

Программа учебной дисциплины «Стратегический менеджмент»

Утверждена

Академическим руководителем ООП

А.А. Бляхман

«02» марта 2017 г.

Автор	Рождественский В.Г.
Число кредитов	6
Контактная работа (час.)	28
Самостоятельная работа (час.)	200
Курс	3 курс
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн курса

I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПРЕРЕКВИЗИТЫ

Целями освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» являются: предоставление систематизированных знаний и формирование профессиональных навыков и умений в области стратегического управления, формирование у слушателей системного подхода к стратегическому управлению организацией.

В результате освоения дисциплины студент должен

знать:

- иметь представление о системном характере стратегического управления, способах формирования и реализации стратегии,
- понимать значение стратегического управления для жизнедеятельности организации, особенности функционирования хозяйствующих субъектов в рыночных условиях,
- методы стратегического анализа ситуации, приемы формирования стратегических целей и стратегий, способы реализации стратегии,

уметь:

1. применять методы стратегического анализа для оценки ситуации и стратегий, реализовывать стратегическое управление организацией;

владеть:

- сбора релевантной информации для осуществления анализа.

Изучение дисциплины «Стратегический менеджмент» базируется на следующих дисциплинах:

- Теория и история менеджмента
- Маркетинг
- Экономическая теория.

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть основными знаниями и компетенциями, сформированными в процессе освоения дисциплин общенаучного и базовой части профессионального циклов.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем в процессе научно-исследовательской работы студентов, при выполнении курсовых работ и выпускной квалификационной работы, написании научных работ и статей, а также в профессиональной деятельности.

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Широкий контекст деятельности организации. Макроокружение.

Значение контекста деятельности компании для формирования стратегии. Примеры использования знания о контексте деятельности организации. Рыночная стратегия 4А. Инструмент анализа макроокружения – Pest-анализ. Характер влияния факторов макроокружения.

Тема 2. Анализ рынка и отраслевой анализ. 5 сил Портера.

Значение анализа рынка, примеры из мировой, российской и региональной практики бизнеса. Параметры рынка для проведения стратегического анализа: оборот, ёмкости, структура, продуктовые и клиентские группы. Инструмент анализа рынка – 5 сил Портера.

Тема 3. Конкурентный анализ

Значение конкурентного анализа. Стратегии конкуренции. Структура конкурентного анализа: параметры и показатели. Прямые и косвенные методы сбора информации для конкурентного анализа.

Тема 4. Продуктово-рыночная, бостонская матрицы.

Назначение анализа конкретных параметров деятельности организации и соотнесение их друг с другом. Продуктово-рыночная матрица: группы продуктов и клиентов, прибыльность, динамика, доля квадрантов в контексте деятельности компании. Бостонская матрица: методика анализа, трактовки квадрантов, практическое применение выводов.

Тема 5. SWOT-анализ.

Назначение, параметры, этапность SWOT-анализа. Авторские доработки и рекомендации автора курса.

Тема 6. Видение и реализация стратегии

Выбор метода реализации и оценка стратегии. Оценка и уяснение текущей стратегии. Стратегический контроль. Области стратегических изменений в организации, конечные продукты процесса стратегического планирования, уровни стратегических изменений в организации, соответствие структуры управления организацией ее стратегии и отраслевой структуре, требования, которым должна отвечать структура управления организацией, ориентированной на стратегическое управление, система стратегических планов, стратегическое планирование и распределение стратегических ресурсов организации.

III. ОЦЕНИВАНИЕ

Текущий контроль:

Работа студентов на семинарских занятиях. Преподаватель оценивает работу студентов на семинарских занятиях: активность студентов в деловых играх, дискуссиях, правильность решения кейсов. Оценки за работу на семинарских занятиях преподаватель

выставляет в рабочую ведомость. Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за работу на семинарских занятиях определяется перед итоговым контролем - $O_{\text{аудиторная}}$.

Итоговый контроль – экзамен, на котором проверяется степень владения материалом. Студент демонстрирует знание понятийно-категориального аппарата и его применение для анализа социальных систем и управленческой деятельности; освоение теоретических подходов и концепций, умение применить их как инструмент анализа, применение методов социологического анализа для работы над конкретными управленческими ситуациями; умение находить, отбирать и интерпретировать информацию.

Оценка итогового контроля выставляется по 10-балльной системе.

