

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

Факультет экономических и социальных наук

УТВЕРЖДЕНА  
ученым советом РАНХиГС  
Протокол от «21» ноября 2023 г.  
№21

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
Стратегическое благополучие


**ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ**  
**(профессиональной переподготовки)**

«Её стратегия»

Москва, 2023 г.

**Автор–составитель:**

к.э.н., доцент, зав. кафедрой менеджмента и  
предпринимательства



Е.Д. Ицаков

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины .....	4
2. Планируемые результаты обучения дисциплины .....	4
3. Объем дисциплины .....	6
4. Структура и содержание дисциплины .....	7
4.1. Структура дисциплины .....	7
4.2. Содержание дисциплины .....	8
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы слушателей дисциплины .....	10
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.....	13
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	15
7.1. Нормативно-правовые документы .....	15
7.2. Основная литература .....	15
7.3. Дополнительная литература .....	16
7.4. Интернет-ресурсы .....	16
7.5. Справочные системы .....	16
7.6. Иные источники .....	16
8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины.....	16

## 1. Цель и задачи дисциплины

### Цель дисциплины «Стратегическое благополучие»:

Формирование у слушателей теоретических знаний и практических навыков, позволяющих эффективно управлять организацией на основе принципов стратегического менеджмента.

### Задачи дисциплины «Стратегическое благополучие»:

- изучение теоретических основ стратегического менеджмента как инструмента управления деятельностью организаций;
- формирование практических навыков стратегического анализа, разработки, обоснования и реализации стратегии организации;
- освоение методик составления и внедрения маркетинговых стратегий.

## 2. Планируемые результаты обучения дисциплины

Таблица 1

Планируемые результаты обучения дисциплины

Виды деятельности и	Профессионально-специализированные компетенции (ПСК)	Знания	Умения	Практический опыт
Стратегическое управление персоналом	ПСК-1 <sup>1</sup> – способен разрабатывать систему стратегического управления персоналом	З-1 – методов управления развитием и эффективностью организации, анализа выполнения планов и программ, определения их экономической эффективности, методов обеспечения кадровой безопасности; З-2 – целей, стратегий, корпоративной социальной политики и политики по персоналу,	У-1 – применять методы управления межличностными отношениями, формирования команд, развития лидерства и исполнительности, выявления талантов, определения удовлетворенности и работой; У-2 – определять и анализировать внутренние коммуникации, моделировать поведение персонала; У-3 – создавать и описывать	ПО-1 – проведения аудита и контроллинга в области управления персоналом; ПО-2 – организации и проведения мероприятий с персоналом в соответствии с корпоративной социальной политикой; ПО-3 – разработки системы организационного проектирования, планирование потребности в персонале организации.

<sup>1</sup> Профессиональный стандарт 07.003 Специалист по управлению персоналом (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 09 марта 2022 года № 109н).

		корпоративную культуру; 3-3 – методов организационного проектирования.	организационную структуру, цели, задачи, функции структурных подразделений и должностных лиц.	
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>				
<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Знания</b>	<b>Умения</b>	<b>Практический опыт</b>	
<b>УК-1</b> – способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	3-1 – базовых терминов и категорий управленческой экономики; 3-2 – источников финансирования инвестиционного проекта, их содержания, классификации и оптимизации; 3-3 – содержания основных понятий, принципов организации производственного процесса.	У-1 – обосновать управленческое решение на основании всего комплекса показателей с применением микро- и макроэкономических показателей; У-2 – осознавать и формулировать современные проблемы, стоящие перед организацией, и пути их решения; У-3 – определять взаимосвязь между различными показателями.	ПО-1 – решения конкретных проблем, возникающих в повседневной практике управления; ПО-2 – проведения научных исследований; ПО-3 – оптимизации структуры источников финансирования конкретного инвестиционного проекта.	

