

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Стратегический менеджмент»

Для ООП 43.03.02 Туризм

Цели и задачи освоения дисциплины

Основной целью образования по дисциплине «Стратегический менеджмент» является формирование компетенций в сфере стратегического управления в рамках системного подхода, способностей личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения возможности обнаружение системных проблем стратегического характера и их устранения.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение основ стратегического менеджмента,
- изучение потребительского поведения, нужд и потребностей рынка;
- овладение практическим инструментарием стратегического анализа внешней и внутренней среды организации;
- овладение методами формирования стратегий;
- ознакомление с новейшими технологиями современного стратегического менеджмента.

Структура дисциплины

(очная форма обучения)

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | | | Интерактивные методы | Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации |
|-------|--|--|--------|--------------|----------|-----|----------------------|--|
| | | Всего часов | Лекции | Практические | семинары | срс | | |
| 1 | Сущность и функции стратегического менеджмента. Структура и основные школы стратегического управления | | 4 | - | 4 | 12 | - | |
| 2 | Краткая история стратегического менеджмента. Специфика стратегического менеджмента в туристской сфере | | 2 | - | 2 | 14 | Эвристическая беседа | |

| | | | | | | | | |
|---|--|-----|----|----|----|-----|------------------------|------|
| 3 | Понятие стратегии. Классификация стратегий туристского предприятия | | 2 | - | 2 | 14 | Дискуссия | |
| 4 | Анализ внешней и внутренней среды в туристской индустрии | | 2 | 4 | - | 14 | Работа в малых группах | |
| 5 | Концепции стратегического менеджмента | | 2 | 4 | 1 | 14 | Работа в малых группах | |
| 6 | Реализация стратегии | | 2 | - | 2 | 14 | - | |
| 7 | Стратегический контроль. Сущность и классификация | | 4 | 1 | 2 | 14 | - | |
| 8 | Стратегические изменения | | 2 | 2 | 2 | 14 | Тематическая беседа | |
| 9 | Стратегическое планирование в туристской индустрии | | 4 | 4 | 2 | 14 | Работа в малых группах | |
| | ИТОГО | 180 | 24 | 15 | 17 | 122 | | |
| | Промежуточная аттестация | | | | | | | Тест |

(заочная форма обучения)

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах) | | | | | Интерактивные методы | Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации |
|-------|---|--|--------|--------------|----------|-----|----------------------|--|
| | | Всего часов | Лекции | Практические | семинары | срс | | |
| 1 | Сущность и функции стратегического менеджмента. Структура и основные школы стратегического управления | | 2 | | | 18 | | |
| 2 | Краткая история стратегического менеджмента. Специфика стратегического менеджмента в туристской сфере | | 2 | | | 18 | | |
| 3 | Понятие стратегии. Классификация стратегий | | | 4 | | 18 | | |

| | | | | | | | |
|---|--|-----|----|----|--|-----|--|
| | туристского предприятия | | | | | | |
| 4 | Анализ внешней и внутренней среды в туристской индустрии | | 4 | | | 18 | |
| 5 | Концепции стратегического менеджмента | | | 4 | | 18 | |
| 6 | Реализация стратегии | | 2 | | | 18 | |
| 7 | Стратегический контроль. Сущность и классификация | | | 4 | | 16 | |
| 8 | Стратегические изменения | | 2 | | | 16 | |
| 9 | Стратегическое планирование в туристской индустрии | | | | | 14 | |
| | ИТОГО | 180 | 12 | 12 | | 156 | |
| | Промежуточная аттестация | | | | | | |

