

Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины «Стратегический менеджмент»

Учебный курс «Стратегический менеджмент» предназначен для студентов направления подготовки 38.04.02 «Менеджмент», образовательная программа «Управление бизнесом».

Дисциплина «Стратегический менеджмент» включена в состав вариативной части блока «Дисциплины».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов. Учебным планом предусмотрены самостоятельная работа студентов (81 час), практический занятия (36 часов), контрольные работы (27 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре. Данная дисциплина реализуется с использованием онлайн-курса.

Дисциплина «Стратегический менеджмент» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Теория менеджмента», «Управленческая экономика», «Предпринимательство» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Операционный менеджмент», «Управление изменениями», а также прохождению производственных практик.

Содержание дисциплины состоит из шести разделов и охватывает следующий круг вопросов.

1. Стратегический анализ: процесс и концепции стратегического управления; ценность видения, миссия и корпоративные цели компании; роль корпоративного управления и управления заинтересованными сторонами; согласованность в стратегическом направлении.

2. Внешний анализ: модель Porter Five Forces; общая среда, конкурентная среда, национальная среда и создание экологически безопасной организации.

3. Внутренний анализ: анализ цепочки добавленной стоимости, ориентированный на ресурсы фирмы, оценка эффективности фирмы, сбалансированная система показателей и стратегическая карта.

4. Природа конкурентных преимуществ. Характер конкурентных преимуществ и их устойчивость. Различные уровни стратегии. Низкая стоимость, дифференциация и стратегии фокуса. Факторы, влияющие на конкурентоспособность страны. Международная экспансия. Международные, многоаспектные, глобальные и транснациональные стратегии. Создание ценности и диверсификация, аутсорсинг, приобретения, внутренние новые предприятия, международные стратегические союзы и реструктуризация. Горизонтальная и вертикальная интеграция.

5. Осуществление. Стратегическое лидерство. Стратегический контроль и корпоративное управление.

6. Управление стратегическим портфелем (SPM). Принципы стратегического управления портфелем. Модель управления портфелем. Оптимизация портфеля.

Цель - предоставление понимания студентами основных теоретических и практических подходов к формированию стратегии компании в условиях высокой конкуренции и неопределенности внешней среды.

Задачи:

- ✓ ознакомить с современными подходами и тенденциями в менеджменте;
- ✓ освоить основные понятия, концепции и модели стратегического менеджмента;
- ✓ изучить классические модели стратегического анализа внешней и внутренней среды;
- ✓ определить преимущества, недостатки и различия между ресурсным и рыночным концепциями в стратегическом менеджменте;

✓ приобрести знания и навыки для определения стратегического потенциала и конкурентной позиции фирмы, выявления источников устойчивых конкурентных преимуществ;

✓ научиться использовать инструментарий стратегического анализа и управления применительно к конкретным ситуациям современного российского и международного бизнеса.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные и профессиональные компетенции (элементы компетенций).

| Код и формулировка компетенции | Этапы формирования компетенции | |
|---|--------------------------------|---|
| ОК-4 умением быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения | Знает | Функции и задачи управленческой экономики, ее роль в принятии управленческих решений, основные факторы производства, их влияние |
| | Умеет | Использовать знания на практике для принятия управленческих решений, определять экономические субъекты, ключевые ресурсы рынка |
| | Владеет | Навыками выбора оптимального управленческого решения, минимизации издержек и максимизации прибыли |
| ПК-2 способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию принимаемых решений | Знает | модели поведения экономических агентов и рынков; основные элементы процесса стратегического управления; альтернативы стратегий развития, современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации; методы анализа внешней и внутренней среды организации. |
| | Умеет | осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений; выбирать модель поведения организации, адекватную целям составу внешней среды. |
| | Владеет | навыками разработки стратегического управленческого решения в условиях изменяющейся внешней и внутренней среды организации; методами стратегического анализа организации и ее окружения; методами разработки и реализации стратегии; методами оценки эффективности стратегического развития |
| ПК-5 способностью | Знает | Факторы внешней среды, методы оценки факторов |

| | | |
|--|---------|--|
| определения перспектив развития организации на основе оценки положения компании на рынке и тенденции влияния факторов внешней среды | | внешней среды |
| | Умеет | оценить факторы внешней среды, оценить положение компании на рынке |
| | Владеет | Методами оценки факторов внешней среды, положение компании на рынке |
| ПК-7 способностью комплексного использования инструментов проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации | Знает | основные методики решения стратегических и тактических задач управления организации |
| | Умеет | комплексно использовать инструменты проектного и процессного менеджмента для решения стратегических и тактических задач управления организации |
| | Владеет | практическими навыками проектного и процессного менеджмента |
| ПК-9 Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде | Знает | Сущность спроса и предложения, закон равновесия рынка; понятия потребительского выбора, полезности |
| | Умеет | – Определять рыночное равновесие, его тип, равновесную цену, эластичность спроса и предложения |
| | Владеет | – Способностью определять оптимальный потребительский набор, эффекты изменения при влиянии внешних факторов |