

Аннотация к рабочей программе дисциплины

«Стратегический менеджмент» для ООП 43.03.03 Гостиничное дело

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 техниками 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	128		
	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	Практическое	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 туристского предприятия			4		18		
	Анализ внешней и внутренней							

4	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	<ul style="list-style-type: none"> • 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:</p> <p>Определение назначения и главных целей бизнеса фирмы,</p> <p>анализ внешней среды фирмы,</p> <p>анализ ее внутренней обстановки,</p> <p>выбор и разработка стратегии на уровне СЗХ, фирмы,</p> <p>анализ портфеля диверсифицированной фирмы,</p> <p>проектирование ее организационной структуры,</p> <p>выбор степени интеграции и систем управления,</p> <p>определение нормативов поведения и политик фирмы в отдельных сферах ее деятельности,</p> <p>обеспечение обратной связи результатов и стратегии компании,</p> <p>Основные функции стратегического управления. Необходимость стратегического менеджмента в условиях постиндустриального общества и глобализации.</p> <p>Системный подход в стратегическом управлении</p>

		<p>Основные школы в стратегическом менеджменте</p> <p>Основные школы стратегического менеджмента:</p> <p>Школа дизайна (Ф.Селзник, А.Чандлер).</p> <p>Школа планирования (И.Ансофф, Д. Стейнер, Д. Шендель).</p> <p>Школа позиционирования (Майкл Портер, Р. Кац, Б. Джеймс, Дж. Куинн).</p> <p>Школа предпринимательства (Й.Шумпетер, К.Левин).</p> <p>Когнитивная школа (Э.Хафф, Г.Томас, Г.Саймон).</p> <p>Школа обучения (Р.Лапьер, Г.Рэпп, С.Уинтер).</p> <p>Школа власти (А. Макмиллан, Э. Петигрю, Дж. Боуер).</p> <p>Школа культуры (Д.Джонсон, Дж.Спендер, Ф.Ригер).</p> <p>Школа внешней среды (Дж.Фримен, У.Эстли, К.Оливер)</p> <p>Школа конфигурации (Д.Миллер, П.Фризен, Р.Майлз).</p>
2	<p>Краткая история стратегического менеджмента.</p> <p>Специфика стратегического менеджмента в гостиничной сфере</p>	<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>Особенности стратегического управления в гостиничной сфере</p> <p>Влияние постиндустриального общества на гостиничное дело</p>
3	<p>Понятие стратегии.</p> <p>Классификация стратегий</p>	<p>Определение стратегии. Воззрения Сунн-Цзы.</p> <p>Классификация стратегий.</p> <p>В зависимости от выбранного объекта стратегического</p>

		<p>управления (корпоративная, бизнес-стратегия, функциональная).</p> <p>Эталонные (базовые) стратегии (Ж.Ж.Ламбен):</p> <p>Стратегия концентрированного роста, интегрированного роста, диверсифицированного роста, стратегии сокращения (их подвиды).</p> <p>Конкурентные стратегии по Ф.Котлеру, М.Портеру.</p> <p>Стратегический маркетинг: понятие, методы, стратегии.</p> <p>Формирование стратегических целей и стратегии предприятия.</p> <p>Стратегия и организационная структура.</p> <p>Проектирование систем управления.</p>
4	Анализ внешней и внутренней среды в гостиничной сфере	<p>Понятие внешней и внутренней среды.</p> <p>Понятие макросреда и микросреда.</p> <p>Основные факторы макросреда и микросреды.</p> <p><i>Внутренняя среда</i> организации: производство, финансы, маркетинг, управление персоналом, организационная структура. Стратегический потенциал предприятия.</p> <p>Понятие и методы стратегического анализа</p> <p>формальные модели и количественные методы; самостоятельный творческий анализ, основанный на специфике данной организации, аналитических и интуитивных способностях менеджеров и плановиков.</p> <p>Основные методы стратегического анализа.</p> <p>Конкурентный анализ. Ситуационный анализ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Конкурентный анализ включает два основных этапа: <p>определение главных конкурентных сил в отрасли; формулирование основных вариантов конкурентных стратегий.</p> <p>Пять сил конкуренции по М. Портеру</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
5	Концепции	<p>Концепции Стратегического управления</p> <p>Концепция Бостонской консультативной группы</p>

	стратегического менеджмента. Портфельный анализ	Концепция Джeneral Электрик/Маккензи Концепция Артур де Литтл Концепция конкуренции Shell/DPM Концепция Томпсона/ Стрикленда Основные достоинства и недостатки каждой концепции. Их применимость в сфере гостиничных услуг.
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 style="text-align: center;">Ключевые задачи реализации стратегии.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Построение организации, способной осуществить стратегию. 2. Разработка бюджета, обеспечивающего реализацию стратегии. 3. Создание внутренних административных обеспечивающих систем. 4. Разработка системы оплаты и поощрения. 5. Развитие корпоративной культуры применительно к стратегии
7	Стратегический контроль. Сущность и классификация	<p>Понятие стратегического контроля.</p> <p>Четыре ступени действий:</p> <p>установление стандартов оценки функционирования, которые должны разрабатываться одновременно со стратегией;</p> <p>создание измерительной системы, которая покажет степень достижения целей, что является комплексной задачей, так как многие действия трудно оценить;</p> <p>сравнение реального функционирования с установленными целями;</p> <p>оценка результатов сравнения и выработка, при необходимости, корректирующих действий.</p>

		<p>Типы систем контроля</p> <p>Контроль на уровнях управления: корпоративном, дивизиональном, функциональном и индивидуальном.</p> <p>Основные типы контроля: рыночный, «по выходу», бюрократический, со стороны коллектива.</p> <p>Виды контроля на разных этапах жизненного цикла предприятия.</p> <p>Группы показателей стратегического контроля:</p> <p>показатели эффективности;</p> <p>показатели использования человеческих ресурсов;</p> <p>показатели, характеризующие состояние внешней среды;</p> <p>показатели, характеризующие внутриорганизационные процессы.</p>
8	<ul style="list-style-type: none"> • • Стратегические изменения 	<p>Понятие стратегического изменения.</p> <p>Основные типы стратегических изменений: коренная реорганизация, радикальные изменения, умеренные изменения. Методологии проведения стратегических изменений (К.Левин, М. Коленсо, Дж. Б. Куинн, Дж.Войер).</p> <p style="text-align: center;"><i>Сопротивление изменениям</i></p> <p>Методы преодоления сопротивления изменениям</p>
9	<p>Стратегическое планирование в гостиничной сфере</p>	<p>Понятие и сущность стратегического планирования.</p> <p>Контур стратегического планирования</p> <p>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.</p> <p>Балансировка стратегического плана,</p> <p>Корректировки по результатам анализа и контроля исполнения.</p> <p>Основные задачи стратегического планирования:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Состав стратегического плана:</p> <p>Основные направления деятельности гостиничного</p>

		предприятия как объекта перспективного планирования
--	--	---

Планируемые результаты обучения (перечень компетенций):

ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5.

Форма аттестации: Экзамен.