

# БИЗНЕС-АНАЛИЗ И СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ДРЕЙФ

## 1. Цель освоения дисциплины

В изучении особенностей бизнес-анализа и стратегического дрейфа как неспособности компании адаптироваться к изменяющимся условиям отрасли, так как успех в удовлетворении будущих потребностей определяется адаптацией не к сегодняшним, а к завтрашним рынкам и технологиям. Наличие системы трансформации внутренней среды к новым потребностям рынка, включение новых технологических возможностей позволит избежать стратегического дрейфа.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Бизнес-анализ и стратегический дрейф» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Бизнес-анализ и стратегический дрейф» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Деловая культура стран изучаемых языков», «Деловой русский язык», «Межкультурная деловая коммуникация в сфере бизнеса и менеджмента», «Методология и методы научного исследования», «Практический курс второго иностранного языка», «Практический курс первого иностранного языка», «Социальное взаимодействие в поликультурной среде», «Эффективная письменная коммуникация», «Менеджмент», «Стратегическое управление и проектная деятельность», «Управленческая экономика», прохождения практик «Производственная (научно-исследовательская работа) практика», «Учебная (проектная) практика».

## 3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (УК-1);
- способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2);
- осуществлять межкультурную коммуникацию в профессиональной сфере, используя понятийный аппарат и методологическую базу сферы бизнеса и менеджмента (ПК-1).

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

### *знать*

- понятие и уровни стратегии, алгоритм проведения стратегического анализа, принципы создания стоимости в стратегический анализ;
- информационные источники стратегического анализа;
- организацию аналитической работы для целей стратегического развития бизнеса, систему показателей оценки внутренней среды в разработке и контроле реализации стратегии развития бизнеса;
- методы стратегического анализа в разработке стратегии организации;
- понятие стратегического дрейфа как скрытого долгосрочного процесса разбалансированности механизмов управления; условия появления в развитии организации стратегического дрейфа;
- анализ уровня разрыва между требованиями рынка и реальными предложениями организации; анализ товарной, распределительной политики для оценки обеспеченности роста и рентабельности организации;
- инкрементальные изменения; колебания – кризис, рост расхождения между изменениями внешней среды и организационными изменениями;

– анализ новых рынков и конкурентов; анализ влияния на организацию политических, экономических, правовых, социальных и технологических влияний;

#### ***уметь***

- разрабатывать стратегию, анализировать факторы маркетинговой среды;
- выбирать источники информации при проведении бизнес-анализа;
- анализировать портфель диверсифицированной организации БКГ, анализировать на основе матрицы Мак-Кинси, матрицы Ансоффа;
- анализировать внутреннее положение компании на основе модели Мак-Кинси — 7S. GAP-анализ, анализа PIMS;
- проводить: анализ возможных незаметных разногласий и рассогласованности в стратегии организации с требованиями ее внешнего окружения; анализ периода появления стратегического дрейфа в организации;
- проводить анализ информации о инновационных продуктах-заменителях, работах, услугах товаров;
- выявить и идентифицировать радикальные стратегические изменения;
- проводить факторный анализ рыночных сил и течений;

#### ***владеть***

- методикой анализа факторы внутренней среды организации, анализа факторов макросреды;
- стратегическим анализом в разработке миссии и цели организации;
- аналитическими подходами к разработке и реализации стратегии;
- методами количественной и качественной оценок рисков;
- методикой прогноза наступления радикальных изменений и снижение показателей деятельности организации;
- анализом внутренней политики управления организации, анализом скрытых сопротивлений во внутренней среде на управленческие решения в организации;
- механизмом поиска оптимальной интеграции внутренних возможностей организации с внешней средой как выход из стратегического дрейфа;
- методами организации способности выгодно использовать возможности для перехода в стадию роста; сбалансированной системой показателей.

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

количество зачётных единиц – 4,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 144 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 18 ч., СРС – 126 ч.),

распределение по семестрам – 4,

форма и место отчётности – зачёт (4 семестр).

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

Стратегический анализ в системе и процессе управления. Источники информации.. Понятие и уровни стратегии. Схема проведения стратегического анализа. Включение принципов создания стоимости в стратегический анализ. Аналитические подходы к разработке и реализации стратегии. Анализ факторов внутренней среды организации. Анализ факторов макросреды. Организация аналитической работы для целей стратегического развития бизнеса. Информационные источники стратегического анализа. Система показателей оценки внутренней среды в разработке и контроле реализации стратегии развития бизнеса. Качественные методы, применяемые для разработки стратегии. Анализ факторов маркетинговой среды. Стратегический анализ в разработке миссии и цели организации

Методы бизнес-анализа..

Методы стратегического анализа в разработке стратегии организации. Анализ портфеля диверсифицированной организации БКГ. Многофакторный анализ на основе матрицы Мак-Кинси. Разработка эффективной стратегии с помощью матрицы Ансоффа. Метод Абея для выбора рыночного сегмента. Обоснование стратегии конкурентного преимущества на основе модели Томпсона — Стрикленда. Модель пяти сил конкуренции по М. Портеру. Анализ внутреннего положения компании на основе модели Мак-Кинси — 7S. GAP-анализ. Модель делового комплексного анализа PIMS. Стратегический SNW- анализ. Бизнес-планы организаций как предмет стратегического анализа. Инструменты и методы стратегического планирования. Технология SWOT- анализа. Анализ безубыточности деятельности организации. Анализ и прогнозирование запаса финансовой прочности организации. Производственный и финансовый левэридж в оценке предпринимательского риска. Оценка чувствительности ключевых показателей бизнеса к изменениям различных факторов.

Понятие стратегического дрейфа и условия его появления в деятельности и развитии организации. Диагностика положения организации на рынке для выявления влияния стратегического дрейфа на процессы управления.

Понятие стратегического дрейфа как скрытого долгосрочного процесса разбалансированности механизмов управления. Условия появления в развитии организации стратегического дрейфа. Анализ возможных незаметных разногласий и рассогласованности в стратегии организации с требованиями ее внешнего окружения. Анализ периода появления стратегического дрейфа в организации. Прогноз наступления радикальных изменений и снижение показателей деятельности организации. Анализ уровня разрыва между требованиями рынка и реальными предложениями организации. Анализ товарной, распределительной политики для оценки обеспеченности роста и рентабельности организации. Анализ информации о инновационных продуктах- заменителях, работах, услугах товаров. Анализ внутренней политики управления организации. Анализ скрытых сопротивлений во внутренней среде на управленческие решения в организации.

Последствия ошибок в выборе и реализации стратегии в процессе изменений внешнего окружения и организационного отклонения от регламентов. Поиск оптимальной интеграции внутренних возможностей организации с внешней средой как выход из стратегического дрейфа.

Инкрементальные изменения. Колебания – кризис, рост расхождения между изменениями внешней среды и организационными изменениями. Радикальные стратегические изменения. Гибель - неспособность сделать стратегический выбор. Анализ новых рынков и конкурентов. Анализ влияния на организацию политических, экономических, правовых, социальных и технологических влияний. Факторный анализ рыночных сил и течений. Поиск оптимальной интеграции внутренних возможностей организации с внешней средой как выход из стратегического дрейфа

## **6. Разработчик**

Шохнех А.В., д.э.н., профессор кафедры технологии, экономики образования и сервиса ФГБОУ ВО "ВГСПУ",

Гомаюнова Т.М., к.э.н., доцент кафедры технологии, экономики образования и сервиса ФГБОУ ВО "ВГСПУ".