

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

УТВЕРЖДАЮ:

Директор РОАТ



В.И. Апатцев

17 марта 2020 г.



Кафедра «Экономика, финансы и управление на транспорте»

Автор Танифа Дмитрий Сергеевич, старший преподаватель

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

«Стратегическое планирование»

Направление подготовки:	<u>38.03.01 – Экономика</u>
Профиль:	<u>Экономика предприятий и организаций</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>заочная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 2 17 марта 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">С.Н. Климов</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p>Протокол № 12 10 марта 2020 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">Л.В. Шкурина</p>
---	--

1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Стратегическое планирование» является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с требованиями самостоятельно утвержденного образовательного стандарта высшего образования (СУОС) по направлению подготовки «38.03.01 Экономика».

Основные цели курса:

- обучение студентов методологии стратегического планирования, получение студентами теоретических знаний и практических навыков в технике и организации деятельности по разработке стратегических прогнозов, программ и планов
- теоретическое изучение и апробация основ стратегического планирования, принципов разработки стратегических прогнозов, программ и планов, методики стратегического планирования;
- формирование навыков самостоятельной разработки стратегии предприятий с учетом влияния факторов макро- и микросреды.

2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Стратегическое планирование" 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-55	Способен осуществлять планирование и анализ показателей производственно-экономической деятельности, разрабатывать мероприятия по повышению эффективности деятельности предприятий и организаций
--------	---

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

3 зачетные единицы (108 ак. ч.).

5. Образовательные технологии

Образовательные технологии, используемые при обучении по дисциплине «Стратегическое планирование», направлены на реализацию компетентного подхода и широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. При выборе образовательных технологий традиционно используется:- лекционно-семинарская зачетная система: проведение лекций, практических занятий, прием зачета с оценкой;- информационно-коммуникационные технологии, которые, повышают практическую направленность образовательного процесса, способствуют интенсификации самостоятельной работы студентов и повышению познавательной активности (при реализации образовательной программы используются веб-ресурсы университета и академии, инструменты системы «КОСМОС», электронная библиотечная система, электронная информационно-образовательная среда университета, работа с базами данных, информационно-справочными и поисковыми системами); Также для студентов проводятся внеаудиторные консультации в электронной информационно-образовательной среде университета. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы

относятся обработка теоретического материала по учебным пособиям. К интерактивным технологиям относится обработка отдельных тем, подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов. Комплексное использование в учебном процессе всех вышеназванных технологий стимулируют личностную, интеллектуальную активность, развивают познавательные процессы, способствуют формированию компетенций, которыми должен обладать будущий выпускник. При изучении дисциплины используются технологии электронного обучения (информационные, интернет ресурсы, вычислительная техника) и, при необходимости, дистанционные образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающегося и педагогических работников..

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

РАЗДЕЛ 1

Раздел 1. Место стратегического планирования в системе менеджмента. Сущность и содержание стратегического планирования

