1: Демонстрирует знание методик анализа рынка;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Стратегический менеджмент» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очно - заочная. Семестр 9.

1. Сущность стратегического менеджмента. Становление стратегического менеджмента как самостоятельной исследовательской области и управленческой практики с целью разработки и обоснования организационно-управленческих решений для выполнения поставленных задач. Этапы развития: бюджетирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегический менеджмент. Определение стратегического менеджмента: деятельностный, целевой и интеракционистский подходы. Стратегическое управление, как метод решения управленческих задач. Сравнительная характеристика стратегического и оперативного управления. Школы стратегического менеджмента. Преимущества стратегического управления. Процесс стратегического управления..

2. Формирование миссии и целей организации. Понятие миссии организации и стратегической установки. Причины формулировки миссии. Понятие цели организации. Объективная и субъективная сторона целей. Классификация целей. «Дерево» целей: понятие, правила построения. Формирование стратегических целей и стратегии предприятия. Процесс установления целей. Ранжирование целей. Направления установления целей. Требования, предъявляемые к целям. Управление по целям (МВО), как способ повышения эффективности организационно-управленческих решений. Согласование целей по горизонтали и вертикали. Имидж организации. Характеристики благоприятного имиджа..

3. Анализ внешней и внутренней среды организации. Анализ внешней и внутренней среды, как база для разработки плана реализации организационно-управленческих решений. Анализ макроокружения организации. Изучение экономической, правовой, политической, технологической и социальной компонент макроокружения. PEST-анализ. Анализ неопределенности организационной среды. Система отслеживания состояния компонентов макроокружения организация. Анализ микросреды фирмы. Условия, определяющие способность покупателей диктовать условия фирмам-продавцам. Условия усиления конкурентной борьбы в отрасли. Позиционные карты стратегических групп конкурентов. Ситуационный анализ. Составление профиля среды. Понятие о внутренней среде. Компоненты внутреннего анализа ресурсов организации: структура, финансы, персонал, производственная деятельность, сбыт, исследования и разработки, системы и процедуры. Методика оценки внутренних преимуществ и недостатков Г. Стивенсона. Цепочка ценностей М. Портера и ее анализ. Эффективность и результативность использования ресурсов..

4. Конкурентный анализ в стратегическом управлении. Понятие конкурентного преимущества. Структурный анализ конкурентного окружения организации. Модель пяти сил конкуренции М. Портера. Стратегический конкурентный потенциал предприятия. Формы конкурентных преимуществ. Защита конкурентных преимуществ. Бенчмаркетинг. Основные типы конкурентной

борьбы. Понятие о конкурентоспособности фирмы. Методика оценки конкурентоспособности. Ключевые факторы успеха организации. Общие стратегии достижения конкурентных преимуществ по М. Портеру. Стратегия лидерства в издержках. Кривая опыта. Стратегия дифференциации продукции. Стратегия рыночной ниши. Стратегия раннего выхода на рынок. Стратегия синергии. Конкурентные стратегии по признаку доли рынка..

5. Разработка стратегии. Факторы формирования стратегии предприятия. Классификация стратегий по уровням иерархии управления: корпоративная, деловые, функциональные, операционные. Классификация стратегий по функциональным направлениям деятельности. Правила и процедуры разработки стратегий, на основе оценке предложенных организационно-управленческих решений. Требования к эффективным стратегиям. Этапы разработки стратегии. Информационное обеспечение процесса разработки стратегий..

6. Реализация стратегии и стратегические изменения. Организационное обеспечение реализации стратегии. Роль человеческого фактора в реализации стратегии, стратегическая мотивация сотрудников. Стратегические изменения как центральный элемент процесса выполнения стратегии. Стадии реализации стратегического изменения. Типы реакции на изменения. Сопротивление изменениям. Стили проведения стратегических изменений. Стратегия и организационная структура управления как объект стратегических изменений..

7. Группы влияния (стейкхолдеры) и властные отношения в стратегическом менеджменте. Стратегии компаний на разных стадиях жизненного цикла отрасли. Определение и типология стейкхолдеров. Управление стейкхолдерами и сотрудничество с ними. Традиционные методы управления внешними стейкхолдерами. Внутренние стейкхолдеры как конкурентные ресурсы. Стратегическое партнерство. Конфликты ожиданий стейкхолдеров. Конфликт интересов. Проблема агентов. Источники власти, доступные для стейкхолдеров. Модель жизненного цикла отрасли. Стратегии инновационных предприятий. Стратегии предприятий зрелых отраслей. Источники конкурентных преимуществ в зрелых отраслях. Стратегии отраслей, переживающих спад..

8. Портфельный анализ. Понятие портфеля предприятия, стратегической бизнес-единицы, стратегической зоны хозяйствования, методики анализа рынка. Критерии выделения бизнес-единиц компании General Electric. Процесс портфельного анализа. Матрица Бостонской консалтинговой группы: методика построения, критика. Траектории Ж.-Ж. Ламбена в матрице BCG. Матрица General Electric – McKinsey: методика построения. Матрица фирмы Arthur D. Little. Трехмерная схема Абея. Проект PIMS..

Разработал:
преподаватель
кафедры ЭиУ

О.А. Чиркова

Проверил:
И.о. декана ТФ

Ю.В. Казанцева