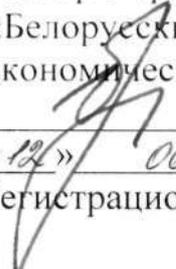


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

 В.Н. Шимов

«12» 06 2012 г.

Регистрационный № УД 893-6/5 баз

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Учебная программа для магистрантов по специальности:
1-26 81 01 «Бизнес-администрирование»

2012

СОСТАВИТЕЛЬ

Велесько Е.И., профессор кафедры экономики и управления факультета «Высшая школа управления и бизнеса» Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, профессор;

Илюкович А.А., доцент кафедры экономики и управления факультета «Высшая школа управления и бизнеса» Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Гуторова И.И., ассистент кафедры экономики и управления факультета «Высшая школа управления и бизнеса» Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», ассистент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ

Лукин С.В., заведующий кафедрой бизнес – администрирования государственного учреждения образования «Института бизнеса и менеджмента технологий» Белорусского государственного университета, доктор экономических наук, доцент;

Беляцкий Н.П., заведующий кафедрой организации и управления Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики и управления Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 10 от 21.03.2012)

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол №3 от 04.04.2012)

Ответственный за редакцию: Велесько Е.И.

Ответственный за выпуск: Велесько Е.И.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Целью курса является изучение теории стратегического менеджмента, навыков и инструментальных средств проведения исследований, разработки и практической реализации деловой стратегии развития предприятия (фирмы) в условиях высокой динамики социальной среды.

Задачи курса: изучить подходы и методологию организации и практической реализации стратегического управления на предприятии, освоить методы стратегического анализа предприятия и его среды, основные стратегии конкуренции, занятия и удержания рыночных позиций, освоить технологию планирования и реализации стратегии предприятия, отработать на практических занятиях методы управления инновациями от возникновения идеи до ее реализации, сформировать у студентов системное стратегическое мышление.

В результате изучения курса студент должен уметь:

- провести анализ деятельности фирмы и ее внешней среды и количественно оценить различные варианты ее поведения в будущем;
- сформировать миссию и цели фирмы, разработать стратегию ее развития с учетом спроса на рынке, внешней среды и внутреннего положения фирмы;
- организовать разработку и реализацию инновационной политики, обеспечивающей конкурентоспособность фирмы на длительную перспективу.

Обучение по данной программе организуется в форме аудиторных и самостоятельных занятий. Всего аудиторных часов - 16, в том числе 10 часов - лекции, 6 часов – семинарские занятия.

Рекомендуемая форма контроля знаний – экзамен.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование темы	количество аудиторных часов	
	лекций	семинарские
1. Основы стратегического менеджмента	1	
2. Стратегия предприятия	1	
3. Сущность и классификация методов стратегического анализа	1	1
4. Анализ внешней среды предприятия	1	
5. Анализ внутренней среды предприятия	1	1
6. Методы стратегического анализа	1	2
7. Модели стратегического выбора	1	1
8. Типовые стратегии развития предприятия		
9. Функциональные стратегии развития предприятия	1	
10. Контроллинг в системе стратегического управления		
11. Стратегии международного развития корпорации	1	
12. Оценка стратегии	1	1
Всего	10	6

Примечание Распределение часов по темам дисциплины может быть изменено в соответствии с решениями учебно-методических советов вузов.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

1. Основы стратегического менеджмента

Сущность стратегического менеджмента и его место в системе управления хозяйственными системами. Эволюция стратегического мышления. Содержание и структура стратегического менеджмента. Особенности стратегического менеджмента.

2. Стратегия предприятия

Основные рыночные стратегии. Корпоративные стратегии диверсификации. Стратегии предприятий различных отраслей.

3. Сущность и классификация методов стратегического анализа

Анализ внешней среды. Методы проведения стратегического анализа. Анализ внутренней среды предприятия. Сравнительный анализ методов. Портфельный анализ и методы его проведения.

4. Анализ внешней среды предприятия

Основные подходы к формированию и разработке стратегии предприятия. Управление реализацией стратегии. Бизнес-планирование как важнейший элемент реализации стратегии. Стратегический контроль и особенности его осуществления в условиях реформирования экономики.

5. Анализ внутренней среды предприятия

Компоненты внутреннего анализа. Стратегическая значимость ключевых элементов организации. Этапы процесса оценки преимуществ и недостатков. Анализ цепочки создания ценностей.

6. Методы стратегического анализа

Комплексные методы стратегического анализа. SWOT- анализ, SPASE – анализ. Портфельные методы стратегического анализа. Матрица БКГ. Матрица МакКинзи, Модель 7 S.

7. Модели стратегического выбора

Матрица возможностей И.Ансоффа. (товары-рынки). Типовые конкурентные стратегии М.Портера. Стратегии Ф. Котлера. Теория ключевых компетенций корпорации Г.Хамела и К. Прохлада. Теория М. Грейси и Ф. Вирсема. Модели стратегического выбора. В зависимости от жизненного цикла продуктов. Бенчмаркинг.

8. Типовые стратегии развития предприятия

Стратегия роста, этапы, базовые стратегические альтернативы. Стратегии стабилизации. Стратегия выживания.

9. Функциональные стратегии развития предприятия

Стратегия маркетинга. Финансовая стратегия. Инновационная стратегия. Стратегия производства. Социальная стратегия. Стратегия организационных изменений. Экологическая стратегия.

10. Контроллинг в системе стратегического управления.

Содержание и функции контроллинга. Стратегический и оперативный контроллинг.

11. Стратегии международного развития корпорации

Причины появления международных стратегий. Направления международного стратегического развития (дочернее предприятие, совместное предприятие, лицензирование, франчайзинг, оффшорное производство, экспорт-импорт). Управление стратегическими альянсами: понятие «Стратегический альянс (СА)»; классификация СА, мотивы создания СА, жизненный цикл СА; управление СА.

12. Оценка стратегии

Элементы системы оценки. Критерии оценки. Методы выбора стратегии.

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Баранов, В.А. Стратегический менеджмент. Учебное пособие./ Баранов В.А., Харченко В.Л. – М., ИНФРА-М, 2006
2. Велесько Е.И. Неправский А.А. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. / Мн., БГЭУ, 2009
3. Стратегический менеджмент. Под ред. Петрова А.Н. – СПб.: Питер, 2006
4. Фатхудинов, Р.А. Стратегический менеджмент. Учебник / Фатхудинов Р.А. – М.: Дело, 2001

Дополнительная

1. Дмитренко, Г.А. Стратегический менеджмент. Учебное пособие / Дмитренко Г.А. – К., МАУП, 2002
2. Круглова Н.Ю. Стратегический менеджмент. Учебник / Круглова Н.Ю., Круглов М.И., М: Издательство РДЛ, 2003
3. Люкшинов, А.Н. Стратегический менеджмент. Учебное пособие / Люкшинов А.Н. – М., ЮНИТИ, 2000
4. Смирнов, Н.Н. Стратегический менеджмент. Учебное пособие / Смирнов Н.Н. – СПб, ПИТЕР, 2002.
5. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: учебное пособие для вузов. – М: Аспект Пресс, 2002.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>