

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

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИПСС



Т.В. Шепитько

26 июня 2019 г.



Кафедра «Менеджмент качества»

Автор Савчук Рамиля Рафиковна, к.ф.н., доцент

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Стратегический менеджмент»

Направление подготовки:	<u>27.03.02 – Управление качеством</u>
Профиль:	<u>Управление качеством в производственно-технологических системах</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очно-заочная</u>
Год начала подготовки	<u>2019</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 5 25 июня 2019 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.Ф. Гуськова</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p>Протокол № 11 24 июня 2019 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">В.П. Майборода</p>
--	---

Москва 2019 г.

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Стратегический менеджмент» является формирование совокупности теоретических и практических навыков по принятию стратегических решений с использованием матричных моделей и методов теории принятия решений в условиях формирования портфеля стратегических бизнес единиц для процессов управления качеством.

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:

ПКС-6	Способен участвовать в разработке стратегии управления организации в сфере профессиональной деятельности, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
-------	---

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

4 зачетных единиц (144 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «Стратегический менеджмент» осуществляется в форме лекций и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью и на 70 % являются традиционными классически-лекционными (объяснительно-иллюстративные), и на 30 % с использованием интерактивных (диалоговых) технологий. Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач) в объёме 10 часов. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на 10 разделов, представляющих собой логически завершённый объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают 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

Основные понятия стратегического менеджмента.

1. Сущность стратегического менеджмента.
2. Видение и миссия компании. Стратегии.

РАЗДЕЛ 1

Основные понятия стратегического менеджмента.

Тест

РАЗДЕЛ 2

Разработка стратегии компании.

1. Стратегические цели компании.
2. Этапы разработки стратегии.

РАЗДЕЛ 2

Разработка стратегии компании.

Тест

РАЗДЕЛ 3

Анализ ситуации в отрасли.

1. Острота конкуренции и сегментация рынка.
2. 5 сил Портера.

РАЗДЕЛ 3

Анализ ситуации в отрасли.

Тест

РАЗДЕЛ 4

Анализ стратегического положения компании.

1. Анализ внешней и внутренней среды фирмы.
2. Конкуренты и бизнес-партнеры.

РАЗДЕЛ 4

Анализ стратегического положения компании.

Тест

РАЗДЕЛ 4

Анализ стратегического положения компании.

Опрос

РАЗДЕЛ 4

Анализ стратегического положения компании.

Тест

РАЗДЕЛ 5

Стратегия и конкурентное преимущество.

1. Корневые компетенции и Ключевые факторы успеха.
2. Факторы, определяющие конкурентоспособность компании.

РАЗДЕЛ 6

Приведение стратегии в соответствие со сложившейся ситуацией.

1. Стратегические альтернативы.
2. Проведение корректирующих действий в ответ на изменение среды организации.

РАЗДЕЛ 6

Приведение стратегии в соответствие со сложившейся ситуацией.

Тест

РАЗДЕЛ 7

Стратегии диверсификации.

1. Диверсификация и ее виды.
2. Дополнительные возможности, возникающие при диверсификации фирмы.

РАЗДЕЛ 7

Стратегии диверсификации.

Тест

РАЗДЕЛ 8

Стратегии диверсифицированной компании.

1. Анализ остроты конкуренции.
2. Сокращение и открытие бизнес-единиц. Эффект синергии.

РАЗДЕЛ 8

Стратегии диверсифицированной компании.

Тест

РАЗДЕЛ 9

Реализация стратегии компании.

1. Этапы реализации стратегии.
2. Соблюдение сроков исполнения планов.

РАЗДЕЛ 10

Контроль за реализацией стратегии компании.

1. Параметры контроля. Плановые показатели.
2. Корректирующие мероприятия.