### 3. Объем дисциплины

Таблица 2

Объем дисциплины			
Вид учебной работы		Количество часов (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)	С применением дистанционных образовательных технологий (час.) и (или) зачетных единиц (з.е.)
<b>Контактная работа слушателей с преподавателем, в том числе:</b>		48	4
лекционного типа (Л) / Интерактивные занятия (ИЗ)		12	4
Лабораторные занятия (практикум) (ЛЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)			
Практические (семинарские) занятия (ПЗ) / Интерактивные занятия (ИЗ)		36	
<b>Самостоятельная работа слушателя (СР)</b>			20
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Форма</b>	Зачет	
	<b>час.</b>		
<b>Общая трудоемкость по учебному плану (час./з.е)</b>		48	24

**4. Структура и содержание дисциплины**  
**4.1. Структура дисциплины**

Таблица 3

**Структура дисциплины**

№п/п <sup>1</sup>	Наименование тем дисциплины	Общая трудоемкость, час.	Контактная работа, час.					Самостоятельная работа, час	Контактная работа (с применением дистанционных образовательных технологий, электронного обучения), час.					Самостоятельная работа, час	Текущий контроль успеваемости	Промежуточная аттестация (форма/час)	Код компетенции
			Всего	В форме практической подготовки	В том числе				Всего	В форме практической подготовки	В том числе						
					Лекции	Практические (семинарские) занятия	Контактная самостоятельная работа,				Лекции / в интерактивной форме	Практические (семинарские) занятия /в интерактивной форме <sup>6</sup>	Контактная самостоятельная работа, час <sup>8</sup>				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1.1	Стратегический менеджмент	7	5		2	3			1		1			2	ДЗ		УК-1
1.2	Построение процессов и систем	7	3		2	1			1		1			2	О		ПСК-1
1.3	Бренд менеджмент	6	4		2	2								2	Т		ПСК-1
1.4	Управление потребительским поведением	8	5		2	3			1		1			2	Т		УК-1
1.5	Стратегический маркетинг	10	9		4	5								1	Т		УК-1

1.6	Контент маркетинг	7	6			6								1	ДЗ		ПСК-1
1.7	Цифровой маркетинг	7	5			5								2	ДЗ		ПСК-1
1.8	Психология инноваций	5	3			3								2	О		ПСК-1
1.9	Принятие решений в условиях неопределенности	3	2			2								1	О		ПСК-1
1.10	Управление стратегическими преимуществами	3	1			1								2	ДЗ		ПСК-1
1.11	Управление изменениями	3	1			1			1		1			1	Т		ПСК-1
1.12	Разработка и реализация стратегии (реинжиниринг)	3	2			2								1	Т		ПСК-1
1.13	Управление продуктом и ценой	3	2			2								1	О		УК-1
	Итого:	72	48		12	36			4		4			20		Зачет	

*\*Формы текущего контроля успеваемости: домашнее задание с проверкой (ДЗ), опрос (О), тестирование (Т)*



## 4.2. Содержание дисциплины

Таблица 4

### Содержание дисциплины

Номер темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
	Темы лекций
1.1 Стратегический менеджмент	Основные понятия стратегического менеджмента: внешняя и внутренняя среда организации, стратегический проект, стратегическая программа, стратегический план, стратегическое управление, конкурентные преимущества, диверсификация и др. Виды стратегий.
1.2 Построение процессов и систем	Потенциал как совокупность возможностей фирмы. Определение организаций как производственной системы. Понятие стратегических ресурсов фирмы. Производственная система как совокупность взаимосвязанных стратегических ресурсов: технических, технологических, кадровых, информационных, финансовых, организационных.
1.3 Бренд менеджмент	Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента. Типы брендов. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов. Разработка платформы и системы идентификаторов бренда. Маркетинговые коммуникации и их роль в построении и развитии бренда.
1.4 Управление потребительским поведением	Поведение потребителя: развитие подходов к пониманию поведения потребителей. Методология изучения потребительского поведения. Консьюмеризм, этика и социальная политика. Психология поведения потребителей. Эмпирические аспекты потребления.
1.5 Стратегический маркетинг	Обучение. Маркетинговые применения теорий познания. Использование мотивационных исследований в стратегическом маркетинге.
1.6 Контент маркетинг	Основы контент-маркетинга. Понятие, задачи и принципы. Инструменты контент-маркетинга. Изучение целевой аудитории. Показатели контент маркетинга и его оценка эффективности. Цифровой контент маркетинг.

