

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«29» 06 2021 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.13

Стратегический анализ деятельности фирмы

Учебный план: z38.03.02_20_Креативный менеджмент в дизайне и моде_ЗАО №1-3-60.plx

Кафедра: **29** Менеджмента

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки: Креативный менеджмент в дизайне и моде
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
5	УП	4	88	4	3	Зачет
	РПД	4	88	4	3	
Итого	УП	8	120	4	4	
	РПД	8	120	4	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент

Чигиринова М.В.

кандидат технических наук, Доцент

Сиротина Л.К.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента

Титова Марина

Николаевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Титова Марина

Николаевна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области изучения стратегического потенциала организации

1.2 Задачи дисциплины:

- изучить принципы и подходы стратегического анализа деятельности организации;
- научить применять методы и инструменты стратегического анализа для диагностики проблем в деятельности фирм с позиции стратегии;
- сформировать системные профессиональные навыки в области стратегического анализа деятельности фирмы

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Управление дизайн-проектом
- Трендвотчинг и бизнес-моделирование
- Дизайн-концепция бизнес процессов

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-4: Способен проводить анализ, обоснование и выбор решения
Знать: Теоретические и методические основы проведения стратегического анализа деятельности предприятия
Уметь: Использовать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач в области планирования, оценивать их эффективность и качество
Владеть: Навыками разработки с учетом требований рыночной конъюнктуры и современных достижений науки и техники мероприятий по модернизации систем управления в целях реализации стратегии организации, обеспечения эффективности и повышения качества выпускаемой продукции

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Стратегические перспективы деятельности фирмы: анализ макроокружения	4				
Тема 1. Роль, место и задачи стратегического анализа в системе менеджмента организации. Стратегические решения и их влияние на деятельность фирмы. Роль стратегических решений в деятельности фирмы. Методы стратегического анализа в поиске новой бизнес- модели организации в эпоху неопределенности и быстрых изменений.		1		8	
Тема 2. Методы стратегического анализа деятельности организации. Структура и организация регулярного стратегического анализа. Соотношение организационной цели со стратегическим контекстом, процессом и содержанием стратегии. Включение принципов создания стоимости в стратегический анализ. Интеграция финансовых и стратегических целей. Методы оценки существующей эффективности деятельности бизнеса. Инструменты анализа альтернативных стратегий.		1		8	

Тема 3. Анализ внешней среды фирмы. Методы анализа макроокружения: PEST-анализ и отраслевой анализ. Этапы анализа внешней среды: сканирование, мониторинг, прогнозирование, оценка.		1		8	
Тема 4. Стратегический анализ рынка. Анализ отраслевой структуры, определение привлекательности отрасли. Детерминанты прибыли в отрасли. Обобщающая модель рынка М.Скотта. Сегментация международного рынка по группе стран. Анализ потенциала глобализации товаров и рынков.		1		8	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Раздел 1. Стратегические перспективы деятельности фирмы: анализ макроокружения	5				
Тема 5. Анализ возможностей стратегического развития фирмы. Выбор между альтернативными типами вертикальной интеграции. Основания и преимущества диверсификации. Глобальные стратегии и многонациональные корпорации. Влияние стратегических альянсов на конкуренцию.			1	10	

Раздел 2. Анализ микроокружения организации					
Тема 6. Методы анализа микроокружения: конкурентный анализ, анализ пяти сил Портера, КФУ отрасли, стратегическая группировка		1	2	10	
Тема 7. Стратегическая сегментация. Определение структуры базового рынка. Структура базового рынка на основе потребительских, продуктовых и конкурентных признаков. Критерии определения и идентификация целевых групп потребителей (группы покупателей, функции, технологии). Виды сегментации потребителей. Построение сетки сегментации. Выделение стратегических зон хозяйствования (СЗХ)		1	3	9	ГД
Раздел 3. Анализ внутренней среды предприятия. Методы оценки стратегического потенциала.					
Тема 8. Стратегический анализ поведения конкурентов. Виды стратегического поведения фирм. Методы завоевания и сохранения конкурентных преимуществ. Наступательные стратегии. Стратегия первопроходца. Стратегия следования за лидером. Анализ конкурентов: сбор данных о конкурентах		1	1	12	АС

