

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Владимирский государственный университет

имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»

(ВлГУ)



УТВЕРЖДАЮ

Проректор

по образовательной деятельности

 А. А. Панфилов

« 07 » 06 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ
(наименование дисциплины)

Направление подготовки – 43.03.01 Сервис

Профиль/программа подготовки – «Социокультурный сервис»

Уровень высшего образования – бакалавриат

Форма обучения – очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/зачет с оценкой)
7	3 / 108	18	36		54	Зачет
Итого	3 / 108	18	36		54	Зачет

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины – овладение теоретическими знаниями по вопросам стратегического управления социокультурным предприятием, инструментарием, методикой разработки стратегии развития предприятия и приобретением практических умений и навыков использования концепции стратегического менеджмента в деятельности социокультурного предприятия.

Задачи:

- формирование у студентов представления об особенностях стратегического управления предприятием в условиях нестабильной, быстроизменяющейся внешней среды;
- приобретение студентами теоретических знаний об особенностях стратегического управления предприятием;
- овладение студентами вопросами организации и планирования деятельности по стратегическому управлению;
- овладение студентами методами анализа, разработки и реализации стратегий управления организацией;
- выработка у студентов умений формулировать миссию и цели предприятия на основе стратегического анализа;
- приобретение студентами практических навыков стратегического анализа среды, формирования целей, обоснования стратегий и разработки механизмов их реализации;
- изучение методов стратегического контроля и разработки систем контроля реализации стратегии.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Стратегический менеджмент в социокультурном сервисе» относится к дисциплинам по выбору.

Пререквизиты дисциплины: «Менеджмент в туризме и сервисе», «Маркетинг», «Экономический анализ предприятий сервиса», «Управление проектами».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-2 способность осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	Частичное освоение компетенции	Знать: основные функции управления сервисной деятельностью. Уметь: осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью. Владеть: навыками осуществления основных функций управления сервисной деятельностью.
ПКО-2 способность	Частичное	Знать: особенности организации работы исполнителей,

организовывать работу исполнителей, принимать решения об организации сервисной деятельности	освоение компетенции	принятия решений об организации сервисной деятельности. Уметь: организовывать работу исполнителей, принимать решения об организации сервисной деятельности. Владеть: навыками организации работы исполнителей, принятия решений об организации сервисной деятельности.
ПКР-18 способность управлять процессом подготовки к участию в мероприятии в сфере конгрессно-выставочных услуг	Частичное освоение компетенции	Знать: особенности управления процессом подготовки к участию в мероприятии в сфере конгрессно-выставочных услуг. Уметь: управлять процессом подготовки к участию в мероприятии в сфере конгрессно-выставочных услуг. Владеть: навыками управления процессом подготовки к участию в мероприятии в сфере конгрессно-выставочных услуг.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Тема 1. Стратегический менеджмент: сущность и особенности	7	1-2	2	4		6	3 /50%	
2	Тема 2. Стратегия как системный подход к управлению развитием предприятия. Стратегическое управление выставочной организацией.	7	3-4	2	4		6	3 /50%	
3	Тема 3. Модель стратегического планирования	7	5-6	2	4		6	3 /50%	Рейтинг контроль №1

4	Тема 4. SWOT – анализ и генерирование стратегических альтернатив развития предприятия	7	7-8	2	4		6	3 /50%	
5	Тема 5. Выбор стратегии и составление стратегического плана предприятия	7	9-10	2	4		6	3 /50%	
6	Тема 6. Управление стратегическим потенциалом предприятия	7	11-12	2	4		6	3 /50%	Рейтинг контроль №2
7	Тема 7. Организация стратегического управления на предприятии	7	13-14	2	4		6	3 /50%	
8	Тема 8. Выбор стратегических позиций предприятия на основе стратегического анализа	7	15-16	2	4		6	3 /50%	
9	Тема 9. Модель стратегического управления в условиях нестабильной внешней среды	7	17-18	2	4		6	3 /50%	Рейтинг контроль №3
Всего за 7 семестр:			108	18	36		54	27 /50%	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР				-					
Итого по дисциплине			108	18	36		54	27 /50%	Зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Стратегический менеджмент: сущность и особенности.