Номер темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
	Темы лекций
1.7 Цифровой маркетинг	Цифровой маркетинг: ситуация на рынке и в обществе. Планирование стратегии цифрового маркетинга. Взаимодействие с клиентами в Интернете. Поисковый маркетинг (SEM). Клиентские журналы и пользовательский опыт.
1.8 Психология инноваций	Понятие и виды инновационной деятельности в психологии. Подходы к инновационной деятельности в психологическом исследовании. Классификация нововведений. Психологическое сопровождение нововведений. Инновационность и организационная структура.
1.9 Принятие решений в условиях неопределенности	Теория принятия решений. Принятие решений и возможный выигрыш. Экономическая неопределенность. Пребывание в неопределенности на примере деятельности биржевых игроков.
1.10 Управление стратегическими преимуществами	Процесс стратегического анализа организационной среды. Анализ внешней среды организации. Анализ внутренней среды организации.
1.11 Управление изменениями	Адаптация выбранной стратегии к конкретным условиям функционирования организации. Концепция жизненного цикла (КЖЗ) товара/технологии, его сущность и роль в формировании стратегии организации.
1.12 Разработка и реализация стратегии (реинжиниринг)	Понятие экономической стратегии фирмы. Классификация стратегий предприятия: в зависимости от уровня принятия решений (по П. Лоранж); корпоративные; деловые; функциональные; операционные. Классификация функциональных стратегий фирмы. Особенности экономической стратегии, отличающие ее от краткосрочного (текущего) управления фирмой.
1.13 Управление продуктом и ценой	Товар как маркетинговая категория. Коммерческие характеристики товара. Инструменты для управления продуктом и его ценой. Инструменты для управления марочным продуктом.

## **5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы слушателей по дисциплине**

### **Темы (вопросы), выносимые на самостоятельное изучение**

#### **Раздел 1. – 2 часа.**

Классификационные признаки стратегий. Продуктовые стратегии. Базовые, конкурентные, отраслевые стратегии, портфельные стратегии.

#### **Раздел 2. – 2 часа.**

Зависимость потенциала организации от внутренней среды.

#### **Раздел 3. – 2 часа.**

Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени.

#### **Раздел 4. – 2 часа.**

Эмоции и их влияние на поведение потребителя.

#### **Раздел 5. – 1 час.**

Потребительские установки.

#### **Раздел 6. – 1 час.**

Создание маркетинговой стратегии для привлечения целевой аудитории и увеличения продаж.

#### **Раздел 7. – 2 часа.**

Цифровая трансформация – истории успеха.

#### **Раздел 8. – 2 часа.**

Организационный климат как фактор инновационности. Социально-психологические факторы внедрения нововведений.

#### **Раздел 9. – 1 час.**

Реакция личности на неопределенность.

#### **Раздел 10. – 2 часа.**

Методы анализа внешней среды косвенного воздействия (PEST- анализ, ЕТОМ-анализ, QUEST- анализ. Методы анализа поставщиков, потребителей, конкурентов (модель пяти сил конкуренции по М. Портеру, треугольник конкурентоспособности).

#### **Раздел 11. – 1 час.**

Методы доводки выбранной стратегии.

#### **Раздел 12. – 1 час.**

Мобилизация потенциала для выполнения стратегии. Стратегическое планирование.

#### **Раздел 13. – 1 час.**

Инструменты для управления товарным ассортиментом.

