

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра «Информационные системы цифровой экономики»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Методы стратегического планирования и управления»

Направление подготовки:	<u>38.03.05 – Бизнес-информатика</u>
Профиль:	<u>Цифровая экономика</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины «Методы стратегического планирования и управления» в соответствии с ФГОС ВО является использование основы экономических знаний в различных сферах деятельности, обследование организаций, выявление информационных потребностей пользователей, формирование требований к информационной системе, проектирование ИС в соответствии с профилем подготовки по видам обеспечения, документирование процессов создания информационных систем на стадиях жизненного цикла, сбор детальной информации для формализации требований пользователей заказчика, развитие знаний и навыков в области теоретических знаний и практических навыков в области бухгалтерского и налогового учета. Основной задачей изучения дисциплины является овладение навыками:

- самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений;
- современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы с помощью информационных систем;
- построения объектно-ориентированных моделей предметной области;
- разработки программных комплексов для решения прикладных задач, оценки сложности алгоритмов и программ, использования современных технологий программирования.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Методы стратегического планирования и управления" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКС-3	Способен осуществлять организационную поддержку платформенных решений и развития цифровой экосреды
ПКС-4	Способен принимать управленческие решения в условиях цифровой экономики

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

В обучении студентов по данной дисциплине используются: 1. при проведении лекционных занятий: - вводная; - лекция-информация; - классическо-лекционный; - проблемная лекция; - обучение с помощью технических средств обучения- лекция визуализация; - личностно-ориентированные; - объяснительно-иллюстративные. 2. для проведения лабораторных занятий: - проектная технология; - технология учебного исследования; - техника «круглый стол»; - объяснительно-иллюстративные; - технология обучения в сотрудничестве и в малых группах; - технология проблемного обучения; - групповые; - технологии дистанционного обучения; - индивидуальные; - разбор конкретных ситуаций. .

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

РАЗДЕЛ 1

Стратегическое планирование: общие понятия и определения.

Этапы формирования стратегического плана

Тема: Понятие стратегии. История становления и развития стратегического планирования.
Этапы формирования стратегического плана
Этапы формирования стратегического плана
История становления и развития стратегического планирования как самостоятельного направления экономической науки.
Предпосылки развития стратегического планирования на российских предприятиях.
Стратегическое планирование: сущность, основные понятия и определения.
Особенности стратегических решений.
Понятие стратегии развития предприятия. Отличительные особенности стратегии по И. Ансоффу и Г. Минцбергу. Процесс реализации стратегии.
Модель Гарвардской школы бизнеса.
Методологические принципы стратегического планирования.
Модель формирования стратегического плана И. Ансоффа.
Схема формирования стратегического плана по Г. Стейнеру.
Контур стратегического планирования. Этапы формирования стратегического плана предприятия.

Тема: Подходы к процессу разработки стратегии развития предприятия
Подход к выработке стратегии предприятия Б. Ричардсона и Р. Ричардсона. Корпоративное планирование. Итеративное планирование. Интуитивное планирование. Хаотическое планирование. Анализ школ стратегического планирования: школа дизайнера; школа планирования; школа позиционирования; школа предпринимательства; когнитивная школа; школа обучения; школа власти; школа культуры; школа внешней среды; школа конфигурации. Типы стратегий по Г. Минцбергу. Стили стратегического управления («плановый», «антрепренерский», «идеологический», «парашют», «процесс», «разъединение», «консенсус», «вынуждение»). Типы стратегий по Р. Майлсу и С. Сноу. Стили стратегического управления: «защитники», «наступающие», «аналитики», «реактивщики». Процедуры выработки плановых решений – планирование «снизу-вверх», «сверху-вниз», интерактивное планирование.

Тема: Содержание и принципы проведения стратегического анализа
(опрос, тестирование)

Тема: Содержание и принципы проведения стратегического анализа
Определение и суть стратегического анализа. Методологические принципы организации стратегического анализа. Процедура проведения стратегического анализа по Г. Киперману. Методы управленческого анализа. Классификация проблем предприятия: сущностные, социокультурные, ситуационные. Определение стратегических ресурсов предприятия и сфер его деятельности. Конкурентные преимущества предприятия. Определение области стратегических возможностей. Стратегические проблемы предприятия.