Содержание темы. Система стратегического менеджмента: понятия, элементы и их характеристика. Предпосылки усиления стратегического управления предприятием. Дефиниции стратегического менеджмента. Понятие стратегического менеджмента. Основные положения концепции стратегического менеджмента. Структура стратегического менеджмента. Модель структурного управления. Модель стратегического менеджмента. Функциональные области использования стратегической политики предприятия.

Эволюция стратегического менеджмента. Модели стратегического менеджмента иностранных компаний.

Тема 2. Стратегия как системный подход к управлению развитием предприятия. Стратегическое управление выставочной организацией.

Содержание темы. Стратегия по содержанию и форме. Дефиниции стратегии. Стратегия как набор правил. Уровни стратегии на предприятии. Классификация стратегий.

Понятие выставочной организации. Стратегический менеджмент в системе управления выставочным бизнесом. Стратегический анализ позиций выставочной организации. Разработка стратегии выставочного предпринимательства. Стратегическое видение перспективы выставочной организации. Миссия выставочной организации. Виды стратегий выставочных организаций. Конкурентные стратегии экспобизнеса. Стратегический контроллинг выставочной организации. Внедрение контроллинга в деятельность выставочной организации.

Тема 3. Модель стратегического планирования.

Содержание темы. Сущность и особенности стратегического планирования. Основные задания, которые решаются в процессе стратегического планирования.

Процесс стратегического планирования. Характеристика этапа создания цели. Схема процесса стратегического планирования. Составляющие миссии предприятия. Роль миссии в системе стратегического менеджмента. Сферы установления стратегических целей на предприятии. Характеристика стратегических целей.

Подходы к организации стратегического планирования на предприятии. Основные факторы, которые влияют на выбор подхода к организации стратегического планирования на предприятии.

Тема 4. SWOT – анализ и генерирование стратегических альтернатив развития предприятия.

Содержание темы. SWOT – анализ как этап стратегического планирования и как стратегический инструментарий. Место SWOT – анализа в процессе выбора стратегии предприятия. Этапы процесса SWOT – анализа.

Методика исследования внешнего окружения и внутренней среды предприятия. Структурная схема анализа внешнего окружения предприятия. Схема осуществления анализа внешнего окружения предприятия. Матрица SWOT. Профиль деятельности предприятия.

Процесс определения конкурентных преимуществ предприятия. Схема определения конкурентных преимуществ предприятия. Профиль полярностей.

Генерирование стратегических альтернатив развития предприятия. Матрица «Привлекательность рынка – Преимущества в конкуренции».

Тема 5. Выбор стратегии и составление стратегического плана предприятия.

Содержание темы. Характеристика факторов, которые влияют на выбор приемлемой стратегии предприятия. Факторы, которые влияют на выбор приемлемой стратегии предприятия.

Выбор приемлемой стратегии. Структура стратегического плана.

Стратегический контроль и оценка стратегии предприятия. Перечень основных показателей для оценки реализованной стратегии.

Тема 6. Управление стратегическим потенциалом предприятия.

Содержание темы. Понятие стратегического потенциала предприятия. Экономический потенциал предприятия.

Конкурентоспособность потенциала предприятия и методы ее оценки. Процесс управления стратегическим потенциалом предприятия.

Тема 7. Организация стратегического управления на предприятии.

Содержание темы. Особенности управленческой деятельности в системе стратегического управления предприятием. Основные функциональные обязанности менеджеров в системе стратегического управления предприятием.

Цель и функции отдела (службы) стратегического развития предприятия. Основные функции отдела стратегического развития предприятия.

Стратегические изменения на предприятии в процессе реализации стратегии. Сферы осуществления стратегических изменений на предприятии. Что предусматривает «стартовая площадка».

Тема 8. Выбор стратегических позиций предприятия на основе стратегического анализа.

Содержание темы. Стратегические зоны хозяйствования. Процесс стратегической сегментации. Характеристика стратегических зон хозяйствования. Параметры стратегической сегментации. Процесс стратегической сегментации. Параметры перспектив стратегических зон хозяйствования.