Тема 9. Методы анализа конкурентоспособности фирмы. Идентификация и диагностика конкурентного преимущества. Конкурентное преимущество на различных рынках. Типы конкурентных преимуществ. Анализ цепочек ценностей товаров. Оценка потенциальной прибыльности ресурсов и способностей фирмы Аналитическая схема ЦРКО. SNW-анализ. SWOT-анализ, GAP –анализ.	1	1	9	
Тема 10. Методы анализа корпоративного портфеля фирмы. Сфера применения и особенности портфельного стратегического анализа корпоративного портфеля. Матрица «рост-доля рынка» и матрица стратегического окружения Бостонской консультационной группы. Матрица «экран бизнеса» Mc Kinsey – General Electric. Матрица «продукт -рынок» И. Ансоффа. Определение альтернативных стратегических выборов.		1	14	
Тема 11. Понятие, содержание и факторы стратегического потенциала организации		1	12	
Тема 12. Качественные и количественные методы оценки стратегического потенциала организации		2	12	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	4	12	88	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		20,25	120	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-4	Характеризует теоретические и методические основы проведения стратегического анализа деятельности предприятия и выработки стратегических решений на его основе. Использует типовые методы анализа внешней и внутренней среды фирмы, делает выводы о возможных перспективах совершенствования ее стратегии. Разрабатывает предложения и рекомендации по стратегическому управлению предприятия с использованием современных цифровых и ресурсосберегающих технологий с учетом факторов экономической конъюнктуры и потенциала организации в целях повышения эффективности ее деятельности	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа

Зачтено	Обучающийся своевременно выполнил практические работы и представил результаты в форме презентации (Microsoft Office Power Point);, возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Владеет профессиональной терминологией. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	Обучающийся не выполнил (выполнил частично практические работы, не представил результаты в форме презентации (Microsoft Office Power Point); не смог изложить содержание и выводы, допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Стратегические решения и их влияние на деятельность страховой организации.
2	Роль стратегических решений в деятельности страховой организации.
3	Методы стратегического анализа в поиске новой бизнес- модели организации в эпоху неопределенности и быстрых изменений.
4	Методы оценки эффективности деятельности бизнеса.
5	Инструменты анализа альтернативных стратегий.
6	Анализ внешней среды фирмы.
7	Методы анализа макросреды: PEST-анализ и отраслевой анализ.
8	Этапы анализа внешней среды: сканирование, мониторинг, прогнозирование, оценка.
9	Стратегический анализ рынка.
10	Анализ отраслевой структуры, определение привлекательности отрасли.
11	Анализ возможностей стратегического развития фирмы.
12	Основания и преимущества диверсификации
13	Выбор между альтернативными типами вертикальной интеграции. Влияние стратегических альянсов на конкуренцию
14	Глобальные стратегии и многонациональные корпорации
15	Методы анализа микросреды: конкурентный анализ, анализ пяти сил Портера, КФУ отрасли, стратегическая группировка
16	Стратегическая сегментация. Определение структуры базового рынка страховых услуг на основе потребительских, продуктовых и конкурентных признаков.
17	Критерии определения и идентификация сегментов (группы покупателей, функции, технологии). Виды сегментации потребителей
18	Построение сетки сегментации. Выделение стратегических зон хозяйствования -(СЗХ).
19	Методы завоевания и сохранения конкурентных преимуществ страховой организации
20	Наступательные стратегии. Стратегия первопроходца. Стратегия следования за лидером.
21	Анализ конкурентов: сбор данных о конкурентах.
22	Идентификация и диагностика конкурентного преимущества. Типы конкурентных преимуществ.
23	Конкурентное преимущество на различных рынках.
24	Анализ цепочек ценностей товаров.
25	Потенциальная прибыльность ресурсов и способностей фирмы. SNW- анализ. SWOT-анализ, GAP – анализ.
26	Методы анализа корпоративного портфеля страховой организации.
27	Процесс и особенности портфельного стратегического анализа корпоративного портфеля
28	Понятие и сущность стратегического потенциала фирмы
29	Методы оценки и анализа стратегического потенциала.