**Итого: 20 часов.**

### **Типовые задания к практическим занятиям**

1. Отель «Солнечный берег» в Крыму принадлежал г-ну Остапенко. Он проявил себя как опытный менеджер, и отель получил хорошую репутацию. Смерть Остапенко поставила под угрозу будущее отеля. Руководство делом перешло в руки его 26-летней дочери Оксаны. Ранее Оксана прошла двухгодичный курс подготовки в школе гостиничного дела. Дело отца необходимо было продолжать, и Оксана начала изучать работу отеля. Отель имел 25 спален, 8 из них с ваннами, обеденный зал на 60 человек, зал для торжеств на 200 человек, общий бар для отдыха с видом на море, бар в подвале и игровую комнату для детей. Девушка узнала, что в последние годы дело не расширялось, а прибыли реально уменьшились. Само здание отеля в некоторых местах выглядело ветхим.

Рассмотрев финансовые показатели, Оксана обнаружила, что в 2008 г. оборот отеля был чуть больше 80 000 долл. Это соответствовало среднему показателю по отрасли для данного количества комнат. Без сомнения, сильной стороной отеля была кухня. Кроме «Солнечного берега», на курорте было еще два отеля, и казалось, что дела там шли хорошо. Мягкий климат означал шестимесячный туристический сезон.

«Солнечный берег» оставался открытым в течение всего года. В осенне-зимний сезон в отеле останавливалось небольшое число отдыхающих. Оксане было ясно, что «Солнечный берег» выживал за счет репутации и кухни.

Тем не менее, отель внутри и снаружи требовал обновления. Оксана решила обратиться в консалтинговое агентство за советом.

Агентство предложило провести следующие изменения: 17 спальных комнат без ванных превратить в 10 комнат с ванными за 94 000 долл.; косметический ремонт оставшихся спален и общих залов стоил бы еще 35 000 долл.; дополнительно предусматривалась установка системы центрального отопления за 10 000 долл.

Сумма вложений показалась Оксане шокирующей. Она успокоилась, когда узнала, что консалтинговое агентство, скорее всего, предоставит субсидию в размере 36% стоимости. Кроме того, Оксана обнаружила, что ее отец положил на счет в банке свыше 20000 долл. на модернизацию отеля. Теперь Оксана должна была решить, какой стратегический план выбрать на будущее.

Сформулируйте и обоснуйте ваш ответ на вопросы:

- Какие факторы внешней среды оказывают влияние на отель «Солнечный берег»?
- Охарактеризуйте уровень неопределенности внешней среды.
- Определите тип внешней среды отеля в координатах «простая – сложная», «стабильная – нестабильная».

2. В 2009 году «Норильский никель» огласил концепцию стратегии компании на ближайшие несколько лет. Тогда многих игроков на рынке интересовало, на что может потратить «Норникель» чистую прибыль, т.е. около 2,2 млрд. долл., за вычетом внутренних инвестиций, составляющих ежегодно 300-500 млн. долл. В те годы стратегия компании включала два направления развития: диверсификацию, которая позволяет избежать цикличности материального производства, и захват других сегментов рынка металлов, как цветных, так и черных.

Падение мировых цен на большинство цветных металлов играет на руку «Норникелю», поскольку исчезнут конкуренты, у которых себестоимость продукции значительно выше. В то же время в мировой горнорудной отрасли идет процесс консолидации, и у «Норникеля» есть все шансы стать ее центром. «Норникель» планирует увеличить производство всех металлов и вытеснить конкурентов на рынке. Так, давно намечена разработка месторождения Некити в Новой Каледонии (примерно 50 тыс. т никеля и 3,5 тыс. т кобальта ежегодно). Первый этап работ уже начат и займет около двух лет. По данным Argosy Minerals, общая стоимость проекта составит около 800 млн. долл. Не исключено также, что для повышения капитализации будет куплено золоторудное месторождение Сухой Лог в Иркутской области.

