Приложение 10 ОП ВО

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.04 «Стратегический менеджмент и стратегический анализ»

наименование дисциплин (модуля)

Автор: к.э.н., доцент Какаева Е.А.
Код и наименование направления подготовки, профиля:
38.04.02 «Менеджмент», профиль «Менеджмент здравоохранения и государственно-частное партнерство»
Квалификация (степень) выпускника: магистр
Форма обучения: заочная

Цель освоения дисциплины: сформировать компетенции в области критического анализа и системного подхода для решения профессиональных задач

План курса:

Основные темы дисциплины:

Тема 1. Введение в стратегический менеджмент

Основные категории стратегического менеджмента: понятие «стратегия», определение стратегии по Г. Минцбергу (концепция 5Р), понятие внешней и внутренней среды, понятия «бизнес» и «отрасль», конкуренция и конкурентное преимущество компании, виды конкуренции, жизненный цикл отрасли.

Стратегический менеджмент. Определение. Особенности. Отличия стратегического менеджмента от общего менеджмента, оперативного управления. Основные цели и задачи стратегического менеджмента. Место системы стратегического менеджмента в системе управления компанией.

Процесс стратегического управления. Этапы и особенности.

Стратегическая пирамида (дерево стратегий). Иерархическое представление стратегий при их планировании.

Тема 2. Конкурентные стратегии компании (стратегии бизнеса)

Понятие «конкурентного преимущества». Виды конкурентных преимуществ.

Типы конкурентных стратегий.

Стратегия абсолютного лидерства по издержкам. Виды. Условия и риски применения.

Стратегия дифференциации. Разновидности. Реальная, мнимая, ценностная дифференциация. Условия и риски применения.

Стратегия фокусирования. Фокусирование на сегменте и обслуживание конкретных потребителей. Разновидности стратегии. Условия и риски применения.

Стратегия «оптимальных» издержек.

Основы выбора конкурентной стратегии.

Тема 3. Корпоративные стратегии организации

Понятие корпоративных стратегий. Типы корпоративных и условия их применения.

Корпоративные стратегии роста: вертикальная интеграция, горизонтальная интеграция, диверсификации. Условия и риски использования.

Корпоративные стратегии стабилизации. Разновидности, Условия и риски использования.

Корпоративные стратегии свертывания. Поворот, изъятие инвестиций и ликвидация. Факторы выбора, условия применения, риски.

Основы выбора корпоративной стратегии. Матричные и экспертные методы.

Тема 4. Коллективные стратегии компании (стратегические альянсы)

Понятие стратегического альянса Типология альянсов.

Альянсы конкурирующих компаний. Типы. Условия использования. Риски применения.

Альянсы неконкурирующих компаний. Типы. Условия использования. Риски применения.
Основы выбора коллективной стратегии.

Тема 5. Функциональные стратегии компании

Понятие функциональной стратегии компании.
Функциональные стратегии маркетинга. Условия применения и риски.
Инновационные стратегии и стратегии НИОКР. Условия применения и риски.
Функциональные производственные (операционные) стратегии. Условия применения и риски.
Функциональные кадровые стратегии. Условия применения и риски.
Функциональные организационно-управленческие стратегии. Условия применения и риски.
Функциональные финансовые стратегии. Условия применения и риски.
Основы выбора функциональных стратегий.

Тема 6. Основы стратегического анализа

Структура внешней и внутренней среды компании.
Понятие общего внешнего окружения компании. Основы стратегического анализа общего внешнего окружения.
Понятие ближайшего внешнего (отраслевого) окружения компании. Проведение стратегического анализа ближайшего внешнего окружения. Анализ конкуренции.
Основы стратегического анализа внутренней среды компании. Подсистемы внутренней среды, выявление сильных и слабых сторон компании.
Метод SWOT-анализа.

Тема 7. Разработка системы стратегических целей компании

Понятие миссии компании. Краткая и полная миссия. Основы формирования миссии.
Стратегические цели компании. Понятие «стратегическая цель». Принципы постановки целей. Области постановки целей. Дерево целей. Системы целеполагания.

Тема 8. Формирование стратегического плана развития компании

Виды стратегических планов компании. Целевые, ситуационные (сценарные) и адаптивные стратегические планы. Основы формирования стратегического плана компании. Разработка мероприятий по реализации стратегии.

Тема 9. 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 10. 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 11. 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 12. 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 - Дженерал 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.
Практические 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 13. 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: эссе, домашнее задание, опрос, курсовая работа.

Форма промежуточной аттестации, отражающая формирование компетенции на уровне данной дисциплине: экзамен в устной форме.

Этап освоения компетенции УК ОС-1.1 отражает формирование:

на уровне знаний:

системная концепция компании, работающей в сложной внешней среде

методы адаптации стратегического плана к изменяющимся условиям внешней среды

основные категории стратегического менеджмента и уметь применять их в профессиональной деятельности

виды стратегий компании, коллективных, корпоративных, конкурентных, функциональных, особенностей и риском их применения

на уровне умений:

анализировать среду компании и принимать системные решения о стратегии компании

формировать сценарии развития внешней среды компании

формулировать адаптивные и сценарные стратегические планы

выбирать лучший тип корпоративной стратегии для условий, в которых функционирует компания

планировать миссию и цели развития компании

составлять стратегический план развития компании

на уровне навыков:

применения системного подхода к формированию стратегической пирамиды компании

адаптация стратегического плана к изменению условий среды

анализ операционного направления логистической деятельности компании

командная работа и её организация в процессе формирования стратегии

формирования стратегических альянсов компаний для создания конкурентного преимущества

Основная литература:

1. Долгов, А.И. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.И. Долгов, Е.А. Прокопенко. — Электрон. дан. — М.: ФЛИНТА, 2011. — 278 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=20188.

2. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кузнецов Б.Т.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 624 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10511.— ЭБС «IPRbooks».