

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

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

23 мая 2019 г.

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Автор Сорокина Анастасия Владимировна, к.э.н., доцент

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Стратегический менеджмент»

Направление подготовки:	38.04.02 – Менеджмент
Магистерская программа:	Международный маркетинг и управление корпорациями
Квалификация выпускника:	Магистр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2018

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 7 20 мая 2019 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.В. Ишханян</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 20 15 мая 2019 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">Н.П. Терешина</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Москва 2019 г.

1. Цели освоения учебной дисциплины

Курс «Стратегический менеджмент» занимает в экономической науке основную роль. В условиях жесткой конкуренции каждая компания сможет эффективно реализовать свою деятельность только при условии разработки грамотной стратегии.

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

Задачей курса является формирование у бакалавров комплекса знаний и практических навыков в области теории и практики стратегического планирования компании в современных условиях.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Стратегический менеджмент" 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:

ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
ПК-8	способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

2 зачетных единиц (72 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» используются следующие методы образовательных технологий: опережающая самостоятельная работа, проблемное обучение, обучение на основе исследований и наблюдений. Для изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, решение ситуаций, сообщения, дискуссии, самостоятельная работа студентов, индивидуальные и групповые консультации. .

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

Тема: Стратегические элементы

Стратегические цели. Стратегия компании (пример стратегического проекта). Видение и миссия компании. Этапы стратегического менеджмента.

Тема: Стратегический анализ

Анализ внешней среды компании. Анализ клиентов. анализ конкурентов. Анализ отрасли. Цепочка ценностей. Анализ внутренней среды и оценка стратегического потенциала компании. Реструктуризация организационной структуры управления компании.

Тема: Цели компании

Виды целей компании. Этапы разработки целей компании. Разработка альтернатив целей компании.

Тема: Бизнес-портфель компании

Анализ продуктов и услуг по следующим матрицам: модель BCG, матрица Ge/McKinsey, матрица Ансофф, модель ADL/LC

Тема: Выбор эффективной стратегии компании

Стратегия концентрированного роста. Стратегия интегрированного роста. Стратегия диверсифицированного роста. Стратегия сокращения. Риски, связанные с выбранными стратегиями.

Тема: Реализация стратегии

Стратегические изменения. Оценка реализации стратегии. Стил ь поведения компании в условиях кризиса.

Дифференцированный зачет