

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Концепция курса предусматривает изучение ключевых факторов, определяющих конкурентоспособность организации в условиях непрерывно изменяющейся внутренней и внешней среды; умение выбрать из числа базовых стратегий конкуренции адекватную целям, внутренним ресурсам и внешним условиям стратегию; разработать и реализовать стратегическую программу развития предприятия; осуществить контроль реализации намеченной стратегии.

Цель курса: изучение модели стратегического управления, обеспечивающей устойчивую конкурентоспособность современной организации за счет координации усилий по привлечению потребителей и успешной конкуренции.

Учебные задачи курса:

1. Получить представление о различных парадигмах стратегического менеджмента, характеризующих его эволюционное развитие.
2. Изучить методические основы стратегического управления организации, включая методики анализа внешней и внутренней среды; формулирования миссии, целей, задач предприятия; разработки, реализации и оценки стратегии.
3. Рассмотреть корпоративную стратегию как систему стратегий отдельных бизнесов и специализированных видов деятельности.
4. Познакомиться с основными функциональными стратегиями – продуктивно- маркетинговой, финансовой, стратегией управления персоналом.
5. Рассмотреть стратегический управленческий учет как систему информационного обеспечения выбора и эффективной реализации конкурентной стратегии организации.
6. Изучить систему стратегического контроля, координирующую процессы стратегического развития предприятия.

Получаемые студентами практические умения и навыки:

1. Умение провести стратегический анализ внутренних ресурсов организации и ее внешнего конкурентного окружения.
2. Умение выбрать из числа базовых стратегий конкуренции адекватную ресурсному потенциалу организации и ситуации в отрасли.
3. Умение разработать программу реализации стратегии и систему стратегического контроля, включающую количественные показатели эффективности реализуемой стратегии.

В результате изучения дисциплины студенты овладеют методикой использования SWOT, PEST, STEPL – анализа конкурентной позиции компании; матричными инструментами портфельного анализа продуктового ряда; приемами разработки, реализации и контроля стратегии конкуренции предприятия. Изучение курса предполагает 26 лекционных часов, 16 часов семинарских занятий, 10 часов самостоятельной контролируемой работы. При дисциплины “Стратегический менеджмент” будет использован учебно-методический комплекс, созданный на базе универсальной образовательной платформы “MOODLE” (<http://www.dl.bsu.by>). Чтение лекций планируется дополнить демонстрацией презентаций (Хомич С.А. Мн.: БГУ, 2009. –

<http://www.dl.bsu.by> ФМО. Стратегический менеджмент. Презентации лекций). Итоговое контрольное тестирование может осуществляться в программе MOODLE (Хомич С.А., Чудовский А. Мн.: БГУ, 2009. – <http://www.dl.bsu.by> ФМО. Стратегический менеджмент. Контрольно-тестовые задания).

.