АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.03 Стратегический менеджмент и стратегический анализ
(China's Economy in Transformation 1)

Автор: к.э.н. профессор Ицаков Е.Д.

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.04.02 Менеджмент «Master of Social Sciences (China and Global Governance)/Магистр наук (Китай и глобальное управление). Англоязычная магистратура»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области методов и принципов функционирования организации, классических и специфических подходов к управлению организацией и ее компонентами.

План курса:

Тема 1. Суть стратегического управления

Определение понятия стратегический менеджмент/управление. Этапы стратегического управления. Стратегическое решение как синергия анализа и интуиции. Модель процесса стратегического менеджмента. Ключевые термины в стратегическом управлении.

Тема 2. Видение бизнеса и миссия компании

Понятия видения и миссии. Важность и необходимость разработки мессиджа о видении и миссии. Характеристика и компоненты мессиджа о миссии компании. Написание и оценка мессиджа о миссии.

Тема 3. Анализ внешней микро- и макросреды компании

Природа внешнего аудита. Экономические факторы влияния. Факторы социального, культурного, демографического влияния на конкурентную среду компании. Политические, государственные и юридические факторы влияния технологического прогресса на состояние среды. Факторы влияния на уровень конкуренции среды. Конкурентный анализ по Портеру: Модель пяти сил. Инструменты и технологии делового прогнозирования. Создание матрицы оценки внешних факторов (EFE), матрицы конкурентного профиля (CPM).

Тема 4. Анализ внутренней среды компании

Природа внутреннего аудита. Интеграция корпоративной культуры и стратегии. Оценка функционирования менеджмента, маркетинга, финансов и бухгалтерии, производства и оперативного управления. Создание матрицы оценки внутренних факторов (IFE).

Тема 5. Типы стратегий и принципы их функционирования

Понятие долгосрочных целей компании. Классификация типов стратегий. Интеграционные стратегии. Интенсивные стратегии роста. Стратегии диверсификации. Общие стратегии по определению М. Портера. Стратегии для малого бизнеса. Стратегические решения в некоммерческих организациях.

Тема 6. Определения набора доступных стратегий и выбор оптимального стратегического направления

Природа анализа доступных стратегий. Всеобъемлющая структура разработки стратегии. Определение исходных факторов. Определение доступных стратегий с учетом исходных

факторов и использованием матриц оценки позиций компании (TOWS, SPACE, BCG, IFE). Выбор стратегического направления и политические аспекты выбора оптимального стратегического направления.

Тема 7. Реализация стратегии на корпоративном и функциональных уровнях

Характер реализации стратегии в сфере корпоративного менеджмента: приведение структуры компании в соответствие со стратегией; выработка критериев оценки деятельности и вознаграждении в соответствие со стратегией; управление конфликтами; управление людскими ресурсами. Реализация стратегии на функциональных уровнях: маркетинг, финансы, бухгалтерия, изыскания, информационные технологии.

Тема 8. Обозрение, оценка и контроль реализации стратегии

Сущность оценки стратегии. Критерии оценки стратегии. Доступные источники информации для оценки стратегии. Характеристики эффективной системы оценки. Планирование на случай непредвиденных обстоятельств. Аудиторство.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-1	Способность применять критический анализ и системный подход для решения профессиональных задач	УК ОС-1.2	Способность проводить сравнительный анализ возможных вариантов развития компании
УК ОС-2	Способность критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт в собственной учебно-профессиональной деятельности	УК ОС-2.2	Способность использовать количественные и качественные методы для реализации проектного подхода в рамках решения профессиональных задач.
ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-5.2	Способность анализировать взаимосвязи между стратегиями с целью подготовки сбалансированных управленческих решений
ПК ОС-12	Способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия	ПК ОС-12.1	Способность оценивать конкурентную среду и разрабатывать маркетинговую стратегию предприятия

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
УК ОС-1.2	Проводит анализ системы управления в компании и вырабатывает на основании выводов рекомендации по улучшению ситуации.	Грамотно проводит анализ и предлагает обоснованные решения по выбору оптимального пути развития организации.

УК ОС-2.2	Применяет количественные и качественные методы при использовании проектного подхода к решению задач в своей профессиональной деятельности; Применяет количественные и качественные методы оценки рисков при использовании проектного подхода для решения профессиональных задач.	Использует особенности методологических подходов при проектном подходя для решения профессиональных задач; Анализирует полученные данные и готовит на их основании аналитические материалы; Использует методы анализа полученной первичной информации и экстраполяции данных на будущий период; Использует основы оценки и управления рисками при применении проектного подхода для решения профессиональных задач.
ПК-5.2	Анализирует взаимосвязи между финансовыми стратегиями экономических агентов; Участвует в подготовке управленческих решений; Проводит анализ управленческих решений с точки зрения экономического и стратегического анализа.	Использует наиболее актуальные проблемы развития современных управленческих моделей; Осознаёт и формулирует современные проблемы, стоящие перед организацией, а также пути их решения; Применяет способы прогнозирования и моделирования процессов в организации и принимает соответствующие решения при управлении организацией.
ПК ОС-12.1	Использует технологии проведения анализа в конкретной ситуации; Самостоятельно проводит ПЭСТ-анализ, SWOT-анализ, анализ рыночных структура в стандартной ситуации; Структурирует и описывает потребительское поведения в конкретной ситуации, а также выявляет значимые факторы, осуществляет структурные анализ рынка, включая анализ конкурентной среды рынка и отрасли, в том числе в ситуации с недостаточными исходными данными.	Оценивает направление и силу влияния факторов макросреды на маркетинговую деятельность предприятия; Предлагает адекватные решения для выявленных рисков и возможностей; Использует инструментарий для изучения потребительского поведения; Оценивает риски и потребителей с помощью специальных аналитических технологий.

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

- Опрос;
- Контрольная;

- Тестирование.

– при проведении занятий практического (семинарского) типа:

- Опрос;
- Контрольная;
- Тестирование.

Промежуточная аттестация проводится в форме: зачёта в письменной форме (тестирование).

Основная литература:

1. Казакова Н.А., Современный стратегический анализ, - М.: Издательство Юрайт, 2017 г.
2. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент — М.: Издательство Юрайт, 2017 г.
3. Qian Y., How reform worked in china: the transition from plan market - Cambridge : MIT Press, 2017