

СОДЕРЖАНИЕ

От авторов

Введение

Организационно-методический раздел

Краткое содержание лекций

Форма итогового контроля

ЛЕКЦИЯ I. СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ И ЕГО ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

- 1.1. Предпосылки развития стратегического управления
 - 1.1.1. Стратегические намерения
 - 1.1.2. Понятие «стратегическое управление»
 - 1.1.3. Стратегические решения
 - 1.1.4. Школы стратегического планирования
 - 1.1.5. Особенности стратегического менеджмента
- 1.2. Три типа стратегий: корпоративная, деловая и функциональная
 - 1.2.1. Основные признаки и свойства стратегии
 - 1.2.2. Корпоративная стратегия
 - 1.2.3. Стратегия конкуренции
 - 1.2.4. Функциональная стратегия
 - 1.2.5. Операционная стратегия
- 1.3. Три задачи создания стратегии: формулирование стратегического видения, установление целей, разработка стратегии
 - 1.3.1. Формирование стратегического видения
 - 1.3.2. Установление целей
 - 1.3.3. Разработка стратегии
- 1.4. Необходимость планирования стратегии
- 1.5. Факторы, формирующие стратегию и этапы стратегического планирования
- 1.6. Процесс формирования желаемого состояния организации..
- 1.7. Уточнение понятий миссии, видения и цели организации

- 1.7.1. Основные этапы формирования миссии компании
- 1.7.2. Путь кайзен как подход к определению миссии компании
- 1.7.3. Критерии выбора миссии организации
- 1.7.4. Критерии выбора целей организации

ЛЕКЦИЯ II. ПРОЦЕСС СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

- 2.1. Планирование как процесс стратегического управления
- 2.2. Сущность стратегического планирования
 - 2.2.1. Почему стратегическое планирование необходимо
 - 2.2.2. Основные шаги стратегического планирования
 - 2.2.3. Различия стратегического и тактического планирования
 - 2.2.4. Особенности оперативного планирования
- 2.3. Уровни стратегического планирования
- 2.4. Преимущества стратегического планирования
- 2.5. Корпоративная культура: базовые положения и методы формирования
 - 2.5.1. Понятие «корпоративная культура»
 - 2.5.2. Общие свойства корпоративной культуры и методы ее становления
 - 2.5.3. Ценности как ядро корпоративной культуры

ЛЕКЦИЯ III. АНАЛИЗ ОТРАСЛИ И КОНКУРЕНЦИИ В НЕЙ

- 3.1. Понятие «отрасль»
- 3.2. Анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней
 - 3.2.1. Оценка конкурентоспособности на основе концепции «4Р»
 - 3.2.2. Критерии анализа конкуренции в отрасли
- 3.3. Ключевые факторы успеха компаний (КФУ)
 - 3.3.1. Ориентированность на потребителя как базовый приоритет компаний
 - 3.3.2. Комплексное управление качеством
 - 3.3.3. Философия непрерывных улучшений
 - 3.3.4. Анализ цепочки ценности как средство повышения удовлетворения запросов потребителя

ЛЕКЦИЯ IV. АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ КОМПАНИИ

- 4.1. Внешняя и внутренняя среда организации
- 4.2. Что такое SWOT-анализ
 - 4.2.1. Исторические корни SWOT-анализа и его сущность.
 - 4.2.2. Основные ошибки, допускаемые при применении SWOT-анализа
 - 4.2.3. Основные рекомендации по проведению SWOT-анализа
- 4.3. Анализ внешней среды
 - 4.3.1. Анализ значимого окружения
 - 4.3.2. Анализ возможностей и препятствий (угроз)
 - 4.3.3. Метод «5 x 5» для анализа внешней среды
- 4.4. Анализ внутренней среды (выделение сильных и слабых сторон организации)
- 4.5. Пять вопросов анализа состояния компании

ЛЕКЦИЯ V. ОБЩИЕ КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ И ИХ ПРЕИМУЩЕСТВА

- 5.1. Конкурентные преимущества
 - 5.1.1. Основные составляющие конкурентных преимуществ компании
 - 5.1.2. Четыре метода конкурентных инноваций
- 5.2. Пять конкурентных сил. Пять общих конкурентных стратегий
 - 5.2.1. Модель пяти конкурентных сил М. Портера
 - 5.2.2. Основные причины существования барьеров на входе в отрасль
 - 5.2.3. Конкурентная стратегия как средство достижения конкурентного преимущества
 - 5.2.4. Пять конкурентных стратегий компании
 - 5.2.5. Достижение конкурентного преимущества на основе дифференциации
- 5.3. Выбор вида конкурентной стратегии фирмы
- 5.4. Маркетинговые стратегии конкуренции

ЛЕКЦИЯ VI. СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННОЙ КОМПАНИИ

- 6.1. Выбор портфельной и конкурентной стратегии

- 6.1.1. Анализ альтернативных портфелей отрасли
- 6.1.2. Выбор наилучшего портфеля
- 6.2. Четыре типа эталонных стратегий развития бизнеса
 - 6.2.1. Сущность конкурентной стратегии
 - 6.2.2. Стратегии концентрации роста
 - 6.2.3. Стратегии интеграции
 - 6.2.4. Стратегии диверсификации
 - 6.2.5. Стратегии сокращения
- 6.3. Разработка корпоративной стратегии
- 6.4. Инструменты стратегии диверсификации

ЛЕКЦИЯ VII. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДИВЕРСИФИЦИРОВАННЫХ КОМПАНИЙ (МАТРИЦЫ ДЕЛОВОГО ПОРТФЕЛЯ - ПОРТФЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ)

- 7.1. Цели и основные этапы портфельного анализа
- 7.2. Виды портфельного анализа
 - 7.2.1. Бостонская матрица, или Матрица роста
 - 7.2.2. Сущность понятия «стратегия» по Ансоффу
 - 7.2.3. Метод портфельного анализа на основе матрицы МакКинси
 - 7.2.4. Подход Хофера—Шенделя
- 7.3. Проблемы портфельного анализа

ЛЕКЦИЯ VIII. ВЫПОЛНЕНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ

- 8.1. Выполнение стратегии
- 8.2. Реализация стратегии
 - 8.2.1. Пять задач по реализации стратегии
 - 8.2.2. Мотивация труда
 - 8.2.3. Система мотивации А. Маслоу

Темы письменных работ по курсу «Стратегический менеджмент»

Контрольный блок вопросов для подготовки к экзамену (зачету) по дисциплине «Стратегический менеджмент»

Глоссарий