

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.3 Корпоративные стратегии

**Семестр: 4**

**Количество часов: 108**

**Количество зачетных единиц: 3**

**Промежуточная аттестация: зачет**

## **Место дисциплины в структуре ООП:**

Дисциплина «Корпоративные стратегии» относится к дисциплинам по выбору базовой вариативной части профессионального цикла Б.1 учебного плана подготовки бакалавров направления 38.03.02 *Менеджмент* профиль: «Менеджмент организации».

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях полученных при изучении дисциплин: « Теория менеджмента (история управленческой мысли, теория организации, организационное поведение)», « Менеджмент корпораций», «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков», «Аналитическая практика».

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении в дальнейшем таких дисциплин как «Стратегия рыночной конкуренции», «Стратегический менеджмент», «Государственная итоговая аттестация».

## **Цель и задачи дисциплины:**

Цель изучения дисциплины «Корпоративные стратегии» – развитие у обучающихся профессиональных компетенций необходимых для решения профессиональных задач в организационно-управленческой деятельности.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности:

*в области организационно-управленческой деятельности:*

- знание сущности корпоративных организаций и их правового статуса;
- формирование глубокого понимания роли корпоративных стратегий в успешном развитии бизнеса в современных условиях;
- создание четкого представления о технологии разработки эффективных стратегий;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- воспитание социальной активности и предпринимательского мышления студентов.

*в области информационно-аналитической деятельности*

- овладение навыками сбора, обработки и анализа информации из различных источников о факторах внешней и внутренней среды корпоративной организации для разработки наиболее эффективных, конкурентоспособных стратегий.
- формирование навыков анализа коммуникационных процессов в корпоративной организации и разработки предложений по повышению их эффективности.

## **Содержание дисциплины**

Основные понятия корпоративного управления. Предмет и сущность корпоративного управления. Основные элементы в системе корпоративного управления. Принципы корпоративного управления. Корпоративное управление и корпоративный менеджмент. Особенности корпоративного управления в России, тенденции развития. Международные принципы корпоративного управления.

Структура и содержание дисциплины, цели и задачи изучения.

Роль и место корпоративной стратегии в иерархии организационных стратегий. Основные направления реализации и типы корпоративных стратегий. Корпоративная стратегия и стратегия отдельного бизнеса (бизнес-стратегия). Разработка стратегии развития через диверсификацию. Функциональный аспект корпоративной стратегии.

Этапы разработки корпоративной стратегии: постановка стратегических целей, выделение бизнес-направлений, оценка перспективности бизнес-направлений, формирование бизнес-портфеля компании и разработка альтернатив развития, определение полномочий центра корпоративного управления, формализация разработанной стратегии.

Проблемы и условия эффективности процесса разработки корпоративной стратегии. Информационное обеспечение и использование инновационного потенциала организации.

Сущность и роль корпоративной стратегии в деятельности современной организации. Значение типологии стратегий в формировании обоснованного стратегического выбора на корпоративном и бизнес-уровнях. Концепции эталонных стратегий.

Типы корпоративных конкурентных стратегий Ф. Котлера: стратегии концентрированного роста, стратегии интегрированного роста, стратегии диверсифицированного роста, стратегии сокращения.

Взаимосвязь выбора стратегии с этапами жизненного цикла организации. Внешние факторы определяющие выбор стратегии. Бизнес-диагностика стратегии развития.

Сущность портфельного анализа, цель и задачи. Факторы, определяющие стратегический выбор компании. Основные инструменты портфельного анализа.

Анализ возможностей организации по товарам и рынкам. Матрица И. Ансоффа.

Подходы к оценке конкурентных позиций стратегических единиц бизнеса и привлекательности рынка. Матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ).

Достоинства и недостатки матричных методов портфельного анализа.

**В результате освоения учебной дисциплины у обучающихся формируются следующие основополагающие компетенции:**

ПК-3 Владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (*знает* сущность и роль стратегического менеджмента в обеспечении устойчивого и долгосрочного развития организации; научные методические основы стратегического менеджмента как процесса; *умеет* находить и оценивать оптимальные рыночные возможности для повышения конкурентоспособности организации; анализировать преимущества и недостатки альтернативных стратегий; *владеет* навы-

ками осуществлять оптимальные управленческие действия в системе стратегического менеджмента при решении профессиональных задач; навыками системного подхода к решению стратегических проблем).

ПК-5 Способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (*знает* теоретические и методические основы разработки функциональных стратегий; технологии принятия стратегических, тактических, оперативных управленческих решений; *умеет* анализировать и оценивать эффективность функциональных стратегий; *владеет* навыками комплексного анализа внешней и внутренней среды организации и использования его результатов в разработке оптимальных функциональных стратегий).

### **Образовательные технологии:**

В преподавании дисциплины «Корпоративные стратегии» применяются разнообразные интерактивные образовательные технологии в зависимости от вида и цели учебного занятия.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующей форме:

- *вводная лекция;*
- *лекция – дискуссия;*
- *проблемно-ориентированная лекция.*

Практические занятия по дисциплине «Корпоративные стратегии» ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления управленческой деятельности с применением интерактивных форм обучения:

- *case-study;*
- *выполнение творческих заданий.*

**Составитель:** Е.В. Малахов, канд. экон. наук, доцент, кафедра экономики