5.2.2 Типовые тестовые задания

1. Стратегия организации это:

- а) деятельность организации в определенной стратегической зоне хозяйствования (определенный сегмент рынке)
- б) практическое использование методологии стратегического управления;
- в) генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей;
- г) обеспечение выработки действий для достижения целей организации и создание управленческих механизмов реализации этих действий через систему планов.

2. Как называется стратегия в отношении финансов по отдельному виду деятельности компании:

- а) корпоративная
- б) функциональная
- в) операционная

3. Стратегия подразделения по производству бытовых холодильников многоотраслевой электротехнической организации – это:

- а) функциональная стратегия
- б) бизнес-стратегия
- в) корпоративная стратегия
- г) стратегия

4. Среднесрочным целям соответствует плановый горизонт сроком в:

- а) 5-10 лет
- б) 3-5 лет
- в) 1 год

5. Процесс постановки целей в стратегическом менеджменте происходит:

- а) сверху вниз и по горизонтали
- б) снизу вверх
- в) сверху вниз

6. Миссия компании в общем смысле – это:

- А) то, что компания собирается делать и чем она хочет стать
- Б) комбинация из запланированных действий и быстрых решений по адаптации к новым достижениям промышленности и новой диспозиции на поле конкурентной борьбы
- В) разработка направлений деятельности и прогресса компании.
- Г) разработка концепции долгосрочного развития фирмы.

7. Основными компонентами среды ближайшего окружения являются:

- а) потребители,
- б) рабочая сила,
- в) темпы инфляции,
- г) поставщики

8. К социокультурным тенденциям, которые рассматриваются в ходе Pest-анализа, относят:

- А) влияние государства в отрасли
- Б) потребности конечного потребителя
- В) финансирование исследований
- Г) базовые ценности

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Определить уровень и ответственных за разработку корпоративной стратегии организации.

Определить содержание разработки. Предложить методы ее разработки

2. Определить уровень и ответственных за разработку функциональной стратегии организации. Определить содержание разработки.

Предложить методы ее разработки

3. Определить уровень и ответственных за разработку оперативной стратегии организации. Определить содержание разработки.

Предложить методы ее разработки

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в письменной форме по утвержденным вопросам и практическим заданиям.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Мошляк, Г. А., Филиппова, В. М.	Современный стратегический анализ: высшее образование	Москва: Российский университет дружбы народов	2017	http://www.iprbookshop.ru/91072.html
Никифорова, Л. Е., Цуриков, С. В., Разомасова, Е. А.	Современный стратегический анализ: концепции, модели, инструменты	Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ»	2017	http://www.iprbookshop.ru/87162.html
Никифорова, Л. Е., Цуриков, С. В., Разомасова, Е. А.	Современный стратегический анализ	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/108247.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Сиротина Л. К.	Стратегический анализ деятельности фирмы. Практические занятия. Самостоятельная работа. Контрольная работа	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018449
Томасова, Д. А.	Стратегический анализ с применением размытой логики и теории нечетких множеств	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/86338.html
Сиротина Л. К.	Современный стратегический анализ	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020494
Толикова, Е. Э.	Современный стратегический анализ	Москва: Российская таможенная академия	2018	http://www.iprbookshop.ru/93215.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

. Единый федеральный реестр сведений юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности. [Электронный ресурс]. URL <https://fedresurs.ru/>

2. Официальный сайт "Корпоративный менеджмент". [Электронный ресурс]. URL <http://www.cfin.ru/>
3. справочная правовая система "КонсультантПлюс". [Электронный ресурс]. URL <http://www.consultant.ru/>
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
5. <http://www.gks.ru/> Федеральная служба государственной статистики.

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
Microsoft Windows
ПП Project Expert 7 Tutorial
СПС КонсультантПлюс

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска