

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Б1.В.ОД.10 «Современный стратегический анализ»**

*наименование дисциплин (модуля)*

**Автор:** к.э.н., доцент Какаева Е.А.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:**

38.04.02 «Менеджмент», профиль «Здравоохранение и государственно-частное партнерство»

**Квалификация (степень) выпускника:** магистр

**Форма обучения:** заочная

**Цель освоения дисциплины:** сформировать компетенции в области владения методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде (ПК-5) и оценки конкурентной среды и разработки маркетинговой стратегии предприятия (ПК ОС-12)

#### **План курса:**

##### **Тема 1. Стратегический анализ общего внешнего окружения компании**

Понятие внешнего окружения компании. Место общего внешнего окружения в проведении стратегического анализа.

Состав подсистем и факторов общего внешнего окружения. Экономическая, научно-техническая, политико-правовая, социально-культурная подсистемы внешней среды.

Основные методы анализа общего внешнего окружения: STEP (PEST, PESTEL) – анализ, анализ сценариев, анализ методом «национального ромба», анализ глобальных отличий CAGE, анализ модели чувствительности и устойчивости предприятия к основным факторам воздействия и др.). Содержание методов и условия применения.

Влияние изменения факторов внешней среды на выбор стратегии предприятия. Выявление угроз и возможностей общего внешнего окружения компании.

Метод STEP-анализа.

Метод анализа сценариев общего внешнего окружения.

Метод анализа чувствительности и устойчивости параметров конкурентоспособности организации к изменению переменных общего внешнего окружения.

Метод CAGE.

Модель национального ромбы. Кластеры региональной конкурентоспособности.

Разработка стратегической реакции на угрозы и возможности общего внешнего окружения.

##### **Тема 2. Стратегический анализ ближайшего внешнего (конкурентного) окружения компании**

Понятие конкурентного окружения компании. Структура конкурентного окружения. Основные подходы к анализу.

Стратегический анализ доминантных отраслевых характеристик и движущих сил отрасли. Анализ перспектив роста, получения прибыли, уровня конкуренции.

Стратегический анализ модели конкурентных сил М. Портера.

Стратегический анализ вероятности появления новых компаний в отрасли.

Выявление товаров и услуг заменителей, построение диаграмм замещения и оценка конкурентного статуса заменителей.

Стратегический анализ отраслевой цепочки ценностей. Понятие отраслевой цепочки ценностей, состав звеньев, экономические показатели, характеризующие отраслевую цепочку.

Построение и анализ карт стратегических групп конкурентов.

Анализ параметров ценности и параметров спроса. Выявление предпочтений потребителей.

Анализ ключевых факторов успеха в отрасли.

Построение профиля конкурентного окружения. Оценка привлекательности отрасли. Выявление угроз и возможностей конкурентного окружения.

Критерии выделения отраслевого окружения компании.

Анализ доминантных отраслевых характеристик. Перспективы роста. Стадия жизненного цикла, размер отрасли, темп роста (прироста) отрасли, структура специализации в отрасли и структурные сдвиги. Движущие силы и факторы, влияющие на изменение характеристик спроса. Прогнозные модели отраслевого роста.

Анализ доминантных отраслевых характеристик. Определение коэффициентов концентрации и характера конкуренции. Анализ изменений конкурентной ситуации в отрасли. Сбалансированность спроса и предложения в отрасли.

Анализ доминантных отраслевых характеристик. Перспективы получения рентабельности. Ценовые эффекты. Эффекты экономии на масштабах объемах, размерах, обучении. Расчеты. Определение уровня неравномерности спроса.

Модель конкурентных сил М. Портера.

Формирование, расчет и анализ отраслевой цепочки ценностей.

Построение и анализ карт стратегических групп конкурентов.

Определение ключевых факторов успеха в отрасли.

Построение профиля конкурентной привлекательности отрасли.

### **Тема 3. Стратегический анализ внутренней среды компании**

Понятие внутренней среды компании. Основные подсистемы внутренней среды компании. Факторы внутренней среды. Анализ маркетинговой, производственной, инновационной, кадровой, организационной, финансовой подсистем организации.

