

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»
(КГУ)
Институт экономики и права
Кафедра «Менеджмент и маркетинг»



УТВЕРЖДАЮ:
Первый проректор
/ Т.Р. Змызгова /
«31» августа 2022 г.

**Рабочая программа учебной дисциплины
СОВРЕМЕННЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

образовательной программы высшего образования –
программы магистратуры
38.04.02 - «МЕНЕДЖМЕНТ»
Направленность:
«Управление инновациями и проектами»

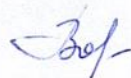
Форма обучения:
заочная

(очная, очно-заочная и др.)

Рабочая программа дисциплины «Современный стратегический анализ» составлена в соответствии с учебным планом по программе магистратуры Менеджмент («Управление инновациями и проектами»), утвержденным:
- для заочной формы обучения «30» августа 2022 года.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг» «14» июня 2022 года, протокол № 13.

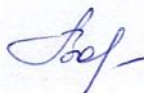
Рабочую программу составила
Заведующий кафедрой
«Менеджмент и маркетинг»,
канд. экон. наук, доцент



З.Н. Варламова

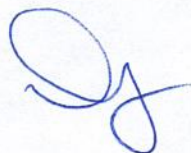
Согласовано:

Заведующий кафедрой
«Менеджмент и маркетинг»,
канд. экон. наук, доцент



З.Н. Варламова

Руководитель основной
образовательной программы магистратуры
профессор, д.э.н.



С.Н. Орлов

Специалист
по учебно-методической работе
Учебно-методического отдела



Г.В. Казанкова

Начальник Управления
образовательной деятельности



И.В. Григоренко

Всего: 4 зачетных единицы трудоемкости (144 академических часа)

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		1
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	14	14
в том числе:		
Лекции	6	6
Практические занятия	8	8
Аудиторные занятия в интерактивной форме, час		
Самостоятельная работа (всего часов), в том числе:	130	130
Подготовка к экзамену	27	27
Другие виды самостоятельной работы (самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины)	103	103
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	144	144

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Современный стратегический анализ» относится к обязательной части дисциплин учебного плана Блока Б1.

Изучение дисциплины базируется на результатах обучения, сформированных при изучении следующих дисциплин:

- «Теория организации и организационное поведение».

Результаты обучения по дисциплине необходимы для выполнения научно-исследовательской работы, а также выпускной квалификационной работы.

Требования к входным знаниям, умениям, навыкам и компетенциям:

- знание и использование основных теорий, концепций и принципов избранной области деятельности, способность к системному мышлению;
- умение самостоятельно приобретать с помощью современных, в том числе информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания, в том числе в новых областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности;
- умение самостоятельно анализировать имеющуюся информацию, выявлять управленческие проблемы, ставить задачи и решать их;
- владение навыками к творческому применению современных, в том числе информационных технологий при сборке, хранении, обработке, анализе и передаче информации.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Дисциплина «Современный стратегический анализ» направлена на обучение современным теоретико-методологическим основам стратегического управления компаниями.

Предметом изучения дисциплины является: совокупность методов и инструментов стратегического анализа, моделей конкурентного позиционирования, позволяющих организации эффективно конкурировать в современной бизнес-среде.

Целью освоения дисциплины «Современный стратегический анализ» является:

- овладение теоретическими знаниями и практическими навыками в области принятия управленческих решений, сформулированных на основе проведенного стратегического анализа и направленных на стратегическое управление организацией.

Задачами освоения дисциплины являются:

- изучение сущности и содержания стратегического анализа в современных организациях;
- овладение современными методами и инструментами стратегического анализа;
- овладение инструментами выбора стратегий организаций на основе результатов проведенного стратегического анализа рыночной ситуации.

