

Аннотация программы учебной дисциплины «Стратегический менеджмент»

1. ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» является формирование системы знаний в области основ стратегического менеджмента, соответствующих компетенций, позволяющих успешно работать в отделах стратегического развития, аналитических, управленческих службах компаний различных сфер бизнеса.

В рамках дисциплины слушатели изучают и практически осваивают инструменты стратегического менеджмента, что подготовит их к самостоятельным разработкам стратегических программ развития компании. В процессе изучения положений стратегического менеджмента слушатели в группах на реальных кейсах отработывают модели принятия стратегических решений.

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В результате освоения дисциплины слушатель должен:

Знать:

- основные цели и задачи стратегического менеджмента в управлении компании;
- инструменты анализа внешней и внутренней среды компании;
- виды стратегий развития компании по М.Портеру;

Уметь:

- проводить анализ внешней и внутренней среды с использованием современных технологий сбора, обработки и анализа информации;
- обосновывать выбор стратегии развития компании на основе проведенного стратегического анализа;

Иметь навыки:

- разработки планов реализации стратегий развития компании.

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Сущность и содержание стратегического менеджмента

Этапы становления стратегического менеджмента. Предпосылки появления стратегического уровня управления в организации. Переход от стратегического планирования к стратегическому менеджменту. Задачи стратегического менеджмента. Основные этапы стратегического процесса.

Тема 2. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на долгосрочное развитие компании

Внешняя среда: макро и микро уровень. Цели и задачи стратегического анализа внешнего окружения. Этапы стратегического анализа внешней среды компании. Характеристика изменчивости макросреды бизнеса. Методика проведения PEST – анализа. Конкурентный анализ отрасли на основе модели М.Портера.

Методы анализа внутренней среды фирмы. Бизнес-модель и конкурентоспособность фирмы. Методика разработки конкурентного преимущества. Цепочка создания ценности М.Портера, как инструмент создания конкурентных преимуществ.

Тема 3. Стратегический выбор: стратегии развития бизнеса

Выстраивание стратегической пирамиды. Корпоративная стратегия, деловая стратегия, функциональная стратегия, операционная стратегия. Эталонные стратегии корпоративного уровня: стратегии роста, сохранения существующей позиции и сокращения. Риски и недостатки эталонных стратегий. Устойчивость и гибкость стратегий.

Конкурентные стратегии: условия эффективного применения стратегии лидерства по издержкам, дифференциации, фокусирования и стратегии «застывшего в середине». Конкурентные стратегии Ф. Котлера.

Тема 4. Организация реализации стратегии: основные этапы и объекты стратегических изменений

Этапы реализации стратегии. Модель Дж. Коттера. Причины сопротивлений изменениям. Организационная структура как объект изменений. Стратегический контролинг.

Управление в условиях стратегических изменений: индивидуальное и групповое сопротивление изменениям: человеческий фактор, источники и сила сопротивления, управление сопротивлением.