Оценка привлекательности стратегических зон хозяйствования. Оценка перспектив возрастания стратегических зон хозяйствования. Оценка перспектив рентабельности стратегических зон хозяйствования. Оценка уровня нестабильности внешней среды.

Выбор стратегических позиций предприятия в стратегических зонах хозяйствования. Матрица «Темпы увеличения рынка – часть рынка». Матрица «Привлекательность стратегических зон хозяйствования – конкурентные позиции». Модель Shell/DPM. Матрица Санкт-Петербургского технического университета.

Особенности управления стратегическим набором стратегических зон хозяйствования. Признаки принадлежности подразделений предприятия к стратегическим зонам хозяйствования. Стратегическая гибкость предприятия. Способы оценки синергетического эффекта.

Тема 9. Модель стратегического управления в условиях нестабильной внешней среды.

Содержание темы. Оценка уровня нестабильности внешней среды. Шкала для оценки нестабильности внешней среды.

Система управления предприятием в условиях нестабильности внешней среды: характеристика и выбор. Системы управления предприятием в условиях относительно стабильной внешней среды. Системы управления предприятием в динамичной

внешней среде. Системы управления предприятием в кризисных условиях. Слабые и сильные сигналы внешней среды.

Содержание практических занятий по дисциплине.

Тема 1. Стратегический менеджмент: сущность и особенности.

Содержание практического занятия 1. Методом модерации, выяснить какие черты свойственны менеджеру, который способен принимать стратегические решения.

Тема 2. Стратегия как системный подход к управлению развитием предприятия.

Содержание практического занятия 2. Решение задачи методом конкретных ситуаций (кейсов).

Кейс-задача ««ЮНИВЕРСАЛ» или выбор стратегии».

Тема 3. Модель стратегического планирования.

Содержание практического занятия 3. Решение задачи методом конкретных ситуаций (кейсов).

Кейс-задача «Агрессивная политика «BENETTON».

Тема 4. SWOT – анализ и генерирование стратегических альтернатив развития предприятия.

Содержание практического занятия 4. . Анализ и оценка факторов макросреды предприятия. Перечень возможностей и угроз макросреды предприятия. Анализ непосредственного окружения предприятия. Оценка факторов микросреды предприятия. Перечень возможностей и угроз непосредственного окружения предприятия. Анализ внутренней среды предприятия. Перечень сильных и слабых сторон предприятия. Составление матрицы SWOT. Решение стратегических проблем и разработка стратегических альтернатив развития предприятия.

Тема 5. Выбор стратегии и составление стратегического плана предприятия.

Содержание практического занятия 5. Решение задачи методом конкретных ситуаций (кейсов).

Кейс-задача «Экспансивная политика концерна «СТИРОЛ»».

Тема 6. Управление стратегическим потенциалом предприятия.

Содержание практического занятия 6. Решение задачи методом конкретных ситуаций (кейсов).

Кейс-задача «Переход к изменениям?»

Тема 7. Организация стратегического управления на предприятии.

Содержание практического занятия 6. Решение задачи методом конкретных ситуаций (кейсов).

Кейс-задача «TO BE OR NOT TO BE».

Тема 8. Выбор стратегических позиций предприятия на основе стратегического анализа.

Содержание практического занятия 8. Решение задачи методом конкретных ситуаций (кейсов).

Кейс-задача «Прогнозы – вещь неблагодарная».

Тема 9. Модель стратегического управления в условиях нестабильной внешней среды.

Содержание практического занятия 9. Решение задачи методом конкретных ситуаций (кейсов).

Кейс-задача «Функционирование предприятия в конкурентной среде».

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «*Стратегический менеджмент в социокультурном сервисе*» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- *Групповая дискуссия (тема №№2-3, 5-9);*
- *Разбор и анализ конкретных ситуаций (тема №2-3, 5-9);*
- Другое:*
 - *Метод модерации (тема №1);*
 - *Построение матрицы SWOT (тема №4).*

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

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль3). Типовые тестовые задания для проведения текущего контроля приведены ниже.