Этапы развития управленческой мысли: донаучный и научный периоды в развитии управленческой мысли; выделение школ, системный, ситуационный и процессный подходы в науке управления. Сущность стратегического управления: появление термина “стратегическое управление”; подходы к определению стратегического управления; этапы развития стратегического управления. Прогнозирование и планирование деятельности предприятия: понятие прогнозирования и его взаимосвязь с планированием; виды и методы прогнозирования; планирование в экономическом и управленческом аспекте; необходимость планирования и сферы, особо нуждающиеся в процессе планирования. Пределы и принципы планирования: объективные пределы планирования - неопределенность рыночной среды (способы преодоления – вертикальная интеграция, контроль над спросом, контрактные отношения, предпринимательские сети), издержки планирования, масштабы деятельности фирмы, сочетание формального планирования с другими способами принятия решений, специфика российского рынка (чрезмерно высокая степень неопределенности, низкий уровень накопления капитала, отсутствие эффективных юридических и этических норм); субъективные причины неудач внутрифирменного планирования: приоритет краткосрочных целей, природа личности управляющего и плановика; принципы планирования: единства, участия, непрерывности, гибкости, точности. Виды планирования и этапы процесса планирования: виды планирования - по степени неопределенности (детерминированное, стохастическое), по временной ориентации (реактивное, инактивное, преактивное, интерактивное), по горизонту планирования (долгосрочное, среднесрочное, краткосрочное), по значению в процессе плановой деятельности (оперативное, тактическое, стратегическое); этапы процесса планирования - анализ и оценка внешней и внутренней среды организации, определение стратегических целей, стратегический анализ, выбор стратегий из альтернатив, подготовка окончательного стратегического плана, среднесрочное планирование, краткосрочное планирование, реализация планов, контроль результатов. Этапы развития стратегического планирования. Происхождение и сущность понятия “стратегия”. Стратегия по Ансоффу и группы правил. Цель, задачи и содержание стратегического планирования: предпосылки стратегического планирования на макро и микроуровнях - задачи стратегического планирования на современном этапе, рост и развитие в понимании Р. Л. Акоффа; виды управленческой деятельности в рамках стратегического планирования по Питеру Лоранжу; модель-7С развития предприятия. Стратегические хозяйственные центры: стратегическая сегментация; достоинства и недостатки стратегических хозяйственных центров

РАЗДЕЛ 1

Раздел 1. Место стратегического планирования в системе менеджмента. Сущность и содержание стратегического планирования
Опрос

РАЗДЕЛ 2

Раздел 2. Анализ внешней и внутренней среды предприятия

Цель и задачи анализа внешней среды. Классификация элементов внешней среды: предпосылки формирования внешней среды; анализ мезосреды (рабочая среда, непосредственное окружение) - конкуренты (внутриотраслевые, субституциональные, потенциальные), покупатели (рыночная сегментация по географическому местоположению, по демографическим характеристикам, по социально-психологическим характеристикам, по отношению покупателя к продукту), поставщики (материальных, финансовых, трудовых, информационных ресурсов), рынок рабочей силы (наличие кадров необходимых профессий нужной квалификации), государственные контролирующие органы (налоговые, правоохранительные, антимонопольные и т. д.), контактные аудитории (средства массовой информации, общества потребителей, профсоюзы и т. п.); анализ макросреды (общая среда, косвенное окружение) – факторы среды, влияющие на предприятие (экономический, политический, технологический, социальный, природный); анализ мегасреды (глобальная среда, “абстрактное окружение”) – международный и мировой факторы. Адаптация предприятия к внешней среде: свойства среды – изначальные: первичные (аморфность, наличие элементов и однородность) и вторичные (активность, мобильность и полигамность), производные: внешние (нормальное состояние окружения, недостаток или избыток ресурсов, разнообразие окружения, изменения окружения, другие системы окружения) и внутренние (открытость); каноническая модель предприятия как открытой системы (системный подход Н. Винера); базовые ориентиры систем – существование, эффективность, свобода действий, безопасность, адаптируемость, сосуществование, репродуктивность, психологические потребности, ответственность; этапы адаптации - разграничение областей и сфер деятельности, определение перспектив, разработка альтернатив; модели адаптации - матрица БКГ (Бостонской консалтинговой группы), матрица МакКинзи, модель ЖЦТ (жизненный цикл товара), матрица уязвимости, матрица синергизма. Оценка внутренней среды: функциональный подход – структура, маркетинг, финансы, производство, персонал, культура, имидж; системный подход (материальная, имущественная, финансовая, трудовая, исследовательская, информационная подсистемы). Методы анализа среды – SWOT-анализ, профиль среды.