Методы выявления сильных и слабых сторон компании.

Проведение комплексного стратегического анализа внутренней среды компании по основным функциональным подсистемам. Определение сильных и слабых сторон организации.

### **Тема 4. Обобщающий стратегический анализ для выбора стратегии**

SWOT-анализ деятельности компании. Понятие. Методика проведения.

Матричные методы выбора стратегий на основе результатов стратегического анализа внешней и внутренней среды: матрицы Бостонской консультационной группы, Мак-Кинзи - Джеренал Электрикс, «доля импульс», «ADL-LC», И Ансоффа, М. Портера, модель «голубого океана» и др. Использование результатов

стратегического анализа для выбора стратегий.

Методика проведения SWOT-анализа. Построение основной матрицы на основе ранжирования выявленных угроз, возможностей, сильных и слабых сторон. Экспертным методы оценки. Выделение рабочих и конфликтующих пар. Проведение попарного сравнения и разработка стратегической реакции.

Практическое использование инструментов матричного анализа. Построение стратегических матриц: БКГ, Мак-Кинзи, доля-импульс, И. Ансоффа, М. Портера, LC-ADL, канвы голубого океана. Выбор факторов для оценки. Выявление позиции предприятия, выбор стратегии. Стратегический анализ с помощью матриц.

#### **Тема 5. Стратегический анализ среды компании для построения системы стратегического управления**

Оценка уровня сложности, неопределенности, нестабильности внешней среды для построения системы стратегического управления компании. Выявление ключевых стратегических факторов, оценка связанности факторов в подсистемах принятия решения, оценка комплексного коэффициента сложности внешней среды на основе анализа периодичности изменений и прогнозируемости факторов внешней среды. Разработка рекомендаций по типу системы стратегического управления компанией на основе выявленного типа внешней среды.

Расчет комплексного коэффициента сложности внешней среды. Оценка отдельных составляющих коэффициента: уровень неопределенности, сложности, нестабильности среды, связанности, управляемость параметров.

Элементы аналитической системы предприятия. Механизмы проведения стратегического анализа в рамках различных аналитических систем предприятия.

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, домашнее задание.

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенции на уровне данной дисциплины: зачет в устной форме.

Этап освоения компетенции ПК-5.2, ПК ОС-12.2 отражает формирование:

##### **на уровне знаний:**

методы принятия решений об инициировании процедур проведения стратегического анализа

методы построения концептуальных, математических и имитационных моделей  
современные методы и модели менеджмента информационных коммуникаций  
особенности проведения стратегического анализа в различных условиях среды  
состав методов и технологий проведения стратегического анализа общего внешнего, конкурентного окружения, внутренней среды, SWOT-анализа

##### **на уровне умений:**

осуществлять выбор методов стратегического анализа, необходимых в конкретных условиях

выполнять технико-экономический анализ проектных, конструкторских и технологических решений для выбора оптимального варианта реализации инноваций, разрабатывать компьютерные модели исследуемых процессов и систем

осуществлять постановку задач для моделирования управленческих и производственных процессов в организации наукоемкой сферы

планировать стратегию развития организации на основе результатов проведенного стратегического анализа

разрабатывать стратегическую реакцию на изменения внешней среды

**на уровне навыков:**

организация проведения стратегического анализа

подготовка предложений для разработки стратегии развития организации, обоснования стратегических решений по совершенствованию процессов интегрированной логистической поддержки жизненного цикла промышленной продукции

применение методов выявления значимых для принятия стратегических решений факторов внешнего и внутреннего окружения

планирование деятельности и разработка мероприятий по управлению персоналом для реализации стратегических целей организации

**Основная литература:**

1. Илышев А.М., Илышева Н.Н., Селевич Т.С. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России, Финансы и статистика, 2010, [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=5329](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=5329)
2. Каткало, В.С., Эволюция теории стратегического управления [Электронный ресурс]: учебное пособие. — Электрон. дан., СПб.: ВШМ СПбГУ (Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета), 2011, [http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=49459](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=49459)