При проведении экзамена в устной форме используются следующие критерии:

"10 баллов" – обсуждение студентом поставленной проблемы с использованием основных положений дисциплины, умение практически применить знания, использование дополнительного материала, не входящего в рамки дисциплины, соотнесение вопросов дисциплины с более широким взглядом на управленческие ситуации.

"8-9 баллов" – свободное, безупречное владение текстом лекций и материалов дисциплины, умение сопоставлять, анализировать материал, понимание того, умение практически применить знания.

"7 баллов" – хорошее знание материалов курса, знание о том, как полученные знания могут быть практически применены.

"6 баллов" – хорошее знание материалов курса, знание о том, как полученные знания могут быть практически применены, допускается неполнота или неточность в воспроизводстве материалов.

"5 баллов" – воспроизведение материала с упущениями или ошибками, понимание основной канвы темы.

"4 балла" – воспроизведение материала с существенными упущениями или ошибками.

"1-3 балла" – неудовлетворительный ответ или отсутствие ответа по любому вопросу.

Порядок формирования оценок по дисциплине

Накопленная оценка за текущий контроль учитывает результаты студента по текущему контролю следующим образом:

$$O_{\text{накопленная}} = O_{\text{ауд}}$$

В диплом выставляет результирующая оценка по учебной дисциплине, которая формируется по следующей формуле:

$$O_{\text{результ}} = 0,5 * O_{\text{накопленная}} + 0,5 * O_{\text{экзамен}}$$

Способ округления результирующей оценки по учебной дисциплине: арифметический.

IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе итогового контроля

Примеры вопросов итогового контроля.

1. Этапы процесса выбора стратегии.

2. Преодоление сопротивления стратегическим изменениям в организации.
3. Роль информации. Что дают и чего не могут дать исследования?
4. Цели и функции стратегического менеджмента.
5. Ключевые факторы стратегического потенциала организации.
6. Сущность и задачи стратегического менеджмента.
7. Глобальное окружение.
8. Системный и ситуационный подходы в управлении организацией.
9. Метод сценариев будущего.
10. Области внешнего окружения, в которых возникают факторы угроз и возможностей.
11. Метод оценки стратегического выбора с помощью портфельных матриц.
12. Система стратегических планов.
13. Уровни стратегических изменений в организации.
14. Требования, которым должна отвечать структура управления организацией, ориентированной на стратегическое управление.
15. Проблемы и направления развития стратегического управления.
16. Основные объекты и задачи стратегического и оперативного управления.
17. Алгоритм выработки стратегических целей.
18. Стратегический потенциал и стратегические возможности организации.
19. Ключевые факторы стратегического потенциала организации.
20. Стратегические альтернативы и необходимость их разработки.
21. Связь базовых стратегий с внешней средой и конкурентными позициями организации.
22. Этапы процесса выбора стратегии.
23. Преодоление сопротивления стратегическим изменениям в организации

V. РЕСУРСЫ

5.1. Основная литература

1. Литвак, Б. Г. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / Б. Г. Литвак, ЭБС Юрайт. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 507 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2929-4. Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/viewer/strategicheskii-menedzhment-406588#page/1> .- Загл. с экрана.

5.2. Дополнительная литература

1. Альтшулер, И. Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа: инструменты, проблемы, ситуации / И. Г. Альтшулер. - М.: Вершина, 2006.
2. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А. А. Томпсон, А. Д. Стрикленд ; пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. - М. : Банки и биржи : ЮНИТИ, 1998. - 576 с.

5.3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Windows Professional 8.1 Russian	Из внутренней сети университета (договор)

2	MS Office 2007 Prof +	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

5.4. Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа/скачивания
1	Электронные образовательные ресурсы	<i>Договор на использование электронных баз данных/по подключению и обеспечению доступа к базам данных</i>

5.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для лекционных занятий по дисциплине обеспечивают использование и демонстрацию тематических иллюстраций, соответствующих программе дисциплины в составе:

- ПЭВМ с доступом в Интернет (операционная система, офисные программы, антивирусные программы);
- мультимедийный проектор с дистанционным управлением.

Учебные аудитории для лабораторных и самостоятельных занятий по дисциплине оснащены ПЭВМ, с возможностью подключения к сети Интернет и доступом к электронной информационно-образовательной среде НИУ ВШЭ.