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабаты-

вать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций (ОПК-4);

- способен осуществлять стратегическое и тактическое управление подразделениями организации и проектными командами (ПК-3);

- способен анализировать социально-экономические явления и процессы, поведение экономических агентов и рынков (ПК-4).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- сущность и содержание стратегического анализа в современных организациях, методы и инструменты стратегического анализа, инструменты выбора стратегий организаций (для ОПК-4, ПК-3; ПК-4);

- источники информации по теме исследования, методы анализа и обработки данных (для ОПК-4, ПК-3; ПК-4);

уметь:

- применять методы и инструменты стратегического анализа, выбора стратегий организаций (для ОПК-4, ПК-3; ПК-4);

владеть:

- методами стратегического анализа в целях разработки стратегии развития организации (для ОПК-4, ПК-3; ПК-4).

Знания, умения и навыки, полученные при освоении дисциплины «Современный стратегический анализ» являются необходимыми для освоения последующих дисциплин: «Управление инновационным бизнесом», «Управление инновациями и интеллектуальной собственностью».

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-тематический план

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
		заочная форма обучения	
		Лекции	Практические занятия
1	Теория стратегии: основные элементы, базовые концепции и модели	1	-
2	Концепции ценностей и устойчивых конкурентных преимуществ. Природа и источники конкурентного преимущества	0,5	1
3	Стратегическое позиционирование компании	0,5	1
4	Стратегический анализ и диагностика компании: концепции и модели	1,5	1
5	Внутрифирменный стратегический анализ (анализ ресурсов и способностей)	0,5	2
6	Методы комплексной диагностики стратегической и конкурентной позиции компании	0,5	1
7	Теоретические и методические аспекты стратегического выбора и формирования стратегий	0,5	-
8	Методы обоснования и выбора портфельных стратегий	1	2
	Итого:	6	8

4.2. Содержание лекционных занятий

Тема 1. Теория стратегии: основные элементы, базовые концепции и модели

Истоки и эволюция теоретических концепций и практического стратегического менеджмента. Эволюция понятий стратегия и стратегический менеджмент. Адаптивный (активный) и проактивный стиль стратегического поведения организации. Научные концепции и школы стратегий. Концепции ресурсной и рыночной ориентации стратегий. Базовые элементы модели стратегического управления.

Классификация стратегий по уровням разработки и реализации. Стратегии, основанные на компетенциях, динамических организационных способностях и знаниях.

Эволюция методологии конкуренции. Источники конкурентного преимущества и их динамика. Особенности конкуренции за будущее. Новые приоритеты в ориентации стратегий: ценность, инновации, скорость, гибкость.

Тема 2. Концепции ценностей и устойчивых конкурентных преимуществ.

Природа и источники конкурентного преимущества

Появление конкурентного преимущества. Внешние источники изменений. Конкурентное преимущество на основе чувствительности к изменениям. Конкурентное преимущество на основе инноваций.

Внутренняя и внешняя эффективность фирмы, ее связь с ключевыми факторами успеха (КФУ) и конкурентными преимуществами. Концепции менеджмента и маркетинга, ориентированные на ценность (стоимость). Роль основных функций, ресурсов и потенциала в увеличении ценности (стоимости) компании.

Концепция цепочки ценностей.

Типы конкурентного преимущества. Устойчивое конкурентное преимущество. Динамика конкуренции: креативное разрушение и гиперконкуренция. Стратегия «голубого океана».

Тема 3. Стратегическое позиционирование компании

Концепция стратегического позиционирования компании М. Портера. Ограничения моделей позиционирования в современных условиях. Связь с источниками конкурентных преимуществ и конкурентных стратегий компании.

Эволюция типологии конкурентных стратегий.

Тема 4. Стратегический анализ и диагностика компании: концепции и модели

Цели и задачи стратегического анализа. Основные направления и этапы анализа внешней и внутренней среды компании.

Анализ внешней среды организации. Методы анализа макроокружения и динамики его изменения. Расширение области PEST-анализа. Возрастание роли экологических, инфраструктурных и правовых факторов.

Модели конкурентного анализа М. Портера: расширенной конкуренции (модель 5 сил) и детерминантов международной конкурентоспособности. Анализ стратегических групп конкурентов. Развитие модели пяти сил конкуренции.

