

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный технический университет»

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
«Стратегический менеджмент»

2021г.

Цель курса – выработка умения использования различных подходов, приемов и методов к формированию и реализации стратегии развития предприятия на основе всестороннего анализа всех существенных факторов.

Задачи курса: знакомство с основными понятиями и концепциями стратегического менеджмента ориентировано не на академический, а на прикладной характер и построено на использовании активных методов обучения, в том числе: тренингов, ролевых игр, деловых игр на основе методов case-study, просмотре и обсуждении учебных фильмов и др.

Связь с другими курсами: Дисциплина «Стратегический менеджмент» относится к дисциплинам специализации, и основан на изучении таких дисциплин как «Экономика для менеджеров», «Управление организацией», «Маркетинг», Сравнительный менеджмент». В то же время, изучаемая дисциплина может стать основой для дальнейшего изучения таких дисциплин, как «Бизнес-планирование», «Логистика», «Финансовый менеджмент», «Антикризисное управление», «Управление изменениями», «Управление проектами».

Перечень тем и их содержание.

Тема 1. Введение в стратегический менеджмент: сущность стратегического менеджмента.

Сравнение оперативного и стратегического управления по ключевым характеристикам управления организацией (миссия, учет фактора времени, основа построения системы управления, подход к управлению персоналом, критерий эффективности управления).

Определение «стратегического управления» как стиля, который опирается на человеческий потенциал организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что дает организации возможность выживать в долгосрочной перспективе.

Стратегический менеджмент – теория и практика обеспечения конкурентоспособности и эффективности решений путем разработки стратегии организации. Стратегические тенденции развития экономики.

Тема 2. Особенности стратегического управления организацией.

Возможности стратегического управления организацией.

Недостатки стратегического менеджмента (отсутствие возможности создания точной картины будущего состояния организации, отсутствие описательной теории, значительные финансовые и временные затраты, усиление негативных последствий вследствие ошибок стратегического предвидения, сложность реализации стратегических планов).

Приоритеты при осуществлении стратегического управления. Организационная культура и реализация стратегического управления. Стратегические ресурсы производственной системы.

Тема 3. Содержание и структура стратегического управления.

Функции и принципы стратегического менеджмента как инструмента повышения эффективности и конкурентоспособности объектов. Перспективное планирование, долгосрочное планирование, стратегическое планирование, стратегический маркетинг, стратегическое управление, стратегический менеджмент. Понятие стратегических нормативов.

Стратегический маркетинг - управление персоналом по разработке стратегии - разработка стратегического плана. Стратегический менеджмент как часть реформирования предприятия. Специфические принципы стратегического менеджмента (ответственность за уровень организационных работ по СМ, ориентация деятельности организации на стратегические инновационные проекты, стратегия обеспечения конкурентоспособности организации должна базироваться на использовании эксклюзивных ценностей).

Стратегическое управление как совокупность пяти управленческих процессов (анализ среды, определение миссии и целей, выбор стратегии, выполнение стратегии, оценка и контроль выполнения стратегии).

Структура стратегического менеджмента (по Р.А.Фатхутдинову). Главная цель стратегического менеджмента. Увеличение затрат на стратегический менеджмент – повышение качества всех компонентов системы – снижение эксплуатационных затрат (цепочка достижения стратегических целей). Роль целевой подсистемы (стратегия повышения качества).

Компоненты «внешней среды» системы стратегического менеджмента. Компоненты входа системы стратегического менеджмента. Компоненты обратной связи системы стратегического менеджмента.

Тема 4. Стратегическое управление и конкурентоспособность предприятия. Концепция стратегических групп.

Сущность понятия «конкурентные преимущества». Создание и поддержание конкурентных преимуществ. Анализ субъектов рыночной среды. Виды конкурентных преимуществ. Ценовая характеристика. Дифференциация. Положение на рынке.

Стратегия создания конкурентных преимуществ. Стратегия лидерства в цене. Стратегия дифференциации. Стратегия концентрации внимания на интересах конкретных потребителей. Чистая конкуренция, совершенная конкуренция и эффективная конкуренция. Модель пяти сил конкуренции. Соперничество со стороны продавцов. Конкуренция со стороны товаров. Угроза появления новых конкурентов. Экономические возможности поставщиков. Экономические возможности покупателей.

Концепция стратегических групп. Понятие стратегических групп. Характеристики стратегических групп (по Портеру). Составление карты стратегических групп. Анализ стратегических групп.