«Норникель» планирует скупать и металлургические активы, технологически увязанные с горнодобывающим производством (Екатеринбургский завод по обработке цветных металлов и Красноярский завод цветных металлов). Тем более, что в этом случае можно будет осуществлять экспорт уже не драгметаллов, а готовой продукции (ювелирных изделий, тиглей из иридия и платины, катализаторной сетки, стеклоплавильных аппаратов, сплавов, контактов и пр.) и, главное, без участия посредника в лице «Алмазювелирэкспорта», которому положено комиссионное вознаграждение.

Сформулируйте и обоснуйте ваш ответ на вопросы:

- Что лежит в основе стратегии диверсификации компании «Норильский никель»?
- Почему в 2009 году компания выбрала стратегию диверсификации?

- Какой была стратегия компании в последние годы (2013-2015 гг.)?
  - Какие изменения в стратегии компании произошли с 2009 по 2015 гг. и почему?
  - Каковы стратегические приоритеты развития компании сегодня?
3. «Мы свой путь определили. Будем проникать в квартиры и дома напрямую», - говорит А. Козлов, генеральный директор и совладелец компании «Тамбовская нива».
- С 2006 г. компания продает под одноименным брендом мытый и фасованный картофель, причем позиционирует его в премиальном сегменте - средняя цена в рознице составляет 50 руб. за килограмм. Картошку от «Тамбовской нивы» можно найти, например, в «Ашане», «Седьмом континенте», «Перекрестке», «Пятерочке», «Глобус гурмэ» и «Азбуке вкуса».
- Но недавно Козлов решил сломать привычную схему продаж. Его идея-фикс - убрать все промежуточные звенья между своим товаром и конечным покупателем. Так предприниматель сможет не только сократить собственные издержки, но и самостоятельно устанавливать цены на продукт - и получить дополнительных покупателей.
- Козлов буквально фонтанирует идеями - он готов поставлять картошку в квартиры чуть ли не с помощью сетевого маркетинга, как это делают производители косметики. «Сам я о сетевом маркетинге на рынке овощей пока не слышал, - говорит Козлов. - Но это не значит, что метод не работает». Если все его эксперименты завершатся успешно, то канал сбыта напрямую в дома может стать для «Тамбовской нивы» основным.
- Первый шаг на пути к сокращению издержек Козлов уже сделал - в конце 2008 г. компания полностью отказалась от услуг дистрибьюторов и стала самостоятельно поставлять продукцию в розницу.
- О прямых поставках в магазины Андрей задумался несколько лет назад. Но тогда у него не было никакого опыта работы с розницей, и для быстрого захвата рынка посредники были необходимы. Они снимали с предпринимателя основную головную боль - переговоры с сетями и доставку. Дистрибьюторов у «Тамбовской нивы» было пять: компания «Экзотика» в Москве, группа компаний «Санвэй» в Санкт-Петербурге, а также несколько крупных партнеров в регионах.
- Сформулируйте и обоснуйте ваш ответ на вопросы:
- Как можно определить стратегию (или стратегии), внедряемые «Тамбовской нивой»?
  - Используя метод SWOT-анализа, определите возможности и внешние ограничения для реализации принятых компанией стратегических решений.
  - Оцените перспективы проекта интернет-торговли фирмы. Какие трудности здесь придется преодолевать в первую очередь?

## **6. Фонд оценочных средств текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

### **Типовые вопросы с открытым ответом для текущей аттестации:**

1. Понятие экономической стратегии фирмы.
2. Классификация стратегий предприятия.
3. Классификация функциональных стратегий фирмы.
4. Особенности экономической стратегии, отличающие ее от краткосрочного (текущего) управления фирмой.
5. Сравнение оперативного и стратегического управления.
6. Структура стратегического управления
7. Оценка степени нестабильности внешней среды.
8. Долгосрочное планирование.
9. Стратегическое планирование.

