

ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

1. Цель освоения дисциплины

Целью преподавания данной дисциплины является получение необходимых теоретических знаний и приобретение практических навыков в области процесса организации и разработки стратегического плана компании.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Организация стратегического планирования» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Организация стратегического планирования» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплины «Формирование маркетинговых стратегий», прохождения практики «Научно-исследовательская работа».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Современный стратегический анализ», «Стратегический дрейф», «SWOT-анализ управления», «Разработка корпоративных стратегий», «Реализация стратегии», «Современные проблемы менеджмента», «Стратегический анализ среды управления», «Стратегическое партнерство», «Стратегическое управление человеческими ресурсами», «Управление инновациями», «Управление социально-экономическими системами», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (организационно-управленческая)», «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3);
- способен к формированию и анализу транснациональных траекторий развития бизнеса в условиях применения альтернативных концепций стратегического 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;
- анализ внешней среды компании, анализ клиентов, анализ конкурентов, анализ отрасли;
- виды целей компании. Этапы разработки целей компании;
- анализ продуктов и услуг по следующим матрицам: модель BCG, матрица Ge/McKinsey, матрица Ансофф, модель ADL/LC;
- стратегию концентрированного роста, интегрированного роста, стратегию диверсифицированного роста, стратегию сокращения. Риски, связанные с выбранными стратегиями;
- методику стратегического контроллинга стратегических изменений. Контроллинг этапов стратегии. Контроллинг процесса реализации стратегии. Стилль поведения компании в условиях кризиса;

уметь

- формировать стратегию компании (пример стратегического проекта);
 - формировать цепочку ценностей, проводить анализ внутренней среды, потенциала компании;
 - 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;
 - организовывать контроллинг стратегических изменений, этапов стратегии.
- Контроллинг процесса реализации стратегии. Стиль поведения компании в условиях кризиса;

владеть

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

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 2,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 72 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 12 ч., СРС – 60 ч.),

распределение по семестрам – 2,

форма и место отчётности – зачёт (2 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Концепция организации 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.

Контроллинг стратегической цели компании.

Виды целей компании. Этапы разработки целей компании. Разработка альтернатив целей компании. Формирование стратегической цели компании

Анализ и формирование бизнес-портфеля 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. Стратегия диверсифицированного роста. Стратегия сокращения. Риски, связанные с выбранными стратегиями.

Контроллинг процесса реализации стратегии.

Методика стратегического контроллинга. Контроллинг стратегических изменений.

Контроллинг этапов стратегии. Контроллинг процесса реализации стратегии. Стиль поведения компании в условиях кризиса

6. Разработчик

Шохнех Анна Владимировна, доктор экономических наук, профессор кафедры технологии, экономики образования и сервиса ФГБОУ ВО «ВГСПУ».