Оценка привлекательности отрасли и рынка. Концепция КФУ – факторов, наиболее значимых для развития бизнеса. Анализ стратегического отклика: матрица оценки макро- и микроокружения фирмы.

Тема 5. Внутрифирменный стратегический анализ (анализ ресурсов и способностей)

Понятие ресурсов, способностей, компетенций организации. Связь с ключевыми факторами успеха. Ресурсы организации: материальные, нематериальные и человеческие. Ключевые компетенции. Динамические способности. Классификация и иерархия способностей фирмы.

Стратегический анализ ресурсов, способностей (компетенций). Методические подходы Р. Гранта, Г. Хамела и К.К. Прахалада.

VRIO-анализ уникальности и ценности ресурсов и способностей.

Динамический SWOT-анализ положения организации.

Управление знаниями и взгляд на фирму, основанный на знаниях.

Тема 6. Методы комплексной диагностики стратегической и конкурентной позиции компании

Методы комплексной диагностики стратегической позиции компании и возможностей ее изменения в будущем. Анализ внешней и внутренней сбалансиро-

ванности компании. Матрица стратегического отклика организации. Конкурентный профиль компании: матрица и модель сравнительного анализа преимуществ конкурирующих компаний. Конкурентный GAP-анализ (анализ разрывов).

Анализ адекватности (согласованности) стратегической позиции, стиля конкурентного поведения и стратегических действий организации (SPACE-анализ).

Тема 7. Теоретические и методические аспекты стратегического выбора и формирования стратегий

Виды стратегий и общие принципы их формирования. Формулирование и осуществление стратегии. Критерии оценки стратегий. Стратегические цели фирмы. Концепция стейкхолдеров.

Модель стратегического выбора. Анализ и выбор приоритетов (важность, срочность, эффективность, осуществимость). Особенности стратегического выбора в условиях нестабильной внешней среды.

Тема 8. Методы обоснования и выбора портфельных стратегий

Портфельные стратегии: особенности и модели. Анализ бизнес- и продуктового портфеля компании. Содержание портфельного анализа. Сравнительная характеристика портфельных матриц (BCG, GE / McKinsey, ADL/LC). Обоснование решений по бизнес-портфелю компании на основе матрицы стратегического отклика на внешние и внутренние факторы.

Методы оценки привлекательности отрасли и конкурентной позиции компании в портфельных матрицах. Обоснование инвестиционных стратегий с использованием матрицы ADL/LC. Учет влияния стадии жизненного цикла отрасли на факторы, определяющие конкурентную позицию компании на рынке.

Ограничения и проблемы применения портфельных матриц в современных условиях.

4.3. Практические занятия

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Наименование практического занятия	Норматив времени, час.
			заочная форма обучения
2	Концепции ценностей и устойчивых конкурентных преимуществ. Природа и источники конкурентного преимущества	Семинарское занятие.	1
3	Стратегическое позиционирование компании	Концепция стратегического позиционирования компании М. Портера. Семинарское занятие.	1
4	Стратегический анализ и диагностика компании: концепции и модели	Анализ отрасли с применением модели 5 сил конкуренции М. Портера.	1

5	Внутрифирменный стратегический анализ (анализ ресурсов и способностей)	Разбор бизнес-ситуации: «Фирма «Масса-К» — ведущий российский производитель электронных весов».	2
6	Методы комплексной диагностики стратегической и конкурентной позиции компании	Разбор бизнес-ситуации: «Фирма «Масса-К» — ведущий российский производитель электронных весов».	1
8	Методы обоснования и выбора портфельных стратегий	Разбор бизнес-ситуации: «Фирма «Масса-К» — ведущий российский производитель электронных весов». Выбор стратегии развития и конкурентной стратегии.	2
Всего:			8

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

При прослушивании лекций рекомендуется в конспекте отмечать все важные моменты, на которых заостряет внимание преподаватель, в частности те, которые направлены на качественное выполнение соответствующих практических занятий.

Залогом качественного выполнения практических занятий является самостоятельная подготовка к ним накануне путем повторения материалов лекций. Рекомендуется подготовить вопросы по неясным моментам и обсудить их с преподавателем в начале практического занятия.