Тема: Анализ внешней деловой окружающей среды
Понятие внешней деловой окружающей среды. Основные составляющие внешней среды. Цели анализа внешней среды. Методы реагирования на изменения внешней среды. Основные типы внешнего окружения. Анализ динамики и сложности внешней деловой окружающей среды. Неопределенность внешней среды. Анализ общей (дальней) окружающей среды (макроокружения). Система PESTYLE=" (экономические, социальные, политические и технологические прогнозы). Экономическая среда. Циклы деловой активности. Государственная экономическая политика. Прогнозы экономической среды

Тема: Анализ специфической (ближней) окружающей среды

Структура специфической (ближней) окружающей среды (рыночного окружения (микросреды)). Изучение производственных трендов. Производственный прогноз. Изучение и прогнозирование структурных сдвигов в экономике. Анализ цикла отраслевого развития. Основные показатели анализа отрасли. Конкурентный анализ специфической окружающей среды. Структурный анализ конкурентного окружения. Пять сил конкуренции по М. Портеру. Угроза появления новых конкурентов. Конкуренция товаров-заменителей. Возможности потребителей. Власть поставщиков. Соперничество между действующими конкурентами

Тема: Анализ ресурсного потенциала предприятия (внутренних возможностей)

Зачет

РАЗДЕЛ 3

Модели стратегического выбора

Тема: Модели стратегического выбора

Матрица возможностей по товарам/рынкам И. Ансоффа.

Стратегия проникновения на рынок. Стратегия развития рынка. Стратегия разработки товара. Стратегия диверсификации.

Матрица «рынок–продукт» по Г. Стейнеру.

Понятие стратегических полей бизнеса.

Типовые стратегии по М. Портеру. Конкурентное преимущество и его виды. Сфера конкуренции. Стратегия лидерства за счет экономии на издержках. Кривая опыта.

Экономия на масштабах производства. Риски, связанные со стратегией лидерства по издержкам. Стратегия дифференциации. Риски, возникающие при применении стратегии дифференциации. Стратегия фокусирования. Сфокусированная стратегия низких издержек. Сфокусированная стратегия дифференциации. Стратегия оптимальных издержек. Типовые стратегии и прибыльность. Дифференциация и эффективность.

Тема: Анализ подходов к портфельному выбору

Понятие стратегической единицы бизнеса и портфеля предприятия.

Портфельный анализ. Методологические принципы проведения портфельного анализа.

Этапы проведения портфельного анализа.

Основные методы портфельного анализа. Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ). Выбор стратегий в рамках матрицы БКГ. Преимущества и недостатки использования матрицы БКГ. Модифицированная матрица БКГ

Тема: Создание информационной базы.

Понятие диверсификации и её причины. Цели и виды диверсификации.

Мотивы диверсификации.

Тема: Основные элементы теории диверсификации

Возможности диверсификации. Вертикальная и горизонтальная диверсификация.

Побочная (конгломеративная) диверсификация. Движущие силы и критерии диверсификации производства. Критерии оценки диверсифицированных компаний.

Тема: Основные элементы теории диверсификации

(опрос, тестирование,
выполнение КР на 40%)

Тема: Сущность и типы корпоративных стратегий диверсификации

Методы диверсификации: адаптация, экспансия, поглощение, слияние, присоединение, инвестиции, содействие.

Формирование корпоративных стратегий диверсификации на основе цикла развития предприятия. Стратегические действия предприятия в условиях диверсификации производства.

Корпоративные стратегии диверсификации производства на стадии роста: вертикальная диверсификация, диверсификация в родственные и неродственные отрасли, комбинированная диверсификация. Формы реализации корпоративных стратегий диверсификации на стадии роста предприятия: поглощение, создание нового или совместного предприятия. Транснациональная диверсификация.

Тема: Особенности организации стратегического планирования на диверсифицированных предприятиях

Теория стратегических зон хозяйствования (СЗХ) И. Ансоффа. Параметры и порядок выделения стратегических зон хозяйствования. Оценка привлекательности стратегических зон хозяйствования. Понятие стратегического хозяйственного центра (СХЦ). Атакующие и защищающиеся стратегические хозяйственные центры и их цели. Формирование стратегических планов диверсифицированного предприятия.

Тема: Стратегические альянсы: теоретические и практические аспекты формирования и развития

Тенденции развития мирового сообщества и мировой экономики. Теория глобального управления. Понятие глобальных корпораций. Процесс формирования глобальных корпораций. Принципы формирования системы глобального управления. Понятие стратегических альянсов. Типы стратегических альянсов. Основные причины образования стратегических альянсов в различных отраслях промышленности.

Тема: Функциональные стратегии

Понятие функциональных стратегий. Стратегия маркетинга. Основные подходы к разработке маркетинговой стратегии. Основные элементы стратегии маркетинга: стратегия товара, стратегия ценообразования, стратегия товародвижения, стратегия товаропродвижения. Товарная стратегия и её базовые элементы. Возможные подходы к установлению целей процесса ценообразования на уровне предприятия. Основные факторы ценообразования. Классификация методов ценообразования на предприятии. Планирование бюджета маркетинга на основе показателей целевой прибыли. Планирование бюджета маркетинга на основе оптимизации прибыли. Анализ маркетинговых затрат.

Тема: Функциональные стратегии

(опрос, тестирование, выполнение КР на 100%)

РАЗДЕЛ 4

Курсовая работа

Экзамен