

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 30.10.2023 12:24:11  
Уникальный программный ключ:  
b683afe664d7e9f64175886cf9626a196149ad36

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Факультет  
Кафедра

*Экономический*  
*Экономики и управления*

**Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)**

дисциплина

***Б1.О.15 Стратегическое государственное управление***

обязательная часть

Направление

***38.03.04***  
код

***Государственное и муниципальное управление***  
наименование направления

Программа

***Государственное и муниципальное управление***

Форма обучения

***Очная***

Для поступивших на обучение в  
***2023 г.***

Стерлитамак 2023

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций**

<b>Формируемая компетенция (с указанием кода)</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Результаты обучения по дисциплине (модулю)</b>
ПК-2. Способен обеспечивать регулирование бюджетной системы	ПК-2.1. Знает методы регулирования бюджетной системы	Обучающийся должен: знать методы регулирования бюджетной системы
	ПК-2.2. Обосновывает направления регулирования бюджетной системы	Обучающийся должен: уметь обосновывать направления регулирования бюджетной системы
	ПК-2.3. Оценивает эффективность направлений регулирования бюджетной системы	Обучающийся должен: владеть навыками оценки эффективности направления регулирования бюджетной системы

**2. Цели и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Цели изучения дисциплины:

Дисциплина реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Теория управления», «Экономическая теория».

Дисциплина изучается на 3, 4 курсах в 6, 7 семестрах

**3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 6 зач. ед., 216 акад. ч.

<b>Объем дисциплины</b>	<b>Всего часов</b>
	<b>Очная форма обучения</b>
Общая трудоемкость дисциплины	216
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	
лекций	32
практических (семинарских)	48
другие формы контактной работы (ФКР)	1,4
Учебных часов на контроль (включая часы подготовки):	34,8
зачет	
экзамен	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	99,8

<b>Формы контроля</b>	<b>Семестры</b>
зачет	6

**4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)**

№ п/п	Наименование раздела / темы дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				СР
		Контактная работа с преподавателем				
		Лек	Пр/Сем	Лаб		
<b>1</b>	<b>Теория и практика стратегического планирования и управления</b>	<b>14</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>42,8</b>	
1.1	Стратегическое планирование и управление	2	2	0	5	
1.2	Этапы развития стратегического управления	2	2	0	4	
1.3	Характеристика процесса и основных этапов стратегического управления организацией	2	2	0	4	
1.4	Характеристика видов управления в стратегическом менеджменте предприятия	2	2	0	5	
1.5	Объекты стратегического управления и их характеристика	2	4	0	6,8	
1.6	Анализ внешнего окружения предприятия	2	4	0	8	
1.7	Модели анализа стратегического потенциала предприятия	2	4	0	10	
<b>2</b>	<b>Процесс реализации стратегии и оценка его результатов</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>57</b>	
2.1	Матрицы и модели стратегического анализа предприятия	4	4	0	6	
2.2	Матрицы и модели анализа конкуренции. Стратегии конкуренции и диверсификации	4	4	0	5	
2.3	Механизм реализации стратегии	2	4	0	10	
2.4	Стратегический контроллинг	2	4	0	10	
2.5	Стратегический менеджмент в условиях изменений	2	4	0	10	
2.6	Стратегический маркетинг	2	4	0	10	
2.7	Управление стратегическими альянсами: теория и практика реализации	2	4	0	6	
	<b>Итого</b>	<b>32</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>99,8</b>	

## 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Курс лекционных занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
<b>1</b>	<b>Теория и практика стратегического планирования и управления</b>	
1.1	Стратегическое планирование и управление	Общая характеристика стратегического планирования, внешняя и внутренняя среда организации, отрасль и бизнес организации, видение, миссия, цели, стратегия, внедрение стратегии, стратегический контроль, организационная
1.2	Этапы развития стратегического управления	Этапы развития стратегического подхода. Основные категории стратегического менеджмента: стратегическое и оперативное (тактическое) управление
1.3	Характеристика процесса и основных этапов стратегического управления организацией	Общий обзор и характеристика элементов процесса, разработка стратегии организации: конкретизация и формализация стратегического видения; определение миссии и концепции бизнеса организации. Установление целей и их общая характеристика. Стратегические и финансовые цели, их связь и отличие. Инструменты разработки стратегических целей: целевое управление, пирамида целей, дерево целей
1.4	Характеристика видов управления в стратегическом менеджменте предприятия	Управление на основе стратегических задач. Управление по слабым сигналам. Управление в условиях стратегических неожиданностей. Стратегические планы и программы: их роль и состав. Детерминанты стратегических программ. Различие стратегических планов с точки зрения их генезиса: рациональные и интуитивные.
1.5	Объекты стратегического управления и их характеристика	Три группы объектов стратегического управления. Предприятие в целом. Стратегическое поле бизнеса (хозяйствования). Стратегические единицы бизнеса и концепция сегментации рынка. Критерии выделения бизнес единиц. Функциональная сфера деятельности, подразделение. Теория стейкхолдеров.
1.6	Анализ внешнего окружения предприятия	Анализ внешнего окружения организации. Понятия и основные факторы макросреды и глобальной среды организации, учитываемые при принятии стратегических управленческих решений. СВОТ – анализ, ПЕСТ – анализ, многофакторный анализ среды, как основные методы проведения анализа. Глобальная среда, тенденции ее развития и факторы, учитываемые при разработке стратегии организации.
1.7	Модели анализа стратегического потенциала предприятия	Анализ ситуации в отрасли и конкуренции в ней (конкурентной среды). Общая оценка состояния развития и привлекательности отрасли для бизнеса. Позиционирование организации в отрасли и на рынке. Характеристики основных участников микросреды организации: потребителей, поставщиков, посредников, конкурентов, органов власти, общество. Методика построения модели пяти сил конкуренции