Преподавателем запланировано применение на практических занятиях технологий коллективного взаимодействия, разбора бизнес-ситуаций. Поэтому приветствуется групповой метод выполнения практических занятий, а также взаимная оценка и обсуждение результатов их выполнения.

Рекомендуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия, как на лекциях, так и на практических занятиях в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

Выполнение самостоятельной работы подразумевает самостоятельное изучение разделов дисциплины, подготовку к практическим занятиям, подготовку к экзамену.

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

Рекомендуемый режим самостоятельной работы

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.
	Заочная форма обучения
Самостоятельное изучение тем дисциплины:	95
Теория стратегии: основные элементы, базовые концеп-	12

ции и модели	
Концепции ценностей и устойчивых конкурентных преимуществ	21
Стратегическое позиционирование компании	22
Теоретические и методические аспекты стратегического выбора и формирования стратегий	21
Методы обоснования и выбора портфельных стратегий	19
Подготовка к практическим занятиям (по 2 часа на каждое занятие)	8
Подготовка к экзамену	27
Всего:	130

Приветствуется выполнение разделов самостоятельной работы в компьютерных классах института экономики и права.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень оценочных средств

1. Перечень вопросов к экзамену.
2. Задания к практическим работам.

6.2 Процедура оценивания результатов освоения дисциплины

Экзамен проводится в форме тестирования.

Варианты тестовых заданий для промежуточного контроля состоят из 20 вопросов. Время, отводимое обучающемуся на экзаменационный тест, составляет 40 минут.

Результаты текущего контроля успеваемости и экзамена заносятся преподавателем в экзаменационную ведомость, которая сдается в орготдел института экономики и права в день экзамена, а также выставляются в зачетную книжку обучающегося.

6.3. Примеры оценочных средств экзамена

Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине

«Современный стратегический анализ»

1. Внутренняя и внешняя эффективность фирмы, ее связь с ключевыми факторами успеха и конкурентными преимуществами.
2. Концепции рыночной и ресурсной ориентации стратегий.
3. Исследование динамики изменения внешней среды: использование техники сценариев.
4. Техника динамического SWOT-анализа.
5. Концепция “цепочки ценностей” М. Портера, ее роль в создании устойчивых конкурентных преимуществ компании.
6. Исследование динамики изменения ключевых факторов успеха по мере развития рынка. Сценарно-стратегический анализ.
7. Взаимосвязь инструментов стратегического анализа и планирования. Комплексный анализ.

8. Методы анализа макроокружения и динамики его изменения. PEST-анализ.
9. Модели конкурентного анализа М. Портера: основные положения, области применения в стратегическом управлении, ограничения. Расширенная модель 5 сил конкуренции.
10. Концепция GAP-анализа, его использование в конкурентном и сравнительном анализе, при реализации стратегий.
11. Стратегический анализ ресурсов, способностей (компетенций). Методический подход Г. Хамела и К.К. Прахалада.
12. VRIO-анализ уникальности и ценности ресурсов и способностей.
13. Позиционирование бизнеса: связь с ключевыми компетенциями, бизнес-моделью. Обоснование решений по позиционированию компании.
14. Позиционные преимущества компании. Факторы, определяющие выбор и изменение конкурентной и стратегической позиции.
15. Матрица стратегического отклика на внешние и внутренние факторы.
16. Модель конкурентных стратегий М. Портера.
17. Модели портфельного анализа. Модель BCG.
18. Модели портфельного анализа. Модель GE/McKinsey.
19. Модели портфельного анализа. Модель ADL/LC.
20. Модели портфельного анализа. Особенности применения и ограничения матриц портфельного анализа.

