

# Аннотация рабочей программы дисциплины

## Б1.В.09 Современный стратегический анализ

**Название кафедры:** "Менеджмента организации и управления инновациями"

### 1. Цель и задачи дисциплины

**Цель** учебной дисциплины – развитие стратегического мышления и формирование у магистрантов способности самостоятельно проводить стратегический анализ как наиболее сложный и значимый элемент стратегического управления организацией.

В процессе преподавания данного учебного курса решаются следующие **задачи**:

- организационно-управленческая: организация и проведение стратегического анализа внутренней и внешней среды организации и ее подразделений;
- аналитическая: поиск, анализ и оценка информации, необходимой для подготовки и принятия стратегических решений; анализ существующей корпоративной стратегии и обоснование предложений по ее корректировке;
- научно-исследовательская: выявление существующих проблем в использовании классических инструментов стратегического анализа в условиях конкретной организации, их адаптация и генерация новых подходов к обоснованию корпоративных стратегий, разработка организационно-управленческих моделей процессов стратегического анализа.

### 2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Учебная дисциплина Б1.В.09 Современный стратегический анализ относится к вариативной части дисциплин профессионального цикла подготовки магистров по направлению 38.04.02 Менеджмент

### 3. Требования к результатам освоения дисциплины

Формируемые компетенции:

- ПК-2 - способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию,  
ПК-3 - способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач,  
ПК-5 - владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде,

В результате освоения дисциплины студент должен:

**знать:**

- основные принципы и методы стратегического планирования и управления,
- виды, модели и школы стратегического менеджмента,
- классификацию и содержание корпоративных и бизнес-стратегий;

**уметь:**

- анализировать и оценивать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований,
- оценивать воздействие факторов микро- и макросреды на функционирование организации,
- прогнозировать собственные возможности организации и ее конкурентоспособность,

**владеть:**

- основными методами, способами и средствами обработки информации для принятия стратегических решений,
- современными подходами для разработки корпоративной стратегии,
- методами экономического и стратегического анализа микро- и макросреды.

**4. Общий объём дисциплины: 2 з.е. ( 72 часа)**

**5. Дополнительная информация:**

Учебным планом предусмотрено написание реферата и промежуточного теста в процессе изучения дисциплины.

Для сопровождения лекционного материала необходим презентационный класс, оборудованный проектором.

Для оценки результатов обучения применяется балльно-рейтинговая система.

**6. Виды и формы промежуточной аттестации**

Форма промежуточной аттестации – зачет.