10. Управление путем выбора стратегических позиций.
11. Управление путем ранжирования стратегических задач.
12. Управление по «слабым сигналам».
13. Управление в условиях стратегических неожиданностей
14. Анализ внутренней среды.
15. Анализ макроокружения.
16. Анализ непосредственного окружения (микроокружения).
17. Методы анализа среды: PEST-анализ, SWOT-анализ.
18. Понятие миссии, носители интересов, факторы выработки миссии, цели формулирования миссии.
19. Понятие и виды целей организации, направления установления целей, иерархия целей, требования к целям.
20. Фазы, способы установления целей.
21. Формы принятия решений по установлению целей.
22. Предназначение портфельного анализа. Процесс портфельного анализа.
23. Матрица BKG.
24. Матрица McKincey-General Electric.
25. Матрица Arthur D. Little (ADL/LC).
26. Матрица Ансоффа
27. Трехмерная схема Абеля.
28. Классификация корпоративных стратегий:
29. Базовые стратегии конкуренции.
30. Уровни товара.

Промежуточная аттестация проводится в форме: **зачета** (в форме письменного и/или устного ответа на тематические вопросы).

**Типовые вопросы с открытым ответом для промежуточной аттестации:**

1. Рассказать о разработке эффективных стратегий, стратегий корпоративного, бизнес-, функционального и операционного уровня.
2. Дать определение планированию в условиях сложности и неопределенности.
3. Перечислить особенности стратегического менеджмента в различном контексте: малый бизнес, многонациональные компании, сервисные организации, инновационные фирмы, общественный сектор.
4. Изобразить процесс стратегического управления.
5. Перечислить общее, отраслевое и конкурентное окружение фирмы. Отметить принципы анализа на макроуровне: PESTEL.
6. Рассказать об анализе внешнего окружения: сканирование, мониторинг, прогнозирование, оценка. Идентифицировать сегменты общего окружения: демографический, экономический, политический, правовой, социокультурный, технологический.
7. Определить степень турбулентности окружающей среды и ожидаемая скорость роста рынка.

8. Перечислить пять движущих сил конкуренции по Портеру: угроза входа новых игроков, переговорная сила поставщиков, переговорная сила потребителей, угроза со стороны замещающих продуктов, интенсивность соперничества среди конкурентов.
9. Назвать определения: шестая конкурентная сила: дополняющие фирмы и кооперативное окружение, углубленный анализ ближайших конкурентов, сильнейшие и слабейшие конкуренты, вероятные стратегические ответы соперников.
10. Определить конкурентные силы в процессе эволюции отраслей: эмбриональные, растущие, зрелые и умирающие отрасли. Дать определения: сети, франчайзинг и конкурентное преимущество в сервисных отраслях.
11. Охарактеризуйте отраслевой анализ. Дать определения: Стратегические группы.
12. Ограничения модели пяти сил конкуренции и стратегических групп: инновации, структура отраслей и различия компаний.

Таблица 5

**Оценивание слушателя на зачете по дисциплине**

<b>Баллы (рейтинговой оценки), %</b>	<b>Оценка</b>	<b>Требования к знаниям</b>
51-100	«зачтено»	Знание о том, что представляет собой стратегическое благополучие и как оно влияет на различные аспекты деятельности. Знание методов и техник управления изменениями в контексте стратегического благополучия. Знание о том, как применять стратегические подходы к решению конкретных задач.
0-50	«не зачтено»	Отсутствие общих знаний о стратегическом менеджменте и благополучии. Незнание методов и техник стратегического управления. Незнание о том, как применять стратегические подходы к решению конкретных задач.

**7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

В ходе изучения дисциплины слушателю необходимо активно задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций. На лекционных занятиях преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные для понимания темы, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на практические занятия и указания для самостоятельной работы: использование учебных пособий, методических рекомендаций и изучение кейсов, охватывающих теоретические основы дисциплины.

**7.1. Нормативно-правовые документы**

Не предусмотрены.

