

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Кафедра общего менеджмента

Программа
учебной дисциплины
«Современный стратегический анализ»
федерального компонента
цикла дисциплин направления ГОС ВПО
второго поколения для подготовки магистров,
обучающихся по направлению 080500.68 «Менеджмент»
(магистерские программы «Финансовый менеджмент», «Маркетинг»,
«Корпоративное управление», «Управление проектами»)

Казань 2012

Составители: д.э.н., проф. Сафиуллин М.Р.

к.э.н., ст. преподаватель Зайнуллина М.Р.

Рецензенты: к.э.н., доцент Палей Т.Ф.

к.э.н., доцент Мещерякова С.А.

Обсуждена на заседании кафедры общего менеджмента 29.08.2012,
протокол № 1.

Программа дисциплины «Современный стратегический анализ» составлена в соответствии с ГОС ВПО второго поколения для подготовки магистров по направлению 080500.68 «Менеджмент».

I. Организационно-методический раздел

1. Цель курса состоит в изучении методов стратегического менеджмента и обучении применению инструментария стратегического менеджмента в современной практике деятельности предприятий.

2. Задачи курса

- расширить у студентов представление о стратегии организации и государства,
- углубить знания методов стратегического менеджмента,
- обучить способам разработки стратегических альтернатив и принципам их оценки,
- обучить навыкам использования полученных теоретических знаний в области стратегического управления на макро и микро уровне при осуществлении будущей профессиональной деятельности магистрантом.

3. Требования к уровню освоения содержания курса

В результате изучения дисциплины студент должен **знать:**

- сущность методов стратегического менеджмента,
- экономическую стратегию государства,
- методы анализа внешней и внутренней среды стратегического менеджмента,
- методы позиционирования стратегического менеджмента,
- резервы повышения эффективности методов стратегического менеджмента;

студент должен **уметь:**

- определять типы экономической стратегии государства,
- оценивать организацию с помощью методов анализа внешней и внутренней среды,

- осуществлять позиционирование организации,
- выявлять резервы повышения эффективности методов стратегического менеджмента;

студент должен **иметь практические навыки:**

- оценки экономической стратегии государства,
- расчета внешнего и внутреннего потенциала организации,
- построения стратегической позиции организации,
- совершенствования методов стратегического менеджмента.

4. Место курса в профессиональной подготовке выпускника

Изучению курса «Современный стратегический анализ» предшествует освоение следующих дисциплин: «Современные проблемы менеджмента», «Экономические аспекты управленческой деятельности», «Маркетинг». Знания, полученные в результате изучения данного курса, могут быть использованы при изучении таких дисциплин, как «Оценка бизнеса» (магистерская программа «Корпоративное управление»), «Маркетинговое управление предприятием» (магистерская программа «Маркетинг»), «Аудит систем управления корпорацией» (магистерская программа «Корпоративное управление»), «Налоговое планирование проектов» (магистерская программа «Управление проектами»), «Маркетинговое управление предприятием» (магистерская программа «Маркетинг»), «Антикризисный финансовый менеджмент» (магистерская программа «Финансовый менеджмент»), «Управление материально-техническими ресурсами» (магистерская программа «Управление проектами»), «Слияния и поглощения» (магистерская программа «Корпоративное управление») и др.

II. Содержание дисциплины

1. Разделы, темы курса и их краткое содержание

Тема 1. Содержание основных понятий методов стратегического менеджмента и экономической стратегии государства

Классификация методов стратегического менеджмента.
 Исторические тенденции развития методов стратегического менеджмента.
 Сущность стратегического управления национальной экономикой.
 Современные концепции стратегического управления экономикой России.
 Экономическая стратегия государства как наука и научная категория.
 Национальная экономика как система и объект государственной стратегии.
 Концепции экономической безопасности.

Тема 2. Методы анализа внешней и внутренней среды стратегического менеджмента

Анализ внешней и внутренней среды. SCP – анализ. SNV – анализ. Модель Р. Гранта. Матрица Дж. Х. Вилсона. Модель 5 сил конкуренции. Метод «PDS». Конкурентный профиль. Метод QFD. Метод SPACE. Модель Конана и Гольдера. Метод credit-men. График прибыльности «Майсигмы». GAP-анализ. Метод SIX SIGMA. «Lots» (лоцман).

Система McKinsey. Модель Du Pont. Модель Э. Альтмана. Метод анализа базового рынка Абея. ABC – анализ. CVP – анализ. Цепочка создания ценностей М. Портера. Подход Омаэ. Достоинства и недостатки методов. Дискуссионный вопрос: адаптация методов анализа внешней и внутренней среды для отечественных предприятий.