Содержание дисциплины

| № п/п | Наименование темы | Содержание темы |
|-------|---|---|
| 1 | Сущность и функции стратегического менеджмента. Структура и основные школы стратегического управления | <p>Понятие и сущность стратегического менеджмента.</p> <p>Содержание стратегического менеджмента: определение назначения и главных целей бизнеса фирмы, анализ внешней среды фирмы, анализ ее внутренней обстановки, выбор и разработка стратегии на уровне СЗХ, фирмы, анализ портфеля диверсифицированной фирмы, проектирование ее организационной структуры, выбор степени интеграции и систем управления, определение нормативов поведения и политик фирмы в отдельных сферах ее деятельности, обеспечение обратной связи результатов и стратегии компании, совершенствование стратегии, структуры, управления.</p> <p>Основные функции стратегического управления. Необходимость стратегического менеджмента в условиях постиндустриального общества и глобализации.</p> <p>Стратегические проблемы развития производства и структура промышленности.</p> |
| 2 | Краткая история стратегического менеджмента. | <p>Причины появления «научного менеджмента».</p> <p>Основные этапы развития.</p> <p>Теория постиндустриального общества (Д.Белл, Дж.Гелбрейт, Э.Тоффлер) и стратегическое управление.</p> <p>Появление необходимости замены традиционного долгосрочного планирования стратегическим планированием (И.Ансофф).</p> <p>Появление стратегического менеджмента.</p> <p>Изучение феномена корпоративной культуры в 80-е годы.</p> <p>Основные школы стратегического менеджмента:</p> <p>Школа дизайна - формирование стратегии как процесс осмысления (Ф.Селзник, А.Чандлер).</p> <p>Школа планирования - формирование стратегии как формальный процесс (И.Ансофф, Д. Стейнер, Д. Шендель).</p> <p>Школа позиционирования - формирование стратегии как аналитический процесс (Майкл Портер, Р. Кац, Б. Джеймс, Дж. Куинн).</p> <p>Школа предпринимательства - формирование стратегии как процесс предвидения (Й.Шумпетер, К.Левин).</p> <p>Когнитивная школа - формирование стратегии как ментальный процесс</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | | <p>(М. Лайлс, Р.К. Редер, Э.Хафф, Г.Томас, Г.Саймон). Школа обучения - формирование стратегии как развивающийся процесс (Р.Лапьер, Ч.Линдблом, Г.Рэпп, С.Уинтер). Школа власти - формирование стратегии как процесс ведения переговоров (А. Макмиллан, Д.Сарразин, Э. Петигрю, Дж. Боуер). Школа культуры - формирование стратегии как коллективный процесс (Д.Джонсон, Дж.Спендер, К.Рот, Д.Дикс, Ф.Ригер). Школа внешней среды - формирование стратегии как реактивный процесс (М.Ханн, Дж.Фримен, У.Этли, К.Оливер) Школа конфигурации - формирование стратегии как процесс трансформации (П.Хандавалла, Д.Миллер, П.Фризен, Р.Майлз).</p> |
| 3 | <p>Понятие стратегии. Классификация стратегий</p> | <p>Определение стратегии. Воззрения Сунн-Цзы. Классификация стратегий. В зависимости от выбранного объекта стратегического управления различают: корпоративную стратегию – стратегию организации в целом; бизнес-стратегию – стратегию отдельного стратегического подразделения организации; функциональную стратегию – стратегию функциональной зоны хозяйствования. Эталонные (базовые) стратегии (Ж.Ж.Ламбен): Стратегия концентрированного роста, интегрированного роста, диверсифицированного роста, стратегии сокращения (их подвиды). Конкурентные стратегии по Ф.Котлеру, М.Портеру. Стратегический маркетинг. Формирование стратегических целей и стратегии предприятия. Стратегия и техническая политика предприятия. Стратегия внешнеэкономической деятельности. Стратегия и организационная структура. Проектирование систем управления.</p> |
| 4 | <p>Анализ внешней и внутренней среды</p> | <p>Понятие внешней и внутренней среды. Понятие макросреда и микросреда. Основные факторы макросреда и микросреды. <i>Внутренняя среда</i> организации: производство, финансы, маркетинг, управление персоналом, организационная структура. Стратегический потенциал предприятия. Понятие и методы стратегического анализа К инструментам стратегического анализа относятся: формальные модели и количественные методы; самостоятельный творческий анализ, основанный на специфике данной организации, аналитических и интуитивных способностях менеджеров и плановиков. Стратегический анализ может быть разделен на два основных этапа: сравнение намеченных фирмой ориентиров и реальных возможностей, предлагаемых средой, анализ разрыва между ними; анализ возможных вариантов будущего фирмы, определение стратегических альтернатив. <i>Основные методы стратегического анализа.</i> Конкурентный анализ. Ситуационный анализ Конкурентный анализ включает два основных этапа: определение главных конкурентных сил в отрасли; формулирование основных вариантов конкурентных стратегий. Пять сил конкуренции по М. Портеру Основные конкурентные силы по Ф.Котлеру. SWOT – анализ. PEST – анализ. EFAS – анализа. Анализ ключевых факторов успеха. Анализ факторов внутренней среды: Структура, производство, финансы, персонал, маркетинг, корпоративная культура</p> |
| | | <p>Концепции Стратегического управления</p> |