## **7.2.Основная литература**

1. Грант Р. Современный стратегический анализ: пер. с англ. – СПб: Питер, 2018. <http://institutiones.com/download/books/881-sovremennyj-strategicheskij-analiz.html>
2. Кокшарова, Е. А. Проектный менеджмент : учебно-методическое пособие / Е. А. Кокшарова, Н. В. Бужинская. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 110 с. — ISBN 978-5-4497-2246-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131800.html>
3. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов. Москва: Издательство Юрайт, 2023. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450359>
4. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Электронный ресурс]: учебник для вузов/ Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2021.— 577 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74945.html>.— ЭБС «IPRbooks»

## **7.3.Дополнительная литература**

1. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами: учебник и практикум для вузов. Москва: Издательство Юрайт, 2022. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450564>
2. Розанова, Н. М. Конкурентные стратегии современной фирмы: учебник и практикум для вузов. Москва: Издательство Юрайт, 2020. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451422>
3. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов. Москва: Издательство Юрайт, 2023. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452973>

## **7.4. Интернет-ресурсы**

Не предусмотрены.

## **7.5.Справочные системы**

Не предусмотрены.

## **7.6. Иные источники**

Не предусмотрены

# **8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины**

Для проведения лекционных занятий курса «Стратегическое благополучие» необходим компьютерный проектор, Видеоконференцсвязь, учебная платформа дистанционных образовательных технологий (ДОТ) для рассылки материалов и сбора результатов самостоятельной подготовки слушателей, также материально-техническое



обеспечение учебных аудиторий (наглядными материалами, экраном, мультимедийным проектором с ноутбуками (ПК) для презентации учебного материала, выходом в сеть Интернет, лицензионными продуктами Microsoft Office (Excel, Word, PowerPoint)) в зависимости от типа занятий: семинарского и лекционного типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Для самостоятельной работы слушателям необходим доступ в читальные залы библиотеки и/или помещение, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду организации и ЭБС.

**Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа и промежуточной аттестации.**

*Оборудование:*

Рабочие места слушателей: парты, стулья;

Рабочее место преподавателя: стол, стул;

Доска для рисования маркерами;

Мультимедийный проектор.

**Учебная аудитория для проведения практических занятий.**

*Оборудование:*

Рабочие места слушателей: столы, стулья;

Рабочее место преподавателя: стол, стул;

Доска для рисования маркерами,

Доска интерактивная;

Мультимедийный проектор;

Персональные компьютеры: Core i7 / 8Gb / 2000Gb -15 шт.

*Лицензионное обеспечение:*

Microsoft Windows 10 Corporate 1909 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19);

Microsoft Office 2019 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19);

Google Chrome 76.0.3809.100 (свободная лицензия);

Библиотека (абонемент, читальный и компьютерный залы)

**Учебная аудитория для самостоятельной работы слушателя.**

*Оборудование:*

Рабочие места: столы, стулья; Персональные компьютеры.

*Лицензионное обеспечение:* Microsoft Windows 10 Corporate 1909 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19);

Microsoft Office 2019 (контракт с продавцом АО «Ланит» от 18.10.2019 №117/08-19);

Google Chrome 76.0.3809.100 (свободная лицензия)

**Характеристика результатов освоения модуля**

В результате освоения модуля у слушателя сформированы компетенции:

Компетенция (код, содержание)	Индикаторы
<b>ПСК-1</b> – способен разрабатывать систему стратегического управления персоналом	ПСК-1.1. Создает благоприятную рабочую атмосферу ПСК-1.2. Координирует работу персонала и обеспечивает кадровую безопасность ПСК-1.3. Анализирует данные и принимает обоснованные решения в области стратегического управления человеческими ресурсами
<b>УК-1</b> – способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. На основе критического анализа собранной информации об объекте представляет его в виде структурных элементов и взаимосвязей между ними УК-1.2. Рассматривает систему как элемент системы более высокого уровня (видеть систему как совокупность подсистем) УК – 1.3. Вырабатывает стратегию действий, направленную на устранение рисков возникновения проблемных ситуаций