

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.3.2 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 учебного плана подготовки бакалавров направления 38.03.02 *Менеджмент*.

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

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении в дальнейшем таких дисциплин как «Стратегия рыночной конкуренции», «Стратегический менеджмент», прохождении государственной итоговой аттестации.

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 обучающихся.

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 (*знания (З)*): сущности и роли стратегического менеджмента в обеспечении устойчивого и долговременного развития организации; научных методических основ стратегического менеджмента как процесса; *умения (У)*: находить и оценивать оптимальные рыночные возможности для повышения конкурентоспособности организации; анализировать преимущества и недостатки альтернативных стратегий; *навыки /опыт деятельности (Н/О)*: 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 (*знания (З)*): теоретических и методических основ разработки функциональных стратегий; технологии принятия стратегических, тактических, оперативных управленческих решений; *умения (У)*: анализировать и оценивать эффективность функциональных стратегий; *навыки /опыт деятельности (Н/О)*: 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 кафедры экономики