

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

Кафедра «Менеджмент качества»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Стратегический менеджмент и маркетинг»

Направление подготовки:	27.04.02 – Управление качеством
Магистерская программа:	Управление качеством в производственно-технологических системах
Квалификация выпускника:	Магистр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2020

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины (модуля) «Стратегический менеджмент и маркетинг» является: ознакомление магистров с теорией и практикой формирования и многоаспектного анализа стратегических решений.

В процессе изучения дисциплины ставятся и решаются следующие задачи:

1. Дать магистрам теоретические знания в области математических, эвристических и интеллектуальных методов и инструментальных средств анализа и синтеза стратегических решений.
2. Обучить магистров основным принципам и механизмам практического использования теоретических знаний в транспортно – строительной отрасли.
3. Обучить навыкам формирования и оценки стратегических планов инновационного развития организаций транспортно – строительной отрасли.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Стратегический менеджмент и маркетинг" 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-1	Способен осуществлять постановку задачи исследования, формировать план его реализации, прогнозировать динамику и тенденции развития объекта, процесса, задач, проблем, их систем, пользоваться для этого формализованными моделями и методами
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекций, практических занятий и лабораторных работ. Часть лекций проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью являются традиционными классически-лекционными (объяснительно-иллюстративные), а также с использованием проблемных дискуссий для разбора и анализа конкретной ситуации. Часть практических занятий выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач), а остальная часть проводится с использованием электронных заданий (решение проблемных поставленных задач с помощью современной вычислительной техники и исследование моделей); технологий, основанных на коллективных способах обучения, групповые дискуссии, ситуационные задачи. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на 3 раздела, представляющих собой логически заверченный объем учебной информации. Фонды

оценочных средств освоенных компетенций включают в себя как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение ситуационных задач, анализ конкретных ситуаций, работа с данными) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях. .

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

РАЗДЕЛ 1

Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга

Стратегическое управление инновационной деятельностью.

Условия функционирования современного высокотехнологического бизнеса.

Разработка стратегий инновационных организаций.

Разработка стратегического видения и миссии фирмы.

Установление целей.

Разработка стратегии.

Модель процесса стратегического управления.

Стратегический анализ.

Формирование и выбор стратегий.

Реализация стратегии.

Пирамида стратегий.

Стратегический этап инновационного управления.

Деловая и функциональная стратегии.

Оперативный этап инновационного управления.

Анализ ближнего окружения организации. Конкурентная обстановка. Формирование конкурентных преимуществ.

Механизм воздействия пяти сил конкуренции.

Стратегический смысл пяти конкурентных сил.

Движущие силы конкуренции.

Конкурентные преимущества.

Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе.

Анализ привлекательности отрасли.

Анализ внутренних ресурсов организации.

Переменные, характеризующие внутренние ресурсы организации.

Анализ цепочки создания ценности

Варианты стратегического развития организации.

Стратегия “оставить всё без изменений”.

Стратегии внутреннего роста.

Стратегии внешнего роста.

Стратегии изъятия вложений.

Стратегии международного развития.

Стратегия и конкурентное преимущество.

Пять общих стратегий конкуренции.

Стратегия низких издержек.

Стратегии дифференциации.

Стратегия оптимальных издержек.

Сфокусированные стратегии низких издержек и дифференциации.

Использование наступательных стратегий для сохранения конкурентного преимущества.

Использование оборонительных стратегий для защиты конкурентного преимущества.

Стратегия вертикальной интеграции и конкурентное преимущество.

Стратегия дезинтеграции и рассредоточения.

Приведение маркетинговой стратегии в соответствие со сложившейся ситуацией.

Стратегии, зависящие от ситуации в отрасли.

Стратегии для конкуренции в новых отраслях.
Стратегии для конкуренции в отраслях, находящихся в стадии зрелости.
Стратегии для фирм, находящихся на стагнирующих рынках.
Стратегии для конкуренции в раздробленных отраслях.
Стратегии для конкуренции на международных рынках.
Сравнение многонациональной и глобальной конкуренции.
Стратегии завоевания и защиты рыночных конкурентных позиций на основе использования интеллектуальной собственности.
Стратегии в области НИОКР.
Стратегии по созданию и внедрению инноваций.
Диверсификация в новые сферы деятельности и родственные отрасли.
Диверсификация в неродственные отрасли.
Стратегии продажи и ликвидации бизнеса
Корпоративные стратегии восстановления, экономии и реструктуризации портфеля.
Комбинированные стратегии диверсификации.
Стратегический анализ диверсифицированных компаний.
Оценка диверсифицированного портфеля с использованием матричного анализа.
Маркетинг инноваций.
Основные понятия и определения.
Концепции управления маркетингом.
Системы маркетинговых исследований и маркетинговой информации.
Маркетинговая среда.
Сегментирование рынка, выбор целевых сегментов и позиционирование товара.
Эволюция маркетинга
Сегментирование рынка.
Выбор целевых сегментов рынка.
Выбор стратегии охвата рынка.
Позиционирование товара на рынке.
Критерии, характеризующие качество товара.
Описание и характеристика свойств альтернатив.
Альтернативные способы позиционирования технических объектов.
Разработка комплекса маркетинга.
Разработка товаров.
Характеристика товара по замыслу, в реальном исполнении и с подкреплением

РАЗДЕЛ 1

Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга
Решение ситуационных задач

РАЗДЕЛ 2

Математические, эвристические и интеллектуальные методы и информационные технологии для решения задач стратегического менеджмента в инновационных организациях
Методы теории принятия решений.
Анализ существующих подходов. Постановка задачи принятия решений.
Метод анализа иерархий.
Иерархическое представление проблемы
Преимущества иерархий
Процедура построения иерархий
Шкала отношений
Матрицы парных сравнений
Собственные векторы и значения матриц
Динамические предпочтения и приоритеты
Оценка однородности суждений.

Синтез приоритетов на иерархии и оценка ее однородности.
Иерархический синтез.
Учет мнений нескольких экспертов
Методы сравнения объектов относительно стандартов и копированием.
Сравнение объектов относительно стандартов.
Сравнение объектов методом копирования.
Многокритериальный выбор на иерархиях с различным числом и составом альтернатив под критериями.
Определение приоритетов сложного решения.
Мультипликативный и аддитивный принципы формирования отношения Выгоды-Возможности-Издержки-Риски.
Метод аналитических сетей.
Сети с обратными связями.
Суперматрица сетевой задачи.
Классификация иерархий, модифицированных с целью перестройки в сети с обратной связью.
Управляющая иерархия.
Приоритеты в суперматрице.
Предельная суперматрица и ее Чезаровская сумма.
Анализ сетевых структур.
Алгоритм анализа сетевых структур.
Выбор метода принятия решения.
Методы принятия решений на основе теории нечетких множеств.
Элементы теории нечетких множеств.
Нечеткие операции, отношения и свойства отношений.
Операции над нечеткими множествами.
Нечеткие отношения.
Свойства нечетких отношений.
Выбор альтернатив на основе метода пересечения нечетких множеств.
Выбор альтернатив на основе метода нечеткого отношения предпочтения.
Выбор альтернатив на основе метода нечеткого логического вывода.
Выбор альтернатив на основе метода аддитивной свертки.
Ранжирование альтернатив на множестве лингвистических векторных оценок.
Методы кластерного анализа.
Построение и исследование систем-классификаций.
Системы-классификации.
Виды измерений.
Формализация обработки качественных признаков.
Обобщенные алгоритмы классификационных построений.
Алгоритм построения матриц отношений сходства и включения.
Алгоритм построения иерархической классификации (дендрограммы).
Мера сходства на основе экспертной оценки.
Обработка количественных признаков образов.
Определение оригинальных и типовых систем.
Кластеризация морфологических множеств.
Методы комбинаторно-морфологического анализа и синтеза инноваций.
Классификация задач анализа и синтеза систем.
Теоретические основы комбинаторно – морфологического анализа и синтеза систем.
Подготовка информации для анализа и синтеза рациональных систем.
Установление исходной цели синтеза.
Способы формирования поисковых заданий.
Морфологические таблицы.
Разработка морфологических таблиц на основе функционального анализа систем.

Объектно-функциональный анализ систем. Разработка морфологических таблиц с использованием классификационных признаков.

Представление знаний в виде контекстно - свободных и контекстно - зависимых грамматик синтеза инновационных решений.

Критерии оценки качества синтезированных вариантов систем.

Модели и алгоритмы синтеза конкурентоспособных технико - экономических систем.

Модель комбинаторно - морфологического синтеза сложных промышленных систем с использованием критериев экономической эффективности.

Алгоритм синтеза с учетом различного вклада функций или функциональных подсистем в эффективность целостного варианта синтезируемой системы.

Алгоритм синтеза решений при переменной структуре синтезируемой системы.

Древовидный и лабиринтный алгоритмы морфологического синтеза решений.

Подход к синтезу многофункциональных систем при снятых ограничениях на число и характер выполняемых ими функций.

Эвристические методы синтеза систем.

Классификация эвристических методов синтеза.

Методы ненаправленного синтеза решений.

Методы направленного синтеза решений.

Фонд эвристических приемов.

Метод «мозгового штурма».

Методы ассоциаций и аналогий.

Синектика.

Методы контрольных вопросов и коллективного блокнот.

Метод «матриц открытия».

Алгоритм решения изобретательских задач.

Метод синтеза новых функций.

Системотехнический метод синтеза.

Метод синтеза систем «человек-машина».

Автоматизация эвристических методов синтеза новых систем.

Методы QFD и Тагучи.

Компьютерная поддержка процессов стратегического проектирования.

Обобщенный эвристический метод.