Вопросы к рейтинг-контролю №1.

1. Предпосылки усиления стратегического управления предприятием.
2. Дефиниции стратегического менеджмента. Понятие стратегического менеджмента.
3. Основные положения концепции стратегического менеджмента.
4. Структура стратегического менеджмента.
5. Модель структурного управления.
6. Модель стратегического менеджмента.
7. Функциональные области использования стратегической политики предприятия.
8. Этапы эволюции стратегического менеджмента.
9. Модели стратегического менеджмента иностранных компаний.
10. Дефиниции стратегии.

11. Стратегия как набор правил.
12. Стратегия по содержанию и форме.
13. Уровни стратегии на предприятии.
14. Классификация стратегий.
15. Сущность и особенности стратегического планирования.
16. Основные задания, которые решаются в процессе стратегического планирования.
17. Схема процесса стратегического планирования.
18. Составляющие миссии предприятия.
19. Роль миссии в системе стратегического менеджмента.
20. Сферы установления стратегических целей на предприятии.
21. Характеристика стратегических целей.
22. Подходы к организации стратегического планирования на предприятии.
23. Основные факторы, которые влияют на выбор подхода к организации стратегического планирования на предприятии.

Вопросы к рейтинг-контролю №2.

1. Место SWOT – анализа в процессе выбора стратегии предприятия.
2. Этапы процесса SWOT – анализа.
3. Структурная схема анализа внешнего окружения предприятия.
4. Схема осуществления анализа внешнего окружения предприятия.
5. Матрица SWOT.
6. Профиль деятельности предприятия.
7. Схема определения конкурентных преимуществ предприятия.
8. Профиль полярностей.
9. Матрица «Привлекательность рынка – Преимущества в конкуренции».
10. Факторы, которые влияют на выбор приемлемой стратегии предприятия.
11. Выбор приемлемой стратегии.
12. Рекомендованная структура стратегического плана.
13. Стратегический контроль и оценка стратегии предприятия.
14. Перечень основных показателей для оценки реализованной стратегии.
15. Понятие стратегического потенциала предприятия. Экономический потенциал предприятия.
16. Конкурентоспособность потенциала предприятия и методы ее оценки.
17. Процесс управления стратегическим потенциалом предприятия.

Вопросы к рейтинг-контролю №3.

1. Основные функциональные обязанности менеджеров в системе стратегического управления предприятием.
2. Основные функции отдела стратегического развития предприятия.
3. Сферы осуществления стратегических изменений на предприятии.
4. Что предусматривает «стартовая площадка».
5. Стратегические зоны хозяйствования. Характеристика стратегических зон хозяйствования.

6. Параметры стратегической сегментации.
7. Процесс стратегической сегментации.
8. Параметры перспектив стратегических зон хозяйствования.
9. Оценка привлекательности стратегических зон хозяйствования.
10. Оценка перспектив возрастания стратегических зон хозяйствования.
11. Оценка перспектив рентабельности стратегических зон хозяйствования.
12. Оценка уровня нестабильности внешней среды.
13. Матрица «Темпы увеличения рынка – часть рынка».
14. Матрица «Привлекательность стратегических зон хозяйствования – конкурентные позиции».
15. Модель Shell/DPM.
16. Матрица Санкт-Петербургского технического университета.
17. Особенности управления стратегическим набором стратегических зон хозяйствования.
18. Признаки принадлежности подразделений предприятия к стратегическим зонам хозяйствования.
19. Стратегическая гибкость предприятия.
20. Способы оценки синергетического эффекта.
21. Шкала для оценки нестабильности внешней среды.
22. Системы управления предприятием в условиях относительно стабильной внешней среды.
23. Системы управления предприятием в динамичной внешней среде.
24. Системы управления предприятием в кризисных условиях.
25. Слабые и сильные сигналы внешней среды.

