

АННОТАЦИЯ

программы дисциплины «Стратегический менеджмент»

Цель курса – формирование теоретических знаний и практических навыков в области стратегического развития организаций на основе методов современного стратегического анализа в условиях непрерывных изменений внешней среды..

Задачи курса:

- овладение понятийным и категорийным аппаратом в области стратегического менеджмента;
- изучение базовых концепций стратегического менеджмента ,
- получение теоретических знаний в области методологии стратегического анализа ,
- формирование стратегического мышления при разработке стратегии устойчивого развития организации ,
- обретение навыков в постановке стратегических целей, разработке стратегии развития и проведении стратегического анализа .

Курс «Стратегический менеджмент» ориентирован на развитие *компетенции* слушателя:

ПК-5 - Способность проводить стратегический анализ и разрабатывать стратегию организации.

Дисциплина относится к разделу 2 «*профессиональное ядро*», входит в число дисциплин, обеспечивающих экономическую и организационно-управленческую подготовку слушателя.

Курс реализуется в смешанной форме интерактивных лекций, дискуссионного семинара и дистанционных образовательных технологий.

Активные методы обучения предусматривают решение деловой ситуации (кейса).

Содержание программы дисциплины

№ п/п	Наименование дисциплин	ОТ, час	Аудиторные/ дистанционные занятия, час.				СРС, час.	
			Лк	ПЗ		из них	Эл	Пр
				См	Дист			
1	Тема 1. Тенденции и проблемы стратегического управления в условиях цифровой экономики. Конкурентные основы развития бизнеса. Сущность и содержание стратегического менеджмента.		2					
2	Тема 2. Формирование концепции развития бизнеса, разработка видения и миссии организаций. Порядок и методы выработки генеральных стратегических и финансовых целей организации.		-	2		4		1
3	Тема 3. Основы современного стратегического анализа			2	2			2
4	Тема 4. Иерархия стратегий в организациях. Виды стратегий и основные подходы к их разработке		2					1
5	Тема 5. Стратегический анализ диверсифицированных компаний. Матричные методы анализа продуктово-рыночного портфеля.		2			2		
6	Тема 6. Реализация стратегии: системы и руководство		2					
ИТОГО		18	8	4	2	6	0	4
Форма контроля		экзамен						