Метод анализа взаимосвязанных областей решения.

Проектирование нововведений путем смещения границ.

Метод определения компонентов по Александру.

Метод классификации проектной информации.

Интеллектуальные методы и системы для поддержки процедур принятия стратегических решений.

Методы теории игр для моделирования рискованных ситуаций.

Краткий анализ подходов к моделированию рискованных ситуаций

РАЗДЕЛ 3

Модели многокритериального анализа деятельности инновационных предприятий

Многокритериальная оценка деятельности предприятия.

Формирование состава показателей и обоснование структуры модели комплексной оценки предприятия.

Состав показателей модели комплексной оценки деятельности предприятия.

Модель комплексной оценки деятельности предприятия на основе нечеткого логического вывода.

Блок нечетких атрибутов.

Многокритериальный анализ и выбор компании с наибольшим интеллектуальным капиталом.

Описание проблемной области.

Системный подход к формированию стратегических маркетинговых решений.
Формализованные подходы к поиску и оценке перспективных рыночных ниш для инноваций. Методы реконструкции границ рынка и их анализ.
Метод анализа альтернативных отраслей.
Метод анализа стратегических групп отрасли.
Анализ цепочки покупателей.
Рассмотрение дополнительных продуктов и услуг.
Анализ функциональной и эмоциональной привлекательности товара для покупателей.
Детальное рассмотрение тенденций отраслей.
Прогнозирование наиболее вероятного спроса на потребительские товары.
Нечеткая модель выбора стратегии расширения доли рынка на основе аддитивной свертки.
Разработка маркетинговой стратегии вывода на рынок нового продукта с использованием метода аналитических сетей.
Принятие стратегических решений по выбору товарных знаков и оценке привлекательности брендов.
Описание предметной области.
Пример оценки привлекательности бренда для компании, планирующей деловой франчайзинг на рынке молочной продукции.
Выбор каналов сбыта инновационной продукции.
Выбор поставщика материала для изготовления инновационной продукции.
Исследование проблемы о покупке франшизы.
Постановка задачи.
Выбор способа коммерциализации инновационной разработки.
Методика и модели управления портфелем проектов инновационной организации.
Моделирование процесса управления портфелем проектов.
Принципы построения системы синтеза и планирования портфелей проектов.
Пример формирования и планирования портфеля проектов предприятия.
Анализ дальнего окружения инновационной логических правил оценки кадрового обеспечения.
Правила определения значений итоговых переменных.
Пример реализации комбинированного алгоритма вывода оценки производственного потенциала.
Модель нечеткого логического вывода для анализа и прогнозирования развития предприятия.
Модели комплексной оценки деятельности предприятия на основе методов анализа иерархий и аналитических сетей.
Матрица обратного сравнения.
Оценка рисков на предприятии.
Оценка риска экономического кризиса предприятия.
Полный перечень частных критериев.
Предельные приоритеты воздействия элементов.
Оценка риска по видам выпускаемой продукции.
Предельные приоритеты воздействия элементов и кластеров.
Оценка конкурентной позиции предприятия.
Модель оценки конкурентоспособности фирмы на основе SWOT – анализа.
Модель анализа McKinsky для анализа стратегического положения фирмы.
Анализ конкурентоспособности предприятия многокритериальным методом анализа иерархий.
Показатели, использованные при проведении конкурентного бенчмаркинга и их значения по объектам сравнения.
Содержание этапов оценки.
Приоритеты альтернатив по частным критериям.

Модель оценки конкурентоспособности инновационных организаций методами ELECTRE.

Решение задачи бенчмаркинга методом PRIME.

Упорядоченные варианты значений атрибутов.

Результаты сравнения последовательных интервалов значений организации.

Прогнозирование инновационной кампанией стратегических намерений России по проблеме вступления во Всемирную торговую организацию.

Приоритеты влияния кластеров.

Интерпретация и обсуждение результатов.

РАЗДЕЛ 3

Модели многокритериального анализа деятельности инновационных предприятий

Решение ситуационных задач

РАЗДЕЛ 4

Аналитическое планирование, выбор и распределение ресурсов в инновационных организациях

Аналитическое планирование, выбор и распределение ресурсов в инновационных организациях.

Теоретические основы аналитического планирования.

Иллюстрация подходов аналитического планирования.

Планирование будущего корпорации.

Планирование предприятием стратегий завоевания рынка в условиях конкуренции.

Планирование развития отрасли.

Анализ «стоимость – эффективность» и распределение ресурсов.

Принятие стратегического решения об инвестировании средств в технологически сложные и дорогостоящие инновационные проекты.

Многокритериальный выбор программы проведения научно-исследовательской работы по критерию «стоимость – эффективность».

Стратегический выбор способов финансирования инновационных проектов по критерию «выгоды – возможности – издержки – риски».

Распределение ресурсов по нескольким проектам методом комбинаторной оптимизации.

Дифференцированный зачет