Вопросы к зачету:

1. Предпосылки усиления стратегического управления предприятием.
2. Дефиниции стратегического менеджмента. Понятие стратегического менеджмента.
3. Основные положения концепции стратегического менеджмента.
4. Структура стратегического менеджмента.
5. Модель структурного управления.
6. Модель стратегического менеджмента.
7. Функциональные области использования стратегической политики предприятия.
8. Этапы эволюции стратегического менеджмента.
9. Модели стратегического менеджмента иностранных компаний.
10. Дефиниции стратегии.
11. Стратегия как набор правил.
12. Стратегия по содержанию и форме.
13. Уровни стратегии на предприятии.
14. Классификация стратегий.
15. Сущность и особенности стратегического планирования.
16. Основные задания, которые решаются в процессе стратегического планирования.
17. Схема процесса стратегического планирования.

18. Составляющие миссии предприятия.
19. Роль миссии в системе стратегического менеджмента.
20. Сферы установления стратегических целей на предприятии.
21. Характеристика стратегических целей.
22. Подходы к организации стратегического планирования на предприятии.
23. Основные факторы, которые влияют на выбор подхода к организации стратегического планирования на предприятии.
24. Место SWOT – анализа в процессе выбора стратегии предприятия.
25. Этапы процесса SWOT – анализа.
26. Структурная схема анализа внешнего окружения предприятия.
27. Схема осуществления анализа внешнего окружения предприятия.
28. Матрица SWOT.
29. Профиль деятельности предприятия.
30. Схема определения конкурентных преимуществ предприятия.
31. Профиль полярностей.
32. Матрица «Привлекательность рынка – Преимущества в конкуренции».
33. Факторы, которые влияют на выбор приемлемой стратегии предприятия.
34. Выбор приемлемой стратегии.
35. Рекомендованная структура стратегического плана.
36. Стратегический контроль и оценка стратегии предприятия.
37. Перечень основных показателей для оценки реализованной стратегии.
38. Понятие стратегического потенциала предприятия. Экономический потенциал предприятия.
39. Конкурентоспособность потенциала предприятия и методы ее оценки.
40. Процесс управления стратегическим потенциалом предприятия.
41. Основные функциональные обязанности менеджеров в системе стратегического управления предприятием.
42. Основные функции отдела стратегического развития предприятия.
43. Сферы осуществления стратегических изменений на предприятии.
44. Что предусматривает «стартовая площадка».
45. Стратегические зоны хозяйствования. Характеристика стратегических зон хозяйствования.
46. Параметры стратегической сегментации.
47. Процесс стратегической сегментации.
48. Параметры перспектив стратегических зон хозяйствования.
49. Оценка привлекательности стратегических зон хозяйствования.
50. Оценка перспектив возрастания стратегических зон хозяйствования.
51. Оценка перспектив рентабельности стратегических зон хозяйствования.
52. Оценка уровня нестабильности внешней среды.
53. Матрица «Темпы увеличения рынка – часть рынка».
54. Матрица «Привлекательность стратегических зон хозяйствования – конкурентные позиции».
55. Модель Shell/DPM.
56. Матрица Санкт-Петербургского технического университета.

57. Особенности управления стратегическим набором стратегических зон хозяйствования.

58. Признаки принадлежности подразделений предприятия к стратегическим зонам хозяйствования.

59. Стратегическая гибкость предприятия.

60. Способы оценки синергетического эффекта.

61. Шкала для оценки нестабильности внешней среды.

62. Системы управления предприятием в условиях относительно стабильной внешней среды.

63. Системы управления предприятием в динамичной внешней среде.

64. Системы управления предприятием в кризисных условиях.

65. Слабые и сильные сигналы внешней среды.

Перечень вопросов самостоятельной работы студентов:

1. Инновационные стратегии компаний: тенденции и перспективы.

2. Стратегические резервы и ресурсы предприятий. Подходы к оценке.

3. Стратегические бизнес-планы и программы. Порядок и особенности разработки применительно к основным видам хозяйственных предприятий России.

4. SWOT-анализ в стратегическом менеджменте. Применение в условиях рынка России.

5. Экономический потенциал предприятий. Виды и методы определения.

6. Конкурентные преимущества предприятий в условиях рынка России. Методы оценки.

7. Внутриотраслевая конкуренция в условиях рынка России (с примерами анализа).

