

2012
5.11

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



Проректор
по учебно-методической работе

А.А. Панфилов

« 08 » 12 201 5 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»

Профиль подготовки Экономика предприятий и организаций

Уровень высшего образования «Бакалавриат»

Форма обучения заочная

Семестр	Трудоем- кость, зач.ед./ час.	Лек- ций, час.	Практич. занятий, час.	Лаборат. работ, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
8	3/108	6	10	-	65	Экзамен, 27
Итого	3/108	6	10	-	65	Экзамен, 27

Владимир 20 15

1. ЦЕЛИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основной целью изучения дисциплины является ознакомление студентов с основами построения стратегической деятельности фирм, факторами и условиями функционирования предприятий в конкурентной среде, подготовка учащихся к дальнейшей самостоятельной трудовой (руководящей) практической деятельности и выполнению выпускной квалификационной работы.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Стратегическое управление» относится к дисциплинам по выбору вариативной части.

Учебный процесс по курсу «Стратегическое управление» организован в виде лекционных практических занятий, которые представлены вопросами для обсуждения, конкретными ситуациями, практикующими упражнениями и домашними заданиями по всем основным темам курса. Преподавание данного курса ведется в активной, проблемной постановке. Полученные в ходе изучения учебного курса знания и практические навыки обеспечат учащимся возможность самостоятельно решать сложные экономические задачи, выявлять причины недостаточной результативности организации, грамотно выстраивать стратегию управленческой деятельности. Его изучение предполагает установление и развитие междисциплинарных связей со следующими дисциплинами:

1. макроэкономика;
2. маркетинг;
3. менеджмент;
4. моделирование и прогнозирование экономических процессов.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы, разработке научных статей и формировании отчетов по производственной и преддипломной практике.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на овладение следующей компетенцией: способностью организовывать деятельность малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта (ПК-9); способностью критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений, разрабатывать и обосновывать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (ПК-11).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- основы составления стратегического плана для реализации конкретного экономического проекта;
- критерии социально-экономической эффективности и инновационных рисков (ПК-11).

Уметь:

- инициировать деятельность малой группы для реализации конкретного экономического проекта (ПК-9);
- оценивать предлагаемые варианты управленческих и инновационных решений (ПК-11);

Владеть:

- способностью организовывать деятельность предприятия для реализации конкретного стратегического проекта (ПК-9);
- способностью разрабатывать и обосновывать предложения по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев социально-экономической эффективности и рисков (ПК-11).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов

№ п/п	Тема дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)							Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			Неделя семестра	Лекции	Семинары	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС			КП / КР
1	История развития и реализации идей стратегического управления	8		2					8		1/50%	
2	Стратегическое управление фирм. Соотношение оперативного и стратегического управления	8		2					8		1/50%	
3	Рыночные стратегии предприятий: сущность, классификация	8		2					8		1/50%	
4	Школы стратегий. Конфигуратор школ стратегий	8				2			8		1/50%	
5	Стратегический анализ среды управления и стратегическое планирование	8				2			8		1/50%	
6	Построение стратегических матриц на основе маркетингового анализа	8				2			8		1/50%	
7	Стратегический контроль и бенчмаркинг	8				2			8		1/50%	
8	Корректировка стратегии	8				2			9		1/50%	
Всего				6		10		+	65		8/50%	Экзамен, 27

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При освоении дисциплины используются различные сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности студентов для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций.

На лекционных и практических занятиях используются активные и интерактивные формы проведения занятий (проблемная лекция, анализ конкретных ситуаций, групповая работа). При работе используется диалоговая форма ведения лекций с постановкой и решением проблемных задач, обсуждением дискуссионных моментов и т.д.

При проведении практических занятий создаются условия для максимально самостоятельного выполнения заданий. Любое практическое занятие включает самостоятельную проработку теоретического материала и изучение методики решения практических задач. Некоторые задачи содержат элементы научных исследований, которые могут потребовать углубленной самостоятельной проработки теоретического материала. При организации внеаудиторной самостоятельной работы по данной дисциплине применяются следующие образовательные технологии: конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами; самостоятельное изучение темы; подготовка докладов; подготовка иллюстрационного материала по самостоятельной работе; подготовка к тестированию. Использование прогрессивных методов преподавания предполагает тестирование знаний студентов в соответствии с перечнем вопросов, разрабатываемых ведущим преподавателем по отдельным разделам дисциплины. Тестирование может проводиться как непосредственно на практическом занятии, так и в качестве задания с обязательным промежуточным подведением итогов преподавателем.

Студенты также могут проводить самотестирование по отдельным вопросам изучаемых тем. Результаты самотестирования подводятся ведущим преподавателем и учитываются при промежуточной аттестации.

В процессе преподавания дисциплины предполагается использование современных информационных технологий и Интернет-ресурсов. При этом на каждой лекции и на каждом практическом занятии используется мультимедийный проектор и компьютер для демонстрации заранее подготовленного учебного материала, записанного на современных носителях информации (флеш-картах).

