



ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса - дать студентам знания в области теории и практики стратегического управления, как современной концепции управления организацией в условиях высокой степени изменчивости и непредсказуемости внешней среды.

Курс предполагает сочетание теоретических и практических занятий. Практические занятия имеют целью сформировать умения и навыки стратегического анализа, принятия и реализации стратегических решений. В процессе изучения дисциплины студенты знакомятся с российскими и западными кейсами. Методика кейс-анализа предполагает освоение студентами моделей и инструментов стратегического анализа, апробированных в практике менеджмента и в управленческом консультировании.

Учебные задачи курса - дать базовые знания и сформировать у студентов навыки в области стратегического менеджмента, в частности:

- 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;
- понимание отличий ресурсного подхода от рыночного и освоение положений ресурсной концепции в стратегическом менеджменте;
- приобрести знания и навыки для определения стратегического потенциала и конкурентной позиции фирмы, выявления источников устойчивых конкурентных преимуществ;
- изучение и приобретение практических навыков использования инструментария стратегического анализа и управления применительно к конкретным ситуациям современного российского и международного бизнеса.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- предпосылки возникновения концепции и теории стратегического менеджмента
- понятие, структуры и этапов стратегического процесса
- понятие стратегии и стратегического менеджмента
- основные концепции и школы стратегий
- структуру стратегических целей фирмы
- иерархию стратегий, виды эталонных стратегий бизнеса
- методы стратегического анализа внешней среды и позиционирования фирмы
- влияние факторов макросреды на деловые организации различного профиля деятельности.
- модели и методы анализа микроокружения компании: экономические характеристики отрасли, конкурентные силы и ключевые факторы успеха
- отличие ресурсного подхода от рыночного
- методы анализа внутренней среды, определение зон конкурентного преимущества фирмы
- существующие подходы и методы выбора стратегии
- модели и этапы реализации стратегий и проведения стратегических изменений
- применять методологию исследования в области стратегического менеджмента
- применять классические модели стратегического анализа внешней и внутренней среды фирмы
- идентифицировать материальные и нематериальные ресурсы фирмы
- определять ключевые и корневые компетенции фирмы

- определять сильные и слабые стороны фирмы
- оценивать привлекательность отрасли и ключевые факторы успеха
- определять критические факторы внешнего окружения для отрасли и фирмы
- классифицировать и определять приоритетные группы стейкхолдеров
- разрабатывать программы и проекты для реализации стратегии Иметь навыки (приобрести опыт):
 - сбора, структурирования и анализа значительного объема слабо структурированных данных и их превращения в информацию, пригодную для принятия решений.
 - планирования и организации аналитической работы
 - проведения стратегических сессий
 - анализа и синтеза полученных результатов
 - изменения стиля поведения в зависимости от поставленных целей, задач и контекста
 - командной работы и принятия решения в команде



ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел I. Сущность и содержание стратегического менеджмента.

Тема 2. Понятие и модели стратегического менеджмента.

Тема 3. Стратегическое направление развития организации: целевые установки.

Тема 4. Корпоративные и конкурентные стратегии.

Раздел II. Стратегический анализ внешней среды фирмы

Тема 5. Анализ макроокружения.

Тема 6. Стратегический анализ отрасли и рынка.

Раздел III. Стратегический анализ внутренней среды фирмы

Тема 7. Стратегический потенциал и конкурентные преимущества фирмы

Тема 8. Портфельный анализ диверсифицированной компании

Раздел IV. Выбор и реализация стратегии

Тема 9. Подходы и методы стратегического выбора.

Тема 10. Организация реализации стратегии: основные этапы реализации стратегии и объекты стратегических изменений



ЛИТЕРАТУРА ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

Базовые учебники:

2. А.А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. 12-е издание. Изд-во «Вильямс», 2003.
3. Дэвид А. Аакер. Стратегическое рыночное управление. СПб.: «Питер», 2007.

Основная литература:

1. Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс. Концепции. Проблемы. Решения. СПб.: Питер, 2001.
2. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

Дополнительная литература и литература для самостоятельного изучения:

4. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер, 1999.
5. Ансофф И. Стратегический менеджмент. ИД «ПИТЕР», 2009.
6. Аналоуи Ф., Карамид А. Стратегический менеджмент *малых и средних предприятий предприятий*. Изд-во «ЮНИТИ», 2005.
7. Виссема Х. Стратегический менеджмент. М.: Финпресс, 2000.
8. Виханский О.С. Стратегическое управление. М.: Гардарика, 1998.