**Примерные тестовые задания для промежуточного контроля
(экзамена) по дисциплине «Современный стратегический анализ»**

1. Различие методов портфельного анализа состоит в различных подходах к оценке:
 1. конкурентной позиции бизнеса и привлекательности рынка
 2. темпов роста отраслевого рынка
 3. конкурентных позиций бизнес-единиц
2. К внутренней среде организации не относятся:
 1. финансы организации
 2. стейкхолдеры организации
 3. основные производственные фонды организации
 4. сотрудники организации
3. Примерами ресурса организации не является:
 1. квалификация сотрудников
 2. преимущества в области издержек
 3. репутация организации
 4. ускорение темпов роста рынка
4. Примером возможности организации не является:
 1. возможность получения экономии от роста объема производства
 2. ускорение темпов роста рынка
 3. возможность выхода на новые рынки или сегменты рынка
 4. самодовольство среди конкурирующих фирм
5. Примером слабой стороны организации не является:
 1. рост продаж замещающего продукта
 2. отсутствие некоторых типов ключевой квалификации и компетентности
 3. неспособность финансировать необходимые изменения стратегии
 4. конкурентные недостатки

6. Метод составления позволяет оценить относительную значимость для организации отдельных факторов внешней среды.
1. SWOT-матрицы
 2. матрицы позиционирования возможностей
 3. матрицы позиционирования угроз
 4. профиля среды
7. Не имеет специфического характера относительно отдельно взятой организации, создает общие условия функционирования и развития организации:
1. микроокружение организации
 2. макроокружение организации
 3. среда непосредственного окружения организации
 4. среда прямого воздействия
8. Какой из перечисленных методов применяется при оценке внутренней среды фирмы:
1. модель пяти сил конкуренции
 2. анализ движущих сил отрасли
 3. матрица Бостонской консалтинговой фирмы
 4. матрица стратегических ресурсов фирмы
9. Какой из перечисленных методов применяется при оценке внешней среды фирмы:
1. модель пяти сил конкуренции
 2. матрица Бостонской консалтинговой фирмы
 3. матрица стратегических ресурсов фирмы
10. При какой структуре рынка конкуренция более сильна:
1. монополии
 2. монополистической конкуренции
 3. совершенной конкуренции
 4. олигополии
11. Для исследования межфирменной конкурентной борьбы используют:
1. концепцию стратегических групп конкурентов
 2. концепцию стратегических зон хозяйствования
 3. модель 5 сил конкуренции
12. Цепочка ценностей компании отражает набор связанных между собой ... и функций, реализуемых внутри фирмы. Вставьте недостающее слово (слова):
1. направлений деятельности
 2. решений
 3. все вышеперечисленное
 4. нет правильного ответа
13. Внешняя среда организации характеризуется:
1. сложностью
 2. подвижностью
 3. неопределенностью
 4. всем вышеперечисленным
14. Стратегический анализ в рамках ресурсного подхода к разработке стратегии состоит в:
1. анализе ресурсов и способностей компании с точки зрения создания ее устойчивого конкурентного преимущества на существующем и будущих рынках
 2. анализе факторов макроокружения, ресурсов и способностей компании

3. анализе факторов макроокружения, среды непосредственного окружения, ресурсов и способностей компании

15. Динамический стратегический анализ:

1. требует рассмотрения ресурсной базы по отношению к будущим рынкам, которые, безусловно, будут отличаться от существующих

2. требует рассмотрения ресурсной базы конкурентов

3. требует сценарного подхода к анализу внешней среды и рассмотрения ресурсной базы по отношению к будущим рынкам

16. VRIO-анализ позволяет оценить ресурсы и способности компании по четырем критериям:

1. ценность (value), редкость (rarity), имитируемость/воспроизводимость (imitability) и организованность (organization)

2. ценность (value), редкость (rarity), имитируемость/воспроизводимость (imitability) и стабильность

3. ценность (value), устойчивость, имитируемость/воспроизводимость (imitability) и организованность (organization)

17. Для выбора конкурентной стратегии может быть применена модель:

1. И. Ансоффа

2. М. Портера

3. BCG

18. Переменными величинами в матрице BCG являются:

1. темп роста рынка

2. относительная доля фирмы на рынке

3. стадии эволюции рынка

19. Переменными величинами в матрице BCG являются:

1. темп роста рынка

2. относительная доля фирмы на рынке

3. привлекательность рынка

20. Переменными величинами в матрице GE / McKinsey являются:

1. темп роста рынка

2. конкурентоспособность бизнеса

3. привлекательность рынка

4. относительное преимущество на рынке (конкурентная позиция)

21. Конкурентный GAP-анализ:

1. концентрирует внимание на анализе рынка и поиске отклонений от желаемой позиции на рынке

2. концентрирует внимание на анализе рынка и тенденциях его развития

3. концентрирует внимание на анализе движущих сил рынка

22. Какая модель (матрица) не предусматривает комплексной оценки состояния и влияния на развитие организации и ее бизнесов (продуктов) многочисленных факторов внешней и внутренней среды организации:

1. BCG

2. GE/McKinsey

3. ADL/LC

23. Переменными величинами в матрице ADL / LC являются:

1. относительная доля фирмы на рынке

2. конкурентоспособность бизнеса

3. привлекательность рынка

4. относительное положение бизнеса на рынке

5. стадия жизненного цикла продукта
24. Портфельный анализ – это:

1. инструмент, с помощью которого руководство компании оценивает свою хозяйственную деятельность с целью вложения средств в наиболее прибыльные ее направления

2. инструмент формирования плана затрат и прибылей в диверсифицированной компании

6.4. Фонд оценочных средств

Полный банк заданий для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

7 ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная учебная литература

1. Басовский, Л. Е. Современный стратегический анализ : учебник / Л.Е. Басовский. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 256 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-005655-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1257970>.
2. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций : учебное пособие / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 288 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-002298-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/987772> .
3. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений : справочное пособие / В.Д. Маркова, С.А. Кузнецова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 320 с. — (Справочники ИНФРА-М). - ISBN 978-5-16-009860-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1907577>.

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Романов, Е. В. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Е. В. Романов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 160 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005135-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/994456>.
2. Романова, А. Т. Современный стратегический анализ : конспект лекций / А. Т. Романова. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 158 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1896547>.

7.3. Периодические издания

1. Российский журнал менеджмента.
2. Вестник Московского университета. Серия «Менеджмент».
3. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент».

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Варламова З.Н. Современный стратегический анализ. Методические указания к выполнению практических занятий для обучающихся направлений 38.04.01 «Экономика», 38.04.02 «Менеджмент». КГУ, 2022. (на правах рукописи).

9. РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом», <http://mavriz.ru/>
2. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом», <http://mevriz.ru/>
3. Журнал «Проблемы теории и практики управления», <http://www.uptr.ru>

10. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

При чтении лекций используются слайдовые презентации.

Минимальные требования к операционной системе и программному обеспечению компьютера, используемого при показе слайдовых презентаций: Windows XP, Foxit Reader Pro версия 1.3.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Мультимедийное оборудование (переносной персональный компьютер, мультимедийный проектор, мультимедийный экран).

12. ДЛЯ СТУДЕНТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

При использовании электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (далее ЭО и ДОТ) занятия полностью или частично проводятся в режиме онлайн. Объем дисциплины и распределение нагрузки по видам работ соответствуют п. 4.1. Решение кафедры об используемых технологиях принимается с учетом мнения ведущего преподавателя и доводится до обучающихся.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Современный стратегический анализ»

образовательной программы высшего образования –
программы магистратуры

38.04.02. - Менеджмент

Направленность:

«Управление проектами и инновациями»

Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ (144 академических часа).

Семестр: 1 (заочная форма обучения).

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Содержание дисциплины

Теория стратегии: базовые концепции и модели. Концепции ценностей и устойчивых конкурентных преимуществ. Стратегическое позиционирование компании. Стратегический анализ и диагностика компании: концепции и модели. Внутрифирменный стратегический анализ: анализ ресурсов и способностей. Методы комплексной диагностики стратегической и конкурентной позиции компании. Теоретические и методические аспекты стратегического выбора и формирования стратегий. Методы обоснования и выбора портфельных стратегий.