РАЗДЕЛ 2

Раздел 2. Анализ внешней и внутренней среды предприятия
решение задач

РАЗДЕЛ 3

Раздел 3. Разработка и реализация стратегии. Маркетинговые и финансовые стратегии на предприятии

Процесс стратегического планирования: формулировка миссии организации – миссия крупных и малых предприятий, миссия коммерческих и некоммерческих организаций, организационные ценности; постановка целей (краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные) – характеристики целей (конкретные, измеримые, достижимые), иерархия целей, дерево целей. Анализ среды. Выявление стратегических альтернатив: рост, ограниченный рост, сокращение, сочетание; факторы выбора стратегии – риск, прошлые стратегии, репутация владельцев, фактор времени. Реализация стратегического плана: тактика, политика, процедуры, правила. Контроль выполнения стратегического плана:

бюджетное управление, управление по целям, система сбалансированных показателей. Виды стратегий на предприятии: капитализация, организационно-экономические формы, портфельные стратегии, реструктуризация, слияние, поглощение, инновационные. Маркетинговые стратегии: основные виды - недифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг, сегментация (позиционирование) товара, дифференциация товара; маркетинговые стратегии по положению предприятия на рынке – лидер, претендент, последователь (подражатель, двойник, имитатор, приспособленец, компания в нише); маркетинговые стратегии по динамике отношений с рынком – проникновение на рынок, развитие рынка (географическая экспансия, создание новых рынков, новые способы применения продукта, интенсификация использования продукции), разработка нового товара, диверсификация; маркетинговые стратегии по типу конкурентной борьбы – оборонительные стратегии (позиционная оборона, защита флангов, упреждающие оборонительные действия, контратака, мобильная защита, вынужденное сокращение), наступательные стратегии: по стратегическим целям (наступление на позиции лидера, атак на близкие по размерам компании-конкуренты, нападение на небольшие местные и региональные компании), после определения цели (фронтальное наступление, фланговая атака, попытка окружения, обходной маневр, партизанская война). Финансовые стратегии: сущность; генеральная финансовая стратегия; оперативная финансовая стратегия; стратегия достижения частных целей; разработка финансовой стратегии; виды стратегий - стратегия долгосрочного заимствования, стратегия краткосрочного заимствования, эмиссионно-ориентированная стратегия, реинвестиционная стратегия. Банковские стратегии

РАЗДЕЛ 3

Раздел 3. Разработка и реализация стратегии. Маркетинговые и финансовые стратегии на предприятии

Опрос

РАЗДЕЛ 4

Раздел 4. Современные тенденции стратегического развития на микроуровне

Пути совершенствования организации и методов стратегического планирования на предприятии. Концепции стратегического развития в России: копирование западной теории менеджмента; адаптация западной теории менеджмента; создание российской теории менеджмента. Подготовка руководителей (специалистов-стратегов) в новых условиях хозяйствования. Современные проблемы стратегического развития и способы их преодоления: ключевые национальные стратегические проблемы. Популярность стратегического планирования на современном этапе.

РАЗДЕЛ 4

Раздел 4. Современные тенденции стратегического развития на микроуровне
Решение зада

РАЗДЕЛ 5

Раздел 5. Глобализация и стратегии развития в мировом масштабе

Глобальные стратегии: ТНК и МНК; стратегии глобальных компаний. Глобальный рынок. Глобализация бизнеса: экономия на масштабе производства, доступ к дешевым ресурсам, перекрестное субсидирование, национальное стимулирование инвестиций, преодоление торговых барьеров, доступ к стратегически важным рынкам. Особенности международных отношений: анархичность международной среды, экологическая угроза, ядерная угроза, терроризм - международный терроризм, внутривосточный терроризм, уголовный терроризм. Международные концепции: концепция кооперативной безопасности; концепция человеческой безопасности; теория демократического мира. Деструктивные

стратегии: план Даллеса, концепция “золотого миллиарда”, Комитет 300.

РАЗДЕЛ 5

Раздел 5. Глобализация и стратегии развития в мировом масштабе

Опрос, тест

РАЗДЕЛ 6

Зачёт с оценкой