8. Внешние силы конкуренции и оценка положения предприятий на рынке России.

9. Матрица Бостонской консультационной группы и ее применение в стратегическом менеджменте в условиях России (с примерами).

10. SWOT-прогноз стратегического спроса на услуги предприятия.

11. Стратегические группы конкурентов на отраслевом рынке.

12. Основные стратегии и их применение в условиях рынка России.

13. Стратегия диверсификации (с примерами применения в России).

14. Стратегии фокусирования (с примерами применения в России).

15. Стратегия синергизма (с примерами применения в России).

16. Стратегии предприятий на максимальной стадии подъема (с примерами применения в России).

17. Стратегия первопроходца (с примерами применения в России).

18. Стратегии рыночных реформ России (пенсионной, жилищно-коммунальной, земельной, образования, железнодорожного транспорта, вступления в ВТО и др.).

19. Стратегии глобализации и Россия (доклад на семинаре).

20. Стратегия инновационного развития экономики России до 2020 года.

21. Нововведения, как источник конкурентных преимуществ.

22. Методы удержания стратегического преимущества на рынке.

23. Влияние миссии и целей компании на выбор стратегии внедрения новой технологии.

24. Влияние государственной инвестиционной политики на стратегии фирм.

25. Компьютерное моделирование в стратегическом менеджменте.
26. Стратегический менеджмент в российских условиях.
27. Стратегическое управление: от старых форм к новым реалиям.
28. Причины и последствия неверных стратегий.
29. Стратегия информационного развития предприятия.
30. Стратегические направления развития ИТ-индустрии в России.
31. ИТ-стратегия как часть бизнес-стратегии компании.
32. Стратегии Internet- экономики.
33. Динамическое моделирование стратегий развития компании.
34. Стратегии как источник возникновения новых видов бизнеса.
35. Моделирование организационных стратегий.
36. Инновации как путь к достижению стратегических преимуществ.
37. Парадоксы формирования и реализации стратегий.
38. Современные тенденции развития стратегий.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература			
1. Литвак, Б. Г. Стратегический менеджмент: учебник для бакалавров / Б. Г. Литвак. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 507 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2929-4. — ЭБС Юрайт.	2019		https://urait.ru/bcode/4258 54
2. Шифрин, М. Б. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / М. Б. Шифрин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03440-0. — ЭБС Юрайт.	2020		https://urait.ru/bcode/4535 60
3. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 375 с. — (Высшее образование). — ISBN	2020		https://urait.ru/bcode/4500 32

978-5-534-03013-6. —ЭБС Юрайт.			
Дополнительная литература			
1. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — ЭБС Юрайт.	2020		https://urait.ru/bcode/452973
2. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 290 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03369-4. — ЭБС Юрайт.	2020		https://urait.ru/bcode/450496
3. Отварухина, Н. С. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02841-6. — ЭБС Юрайт.	2020		https://urait.ru/bcode/451262

7.2. Периодические издания

1. Стратегический менеджмент.
2. Стратегические решения и риск-менеджмент.
3. MANAGEMENT.
4. Менеджмент в России и за рубежом.
5. Российский журнал менеджмента.
6. Лидерство и менеджмент.

7.3. Интернет-ресурсы

1. Менеджмент в России и за рубежом – <http://www.mevriz.ru>.
2. Проблемы теории и практики управления – <http://www.uptp.ru>.
3. Harvard Business Review – Россия – <http://hbr-russia.ru>.
4. Управление 3000 - <http://bizoffice.ru>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий *лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы*: аудитории, оснащенные мультимедиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без спец. оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: Microsoft Office.

Рабочую программу составил к.т.н. Порошица А.И. Дубов

Рецензент
(представитель работодателя) А.У.С.С.С. «Омега» зам. дир. Светлана М.С. Сидорова
(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Тис
Протокол № 9 от 23.05.18 года
Заведующий кафедрой Евфимия-Турисова А.Т.
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии
направления 43.03.01. Сервис
Протокол № 3 от 07.06.18 года
Председатель комиссии Полоухин О.П.
(ФИО, подпись)