

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 19.06.2023 16:16:22

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

## Аннотация рабочей программы дисциплины «Стратегический менеджмент» программы МВА Маркетинг и продажи

### 1. Цель и задачи и дисциплины

**Цель дисциплины** - дать слушателям основополагающие представления о стратегическом управлении в организациях различных типов, научить анализировать управленческие проблемы и разрабатывать стратегические решения.

Исходя из цели в процессе изучения данной дисциплины решаются следующие **задачи**:

- обучить слушателей активно использовать теоретические знания в области стратегического управления, освоить навыки принятия стратегических решений;
- обучить слушателей критически мыслить, используя современные математические методы и научные подходы к управлению в условиях неполноты информации и постоянных изменений внешней среды;
- сформировать у слушателей навыки, позволяющие эффективно взаимодействовать с партнерами, разрабатывать стратегию и находить альтернативные варианты в условиях неопределенности;
- сформировать навыки стратегического управления

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих **компетенций**:  
ПК-2- способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию

В результате изучения дисциплины слушатель должен:

**знать:**

- основные математические модели принятия решений;
- основные макроэкономические показатели и принципы их расчета;
- элементы процесса стратегического планирования и организации маркетинга;
- основные особенности и этапы проведения различных видов маркетинговых исследований;
- принципы развития и закономерности функционирования организации;
- основные бизнес-процессы в организации;
- основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами

**уметь:**

- - организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач;
- диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию;
- анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности.
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса (организаций);
- применять информационные технологии для решения управленческих задач;
- проводить стратегический анализ внешней и внутренней среды предприятия;
- ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией управленческих функций;

**владеть:**

- - математическими, статистическими и количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач;
- программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами интернет-технологий;
- навыками применения инструментов маркетинга;

- практическими навыками разработки элементов политики продвижения предприятия (реклама, стимулирование сбыта);
- методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль);
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации.

## **2. Содержание разделов и тем**

### **Раздел 1. Основы стратегического менеджмента.**

#### **Тема 1. Основные понятия, концепции, модели и методологические основы стратегического менеджмента**

Сущность, цели и задачи стратегического менеджмента. Структура стратегического менеджмента. Основные категории стратегического менеджмента. Сущность стратегического управления и планирования. Стратегические проблемы промышленного производства. Стратегия и техническая политика предприятия.

Роль стратегий в деятельности, развитии и обеспечении конкурентоспособности организаций на современном этапе.

Эволюция стратегического менеджмента. Концепции и модели стратегического менеджмента. Модели Дэвида, Томпсона Линча. Формально-аналитическая и Властно-поведенческая концепции и школы стратегического менеджмента. Современная концепция стратегического менеджмента.

Экономические законы в статике и динамики, обеспечивающие развитие стратегического менеджмента. Принципы и подходы к формированию механизма стратегического управления.

#### **Тема 2. Общая экономическая стратегия организации.**

Понятие и структура общей экономической стратегии организации. Экономическая сущность ОЭС. Роль ОЭС в механизме стратегического управления. Особенности ОЭС интегрированных корпоративных структур. Пирамида стратегий операционные, функциональные стратегии. Стратегия бизнеса. Корпоративная стратегия. Стратегия и организационная структура.

#### **Тема 3. Стратегии функционирования и развития.**

Стратегии предпринимательства, выбор сферы предпринимательства и сегмента рынка, организационно-правовой формы, установление критериев результативности выбранного вида бизнеса, оценка конкурентоспособности и условий коммерческой деятельности. Стратегии повышения эффективности организации производства. Стратегии развития и роста фирмы. Стратегии маркетинга, рекламы, управления жизненным циклом. Ценовые стратегии.

Стратегия интенсивного роста. Стратегии диверсификации и дифференциации.

#### **Тема 4. Формирование комплекса стратегий организации.**

Продуктово-маркетинговая стратегия. Стратегии ценообразования, стратегии организационного поведения фирмы на рынках: средств производства, сырья, капитала и ценных бумаг, внешнеэкономической деятельности (экспорта и импорта). Стратегия транзакционных издержек, лидерства и интеграции. Стратегии конкурентной борьбы. Стратегия антикризисного управления. Стратегия бизнеса. Стратегия упреждающего маневра. Глобальная стратегия. Стратегия альянсов.

Стратегия управления персоналом. Стратегии организационного поведения.

## **Раздел 2. Современный стратегический анализ**

### **Тема 5. Стратегический ситуационный анализ.**

Сущность и структура стратегического анализа. Анализ внешней окружающей среды (ПЭСТ - анализ). Анализ внутрифирменного состояния фирмы. (SWOT - анализ). Анализ позиций параметров фирмы в выбранном сегменте рынка (SNW - анализ). Анализ отраслевой конкурентной среды. Ключевые факторы успеха. Анализ издержек методом «Цепочки стоимости» Портера. Роль стратегического анализа в стратегическом управлении и планировании. Комплексная диагностика организаций методом круговой диаграммы. Анализ отрасли по Портеру.

Сущность и структура стратегического анализа отрасли. Основные экономические показатели, описывающие текущее состояние отрасли. Экономические характеристики отрасли. Анализ движущих сил отрасли. Основные источники барьеров для входа в отрасль. Анализ поставщиков. Конкурентная сила покупателей. Анализ возможных действий конкурентов. Стратегии для конкуренции в новых отраслях, в отраслях находящихся в стадии зрелости и отраслях находящихся в стадии стагнации или спада.

### **Тема 6. Разработка стратегий конкурентной борьбы. Формирование конкурентных преимуществ фирмы**

Условия формирования конкурентных преимуществ фирмы. Формирование внутрифирменных конкурентных преимуществ - активов фирмы. Формирование нематериальных активов. Разработка стержневых компетенций – внешних конкурентных преимуществ. Типология фирм и их стратегии конкурентной борьбы. Применение методов Бенч-маркинга для анализа конкурентных преимуществ основных конкурентов (лидеров отрасли).

Стратегия осуществления изменений. Методы оценки уровня конкурентоспособности фирмы. Стратегия формирования корпоративной культуры.

### **Тема 7. Стратегический маркетинг.**

Понятие «маркетинг». **Стратегический маркетинг** – методология и философия бизнеса, механизм программно-целевого опережающего управления, планирования, анализа ситуаций и стратегических ориентаций фирмы в системе рыночных отношений. Виды и приоритеты стратегического маркетинга.

Цели, задачи, методы и модели стратегического маркетинга. Эволюция развития стратегического маркетинга. Функции стратегического маркетинга