

# СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И РУКОВОДСТВО ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В БИЗНЕСЕ

## 1. Цель освоения дисциплины

Получение необходимых теоретических знаний и приобретение практических навыков в области процесса организации и разработки стратегического плана компании и руководства проектной деятельностью.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе» относится к базовой части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса», «Маркетинговый анализ и управление категориями», «Медиа-рекламный бизнес в условиях цифровизации», «Международный бизнес и предпринимательство», «Менеджмент в инновационной сфере», «Нейромаркетинг», «Применение искусственного интеллекта в бизнес-маркетинге», «Стратегии брендинга и бренд-менеджмент», «Формирование личного бренда», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Ознакомительная практика», «Педагогическая практика».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Основы предпринимательской культуры», «Современная медиакультура в глобальных бизнес-коммуникациях», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по профилю профессиональной деятельности».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий (УК-1);
- способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды (ОПК-3);
- способен к формированию и анализу транснациональных траекторий развития бизнеса в условиях применения альтернативных концепций эффективности управления (анализ и оценка информационного обеспечения бизнеса; использование экспертных и форсайт оценок; анализ интересов целевых аудиторий стейкхолдеров; маркетинговые исследования) (ПКР-1).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### *знать*

- стратегические цели компании;
- виды целей компании. Этапы разработки целей компании;
- анализ продуктов и услуг по следующим матрицам: модель BCG, матрица Ge/McKinsey, матрица Ансофф, модель ADL/LC;
- методику стратегического контроллинга стратегических изменений. Контроллинг этапов стратегии;

### *уметь*

- формировать стратегию компании (пример стратегического проекта);
- разрабатывать альтернативные цели компании;
- процесс анализа продуктов и услуг по следующим матрицам: модель BCG, матрица Ge/McKinsey, матрица Ансофф, модель ADL/LC;
- выявлять риски, связанные с выбранными стратегиями;

#### ***владеть***

- процессом формирования стратегической цели компании;
- видением и миссией компании, этапами стратегического планирования;
- механизмом реструктуризации организационной структуры управления компании;
- методикой процесса реализации стратегии с учетом стиля поведения компании в условиях кризиса.

#### **4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение**

количество зачётных единиц – 4,  
 общая трудоёмкость дисциплины в часах – 144 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 26 ч., СРС – 109 ч.),  
 распределение по семестрам – 4,  
 форма и место отчётности – экзамен (4 семестр).

#### **5. Краткое содержание дисциплины**

Концепция организационно-стратегического планирования.  
 Стратегические цели. Стратегия компании (пример стратегического проекта). Видение и миссия компании. Этапы стратегического планирования.

Стратегический анализ как организационный этап стратегического планирования.  
 Анализ внешней среды компании. Анализ клиентов. анализ конкурентов. Анализ отрасли.

Анализ и формирование бизнес-портфеля компании.  
 Виды целей компании. Этапы разработки целей компании. Разработка альтернатив целей компании. Формирование стратегической цели компании. Анализ продуктов и услуг по следующим матрицам: модель BCG, матрица Ge/McKinsey, матрица Ансофф, модель ADL/LC

Формирование альтернатив и выбор стратегической цели компании.  
 Стратегия концентрированного роста. Стратегия интегрированного роста. Методика стратегического контроллинга. Контроллинг стратегических изменений. Контроллинг этапов стратегии. Контроллинг процесса реализации стратегии.

#### **6. Разработчик**

Телятникова Виктория Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры технологии, экономики образования и сервиса ФГБОУ ВО «ВГСПУ».