Тема 3. Методы позиционирования стратегического менеджмента

Портфельные методы стратегического менеджмента. Трехмерная матрица BCG. Модифицированная модель BCG. Модель GE – McKinsey, предложенная Дэйем. Модель GE – McKinsey, предложенная Монисоном. Матрица GE – McKinsey по Нейлору. Матрица «товар/рынок» Ансоффа. Модифицированная матрица Ансоффа. Модель «продукт рынок» А. Дж. Стейнера. Матрица Hussey. Матрица Р. Купера. Матрица оценки проектов новых товаров. Матрица конкурентных стратегий М. Портера. Матрица

обоснования диверсификации. MACS: корпоративная стратегия, активированная рынком. Достоинства и недостатки моделей. Дискуссионный вопрос: возможность согласовывать рекомендации моделей с ситуационным анализом.

Тема 4. Резервы повышения эффективности применения методов стратегического менеджмента

Анализ практики построения моделей. Дискуссионный вопрос: основные проблемы применения моделей в практике стратегического менеджмента. Особенности внедрения методов стратегического менеджмента в РФ и РТ. Методы совершенствования применения методов стратегического менеджмента.

2. Примерная тематика курсовых работ

1. Исторические тенденции развития методов стратегического менеджмента.
2. Сущность стратегического управления национальной экономикой.
3. Современные концепции стратегического управления экономикой России.
4. Экономическая стратегия государства.
5. Функции государства в национальной экономике.
6. Экономическая безопасность государства.
7. Возможности SCP – анализа для предприятия.
8. Способы построения SNV – анализа для предприятия.
9. Применение на практике модели Р. Гранта.
10. Возможности управления с помощью матрицы Дж.Х. Вилсона.
11. Способы построения модели 5 сил конкуренции Портера.

12. Методология построения «PDS».
13. Технология построения конкурентного профиля.
14. Способы управления на базе метода QFD.
15. Совершенствование метода SPACE.
16. Адаптация модели Конана и Гольдера к российским условиям.
17. Использование метода credit-men для отечественных компаний.
18. Способы построения графика прибыльности «Майсигмы».
19. Возможности GAP-анализа.
20. Адаптация метода SIX SIGMA для отечественных предприятий.
21. Технология применения «Lots» (лоцман).
22. Способы построения системы McKinsey.
23. Совершенствование модели Du Pont.
24. Применение модели Э. Альтмана в практике российских компаний.
25. Адаптация метода анализа базового рынка Абеля.
26. Особенности ABC – анализа.
27. Возможности CVP – анализа.
28. Применение цепочки создания ценностей М. Портера.
29. Способы построения подхода Омаэ.
30. Способы применения трехмерной матрицы BCG.
31. Развитие и совершенствование модифицированной модели BCG.
32. Преимущества и ограничения модели GE – McKinsey, предложенная Дэйем.
33. Возможности применения модели GE – McKinsey, предложенная Монисоном для российских компаний.
34. Технология построения матрицы GE – McKinsey по Нейлору.
35. Способы применения матрицы «товар/рынок» Ансоффа.
36. Использование модифицированной матрицы Ансоффа в практике отечественных компаний.

37. Модель «продукт рынок» А.Дж. Стейнера.
38. Особенности матрицы Hussey для российских предприятий.
39. Совершенствование матрицы Р. Купера для практического использования.
40. Недостатки матрицы оценки проектов новых товаров и их совершенствование.
41. Применение матрицы конкурентных стратегий М. Портера.
42. Технология построения матрицы обоснования диверсификации.
43. Возможности MACS - корпоративной стратегии, активированной рынком.

3. Примерный перечень вопросов и заданий для самостоятельной работы

1. Какие существуют подходы к понятию методов стратегического менеджмента?
2. Какие существуют классификации этапов развития методов стратегического менеджмента?
3. Каким образом классифицируются методы стратегического менеджмента?
4. Почему возникла необходимость стратегического управления национальной экономикой?
5. Какие концепции стратегического управления экономикой России сформированы?
6. В чем заключаются основные элементы экономической стратегии государства?
7. Почему национальную экономику необходимо рассматривать как объект государственной стратегии?
8. В чем суть концепции экономической безопасности?

9. Каким образом должен быть сбалансирован портфель корпорации?
10. Какие существуют проблемы анализа стратегической группы конкурентов в отрасли?
11. Какие проблемы возникают при применении методов анализа внутренней среды?
12. В чем основная сложность применения методов анализа внешней среды?
13. В чем заключается несовершенство методов позиционирования стратегического менеджмента?
14. С какими проблемами сталкиваются российские предприятия при внедрении методов стратегического менеджмента?
15. Какие способы совершенствования применения методов стратегического менеджмента существуют?

4. Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Исторические тенденции развития методов стратегического менеджмента.
2. Классификация методов стратегического менеджмента.
3. Сущность стратегического управления национальной экономикой.
4. Современные концепции стратегического управления экономикой России.
5. Экономическая стратегия государства как наука и научная категория.
6. Национальная экономика как система и объект государственной стратегии.
7. Концепции экономической безопасности.
8. Метод анализа внешней среды организации: SCP-анализ.
9. Метод анализа внутренней среды организации: SNW-анализ.

10. Модель анализа внутренней и внешней среды организации стратегического менеджмента: модель Р. Гранта.
11. Матрица анализа внешней среды организации стратегического менеджмента: матрица Дж.Х. Вилсона.
12. Модель анализа внешней среды организации стратегического менеджмента: модель 5 сил конкуренции Портера.
13. Метод анализа внешней среды организации: метод «PDS».
14. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: конкурентный профиль.
15. Метод анализа внутренней среды организации: метод QFD.
16. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: метод SPACE.
17. Модель анализа внутренней среды организации: модель Конана и Гольдера.
18. Метод анализа внутренней среды организации: метод credit-men.
19. Метод анализа внутренней среды организации: построение графика прибыльности «Майсигмы».
20. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: GAP-анализ.
21. Метод анализа внутренней среды организации: метод SIX SIGMA
22. Метод анализа внешней среды организации: метод «Lot»(лоцман).
23. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: система McKinsey.
24. Метод анализа внутренней среды организации: модель Du Pont.
25. Метод анализа внутренней среды организации: модель Э. Альтмана.

26. Метод анализа внешней среды организации: метод анализа базового рынка Абеля.
27. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: ABC-анализ.
28. Метод анализа внутренней среды организации: CVP- анализ.
29. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: цепочка создания ценностей М. Портера.
30. Метод анализа внешней и внутренней среды организации: подход Омаэ.
31. Метод позиционирования организации: трехмерная матрица BCG.
32. Метод позиционирования организации: модифицированная модель BCG.
33. Метод позиционирования организации: модель General Electric-McKinsey, предложенная Дэйем.
34. Метод позиционирования организации: модель General Electric-McKinsey, предложенная Мониесоном.
35. Метод позиционирования организации: матрица GE-McKinsey по Нейлору.
36. Метод позиционирования организации: матрица «товар/рынок» Ансоффа.
37. Метод позиционирования организации: модифицированная матрица Ансоффа.
38. Метод позиционирования организации: модель «продукт-рынок» А. Дж. Стейнера.
39. Метод позиционирования организации: матрица Hussey.
40. Метод позиционирования организации: матрица Р. Купера.
41. Метод позиционирования организации: матрица оценки проектов новых товаров.

42. Метод позиционирования организации: матрица конкурентных стратегий М. Портера.

43. Метод позиционирования организации: матрица обоснования диверсификации.

44. Метод позиционирования организации: MACS - корпоративная стратегия, активированная рынком.

45. Анализ практики построения моделей.

46. Основные проблемы применения моделей в практике стратегического менеджмента.

47. Особенности внедрения методов стратегического менеджмента в РФ и РТ.

48. Методы совершенствования применения методов стратегического менеджмента.

III. Распределение часов курса по темам и видам работ

№	Наименование темы	Всего	Из них				Самост. работа
			Аудиторные часы				
			Лек-ции	Сем. занятия	Практ. занятия	Инд. занятия	
1.	Содержание основных понятий методов стратегического менеджмента и экономической стратегии государства	16	2	2		2	10
2.	Методы анализа внешней и внутренней среды стратегического менеджмента	16	2		2		12
3.	Методы позиционирования стратегического менеджмента	16	2		2	2	10
4.	Резервы повышения эффективности применения методов стратегического менеджмента	12	2				10
	Итого	60	8	2	4	4	42

IV. Форма итогового контроля

Экзамен.

V. Учебно-методическое обеспечение курса

1. Рекомендуемая литература (основная)

1. Ансофф. И. Стратегический менеджмент. Классическое издание. - СПб.: Изд-во Питер, 2008.
2. Демьянова О.В. Методы стратегического менеджмента: учебное пособие/ О.В. Демьянова. – Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2007.
3. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент. – М.: Проспект / ТК Велби, 2007.

2. Рекомендуемая литература (дополнительная)

1. Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент: учебник – 2-е изд., перераб и доп. (ГРИФ), - М.: Магистр, 2008.
2. Круглов М.И., Круглова Н.Ю. Стратегический менеджмент. учебник 2-е изд., - М.: Изд-во: Высшее образование, 2008.
3. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент. Курс лекций. – М.: Изд-во Инфра-М, 2008.
4. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. Пер. с англ. – 3 –е издание. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
5. Томсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа.- М.: Изд-во Вильямс, 2007.

3. Перечень обучающих и контролирующих компьютерных программ

Turning Point – интерактивная система опроса.