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Контроль освоения дисциплины проходит в форме текущего контроля, предполагающего использование преподавателем заданий, включающих как теоретические вопросы, так и практические задачи.

Положительная оценка знаний студентов по дисциплине «Стратегическое управление» складывается из отдельных оценок по каждому виду работ в течение семестра: ответов по лекционному и дополнительному материалу, докладов, выполнения контрольных и самостоятельных работ, участия в решении управленческих ситуаций.

Текущий контроль по каждой теме предполагает использование преподавателем тестовых заданий, включающих как теоретические вопросы, так и практические задачи. Контрольные работы производятся по окончании раздела. Дополнительно оцениваются следующие элементы:

- Посещение лекций.
- Работа на практических занятиях.
- Качество докладов.
- Тестирование.
- Контрольные работы.
- Упражнения.

Промежуточная аттестация по результатам семестрам по дисциплине проходит в форме экзамена, который включает в себя ответы на теоретические вопросы и решение тестов по темам курса.

Перечень вопросов к экзамену по теоретической части

1. Понятие стратегического управления предприятием, эволюция концепции стратегического управления
2. Принципы и функции стратегического управления
3. Цели и инструменты стратегического управления
4. Макросреда предприятий
5. Микросреда предприятий
6. Потребительские рынки, основные особенности покупательского поведения на них
7. Классификация товаров производственного назначения и особенности спроса на них
8. Классификация участников закупочной комиссии на рынке товаров производственного назначения
9. Сегментирование рынка в зависимости от степени дифференциации покупателей
10. Признаки сегментирования
11. Критерии степени привлекательности сегментов
12. Классификация товаров в зависимости от степени долговечности
13. Классификация товаров в зависимости от типа потребителя
14. Критерии, определяющие товарный ассортимент и номенклатуру
15. Особенности и функции упаковки
16. Функции и типы товарного знака (марки)
17. Составляющие идеи товара с подкреплением
18. Формирование и классификация стратегий товарной политики
19. Фаза НИОКР в жизненном цикле товара
20. Концепция жизненного цикла товара, особенности фаз выведения и роста
21. Закономерности фаз зрелости и спада в жизненном цикле товара
22. Условия реализации ценовой политики на рынках свободной и монополистической конкуренции
23. Условия реализации ценовой политики в условиях олигополии и монополии
24. Особенности ценовой и неценовой конкуренции
25. Понятие и значение ценовой эластичности спроса

Тематика контрольных работ

1. История развития и реализации идей стратегического управления
2. Стратегическое управление организацией. Соотношение оперативного и стратегического управления
3. Стратегия организации: сущность, классификация
4. Школы стратегий. Конфигуратор школ стратегий
5. Эталонные стратегии организаций
6. Конкурентные стратегии организаций
7. Маркетинговые стратегии
8. Инновационные стратегии
9. Система стратегического управления и ее этапы
10. Стратегический анализ среды управления
11. Стратегическое планирование
12. Формирование миссии и стратегических целей
13. Принятие стратегических управленческих решений
14. Анализ и выбор стратегии
15. Стратегические модели
16. Стратегические матрицы
17. Конкурентный анализ в стратегическом управлении
18. Модификация и разработка стратегии на основе ключевых компетенций

19. Реализация стратегии
20. Корректировка стратегии
21. Стратегические изменения в организациях
22. Три уровня управления стратегическими изменениями
23. Командообразование в стратегическом управлении
24. Стратегический контроль и бенчмаркинг
25. Система сбалансированных показателей
26. Реинжиниринг бизнес-процессов и его роль в выполнении стратегии
27. Корпоративное стратегическое управление
28. Стратегическое управление в холдинговых структурах
29. Стратегическое распределение функций между организациями (инсорсинг, аутсорсинг, сетевые организации, франчайзинг, международное партнерство организаций)
30. Стратегическое планирование социально-экономического развития города и региона
31. Стратегическое партнерство в стратегическом управлении
32. Корпоративная социальная ответственность в стратегическом управлении
33. Методы проведения исследований в области стратегического менеджмента (методы организационной диагностики и структурирования проблем, методы поиска стратегических решений, методы активизации творческого мышления)

Примеры тестовых заданий:

1	Рыночная среда - это	а) демографические, экономические, природные, научно-технические, политические и социально-культурные условия
		б) совокупность контролируемых организацией факторов, обеспечивающих производство привлекательных для целевых рынков товаров
		в) совокупность факторов, влияющих на возможность успешной работы организации на целевых рынках
		г) нет верного ответа
2	Наиболее распространенными признаками сегментирования потребительских рынков являются	а) сегментирование по демографическому признаку
		б) сегментирование по географическому признаку
		в) сегментирование по поведенческому признаку
		г) все ответы верны
3	Какой вид контактной аудитории обеспечивает контроль за деятельностью товаропроизводителей?	а) кредитно-финансовые организации
		б) гос. учреждения;
		в) финансовые учреждения;
		г) СМИ
4	Какая категория участников закупочной комиссии определяет перечень товаров и их поставщиков из числа которых возможно осуществить выбор?	а) прескрипторы;
		б) снабженцы;
		в) принимающие решения;
		г) советники.