Факторы, влияющие на стратегию конкурентной борьбы. Стадии зарождения, роста, зрелости и отмирания сектора отрасли. Позиция компании в отрасли (доминирующая, второстепенная и критическая).

Понятие конкурентного статуса фирмы. Расчет КСФ по И.Ансофф. Расчет КСФ по Портеру. Уровень конкурентных преимуществ фирмы и КСФ. Проблема достаточности развития стратегического потенциала фирмы и условий внешней среды для создания конкурентных преимуществ.

Тема 5. Технология стратегического менеджмента.

Организация работ по внутрифирменному стратегическому планированию и контролю. Единая система функциональных планов и заложенные в ней принципы планирования.

Целеполагание как процесс разработки стратегии и тактики организации. Схема взаимодействия элементов системы стратегического планирования и контроля в процессе их осуществления. Функции корпоративной службы стратегического планирования. Модель разработки корпоративного стратегического плана.

Тема 6. Стратегический анализ среды. Сущность и составляющие.

Окружение как совокупность трех сред: макроокружения, непосредственного окружения и внутренней среды организации. Стратегический анализ как основа стратегического управления организацией.

Обеспечение поддержания баланса между организацией и внешней средой путем создания продукта. Угрозы и возможности внешней среды по отношению к организации.

Приемы анализа среды, используемые в стратегическом менеджменте. Метод СВOT как подход для совместного изучения внешней и внутренней среды. Методология СВOT. Набор характеристик для выявления сильных и слабых сторон организации (по Томпсону и Стрикланду). Матрица СВOT.

Матрица возможностей. Оценка угроз и возможностей с точки зрения степени влияния. Метод позиционирования конкретной возможности. Построение матрицы возможностей.

Матрица угроз. Задачи и методы построения.

Составление профиля среды. Оценка значимости отдельных факторов среды для организации. Метод составления профиля.

Тема 7. Формирование миссии и целей организации.

Миссия организации. Миссия как философия и предназначение организации. Факторы, влияющие на формирование миссии организации по Ф.Котляру (история фирмы, существующий стиль поведения в организации, состояние среды обитания, ресурсы организации, отличительные особенности организации). Расшифровка миссии (целевые ориентиры, сфера деятельности, философия организации, возможности и способы осуществления деятельности).

Цели формулирования миссии (общие представления об организации, создание корпоративного духа, эффективизация управления).

Цели организации. Виды и типы целей. Целеполагание и отражение интересов различных групп людей. Носители целей. Краткосрочные и долгосрочные цели. Общие направления формирования целей для организаций (прибыльность, положение на рынке, производительность, финансовые ресурсы, мощности организации, НИОКР, качество работы с покупателями, социальная ответственность организации). Иерархия целей. Декомпозиция целей. Цели роста организации (быстрого роста, стабильного роста, цели сокращения). Требования к целям.

Фазы установления целей. Выявление и анализ трендов, наблюдающихся во внешнем окружении. Установление общих целей организации. Построение иерархии целей. Установление индивидуальных целей.

Способы установления целей. Централизация. Децентрализация. Интерактивный метод.

Описание методов обучения: Деловые игры, активные дискуссии; разбор конкретных ситуаций; работа с кейсами; метод проектов.

Перечень литературы и учебных материалов по курсу:

1.Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент [Текст] : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Е. П. Голубков ; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. - Москва : Юрайт, 2015. - 290 с. 3экз.

2.Зуб, А. Т. Управление стратегическими изменениями в организациях [Электронный ресурс] : учебник / А. Т. Зуб. - Москва : ФОРУМ: ИНФРА-М, 2015. - 384 с.<http://znanium.com/go.php?id=510072>

3.Кожевина, О. В. Управление изменениями [Электронный ресурс] : Учебник / О. В. Кожевина. - 2. - Москва : ИНФРА-М, 2015. - 304 с. <http://znanium.com/go.php?id=458434>

4.Официальный сайт журнала «Стратегия России». [Электронный ресурс] URL: www.sr.fondedin.ru.

5.Официальный сайт Центра стратегических разработок. [Электронный ресурс] URL: www.csr.ru.

6.Парахина В.Н., Максименко Л.С., Панасенко С.В. Стратегический менеджмент. – М.: КНОРУС, 2017

7.Сайт журнала «Стратегический менеджмент» [Электронный ресурс] URL: <http://grebennikon.ru/cat-st-16.html>.

Порядок и условия прохождения промежуточной и итоговой аттестации.

Промежуточная аттестация проходит в форме тестирования. Критерием оценки уровня сформированности компетенций в рамках учебной дисциплины «Стратегический менеджмент» является экзамен.