| | | |
|---|---|---|
| 5 | Концепции стратегического менеджмента. Портфельный анализ | <p>Концепция Бостонской консультативной группы Концепция Дженерал Электрик/Маккензи Концепция Артур де Литтл Концепция конкуренции Shell/DPM Концепция Томпсона/ Стрикленда</p> <p>Основные достоинства и недостатки каждой концепции. Их применимость в сфере услуг.</p> |
| 6 | Реализация стратегии | <p>Процесс реализации стратегии может быть разделён на два больших этапа:</p> <p>а) процесс стратегического планирования - выработка набора стратегий, начиная от базовой стратегии предприятия и заканчивая функциональными стратегиями;</p> <p>б) процесс стратегического управления - реализация определённой стратегии во времени, переформулирование стратегии в свете новых обстоятельств.</p> <p>Ключевые задачи реализации стратегии.</p> <p>1. Построение организации, способной осуществить стратегию, должно включать: разработку внутренней организационной структуры, исходя из нужд стратегии, создание искусств и отличительных преимуществ, на которых базируется стратегия, выбор людей на ключевые позиции.</p> <p>2. Разработка бюджета, обеспечивающего реализацию стратегии, предусматривает: наделение каждой организационной единицы бюджетом, обеспечивающим выполнение ее части стратегического плана, контроль за эффективным использованием ресурсов.</p> <p>3. Создание внутренних административных обеспечивающих систем требует: определения и управления политиками и процедурами, влияющими на стратегию, разработки административных и оперативных систем для действия в стратегически критических ситуациях.</p> <p>4. Разработка системы оплаты и поощрения должна включать: мотивацию организационных единиц и персонала в интересах реализации стратегии, разработку системы материального и морального поощрения, развития управления по результатам.</p> <p>5. Развитие корпоративной культуры применительно к стратегии включает: установление частных показателей, определение этических стандартов, создание рабочей обстановки поддержки стратегии, воспитание духа работы на высоком культурном уровне.</p> |
| 7 | Стратегический контроль. Сущность и классификация | <p>Понятие стратегического контроля.</p> <p>Четыре ступени действий: установление стандартов оценки функционирования, которые должны разрабатываться одновременно со стратегией; создание измерительной системы, которая покажет степень достижения целей, что является комплексной задачей, так как многие действия трудно оценить; сравнение реального функционирования с установленными целями; оценка результатов сравнения и выработка, при необходимости, корректирующих действий.</p> <p>Типы систем контроля Контроль на уровнях управления: корпоративном, дивизиональном, функциональном и индивидуальном.</p> <p>Основные типы контроля: рыночный, «по выходу», бюрократический, со стороны коллектива.</p> <p>Уровни управления и системы контроля.</p> <p>Виды контроля на разных этапах жизненного цикла предприятия.</p> <p>Группы показателей стратегического контроля:</p> |

| | | |
|---|-----------------------------|---|
| | | показатели эффективности; показатели использования человеческих ресурсов; показатели, характеризующие состояние внешней среды; показатели, характеризующие внутриорганизационные процессы. |
| 8 | Стратегические изменения | Понятие стратегического изменения. Основные типы стратегических изменений: коренная реорганизация, радикальные изменения, умеренные изменения. Методологии проведения стратегических изменений (К.Левин, М. Коленсо, Дж. Б. Куинн, Дж.Войер). Сопротивление изменениям Методы преодоления сопротивления изменениям |
| 9 | Стратегическое планирование | Понятие и сущность стратегического планирования. Контур стратегического планирования Стратегические (долгосрочные) планы. В ходе разработки долгосрочных планов определяются целевые значения ключевых показателей деятельности и внешние параметры плана (инфляция, курсы валют и т.п.), формируются корпоративные и функциональные стратегии, финансовый план. Балансировка стратегического плана, Корректировки по результатам анализа и контроля исполнения. Основными задачами стратегического планирования являются: 1) определение необходимых политических решений; 2) оценка будущего состояния экономики и потребности в данной продукции; 3) оценка необходимых производственных мощностей в будущем; 4) предварительная оценка размера возможных капитальных вложений. Состав стратегического плана: 1.Определение целевых стратегических показателей. 2.Определение внешних параметров стратегического плана. 3.Выбор стратегии: подготовка подразделениями компании информации о внешней и внутренней среде хозяйственной деятельности; проведение стратегического анализа; разработка бизнес-портфеля (выбор направлений деятельности компании); разработка проекта корпоративной стратегии, его анализ и доработка. 4. На основе корпоративной стратегии разрабатываются функциональные стратегии — продукта, персонала, финансово-экономическая и другие. В рамках этих стратегий, в свою очередь, формируются политики. 5.Составление финансового плана. 6.Составление маркетингового плана. 7. Балансировка и корректировка стратегического плана Основными направлениями деятельности предприятия как объекта перспективного планирования |

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-2; ОК-4; ОПК-1; ОПК-2; ПК-4; ПК-5.

Форма аттестации: Экзамен.