		<p>М.Портера; Карты стратегических групп; Конкурентного профиля. Источники повышения конкурентоспособности организации. Модель национального ромба М.Портера и ее современная интерпретация.</p> <p>Конкурентные преимущества и рыночная позиция организации. Ключевые факторы успеха и движущие силы в отрасли. Методики их определения и оценки влияния на конкурентные позиции организации.</p> <p>Анализ внутренней среды (состояния) организации. Цели и задачи анализа, методика и инструментарий его проведения. Виды анализа ресурсов и возможностей организации: ресурсный, анализ компетенций; финансовый и кадровый потенциал организации; сильные и слабые стороны развития организации, ее позиции на рынке (СВОТ – анализ) и другие. Выявление стратегических проблем организации.</p>
<b>2</b>	<b>Процесс реализации стратегии и оценка его результатов</b>	
2.1	Матрицы и модели стратегического анализа предприятия	<p>Факторы, влияющие на стратегический выбор: характеристика состояния отрасли; рыночная позиция организации; масштаб бизнеса; фактор времени; приемлемый уровень риска. Матрица направлений роста организации (рынок-продукты). Стратегии в зависимости от масштабов деятельности (малых, средних и крупных фирм). Матрицы стратегий по масштабам бизнеса.</p> <p>Стратегия на разных этапах жизненного цикла отрасли(зарождение, рост, зрелость, спад). Стратегия фирм, занимающих различные рыночные позиции(лидера, претендующего на лидера, следующего за лидером, окопавшиеся в нише). Портфельные методы и модели выбора стратегии. Матрица БКГ, Мак-Кинси</p>
2.2	Матрицы и модели анализа конкуренции. Стратегии конкуренции и диверсификации	<p>Сущность и виды конкуренции. Формирование конкурентных стратегий. Типы конкурентного преимущества: внутреннее и внешне.</p> <p>Модель пяти конкурентных стратегий М. Портера. Стратегия лидерства по издержкам. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусирования на издержках или дифференциации. Стратегия оптимальных издержек. Их классическая и современная интерпретация. Инструменты выбора конкретных стратегий. Сущность и мотивы диверсификации. Виды стратегий диверсификации.</p>
2.3	Механизм реализации стратегии	<p>Организационное обеспечение реализации стратегии. Роль руководства в реализации стратегии. Роль организационной структуры в реализации стратегии. Роль человеческого фактора в реализации стратегии.</p>
2.4	Стратегический контроллинг	<p>Контроль за реализацией стратегии. Требования к системе стратегического контроля. Характеристики эффективного контроля.</p>
2.5	Стратегический менеджмент в условиях	<p>Стратегические изменения. Эволюционная и революционная модели изменений. Эволюционные</p>

	изменений	изменения в рамках организационного развития. Понятие и основные этапы организационного развития. Хозяйственный реинжиниринг. Сопоставление подходов. Стратегии изменений: стратегия основанная на переговорах; директивная стратегия; нормативная стратегия; аналитическая стратегия; стратегия ориентированная на действие. Сопротивление изменениям и методы его преодоления. Управление изменениями в российских организациях. Эффективность стратегического менеджмента и лидеры стратегических изменений.
2.6	Стратегический маркетинг	Маркетинговая стратегия, определение, основные компоненты, их виды и характеристики. Стратегии маркетинга в зависимости от характера спроса на рынке.
2.7	Управление стратегическими альянсами: теория и практика реализации	Теоретические и практические аспекты формирования и развития стратегических альянсов. Классификация стратегических альянсов. Жизненный цикл стратегического альянса. Содержание процесса управления функционированием альянса.

Курс практических/семинарских занятий

№	Наименование раздела / темы дисциплины	Содержание
<b>1</b>	<b>Теория и практика стратегического планирования и управления</b>	
1.1	Стратегическое планирование и управление	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. История становления и развития стратегического планирования и управления.</li> <li>2. Понятие стратегии развития предприятия. Классификация стратегий.</li> <li>3. Модель гарвардской школы.</li> <li>4. Модель И. Ансоффа.</li> <li>5. Модель Г. Стейнера.</li> <li>6. Модель К. Боумэна.</li> <li>7. Подходы к процессу разработки стратегии предприятия: корпоративное планирование, итеративное планирование, интуитивное планирование, хаотическое планирование.</li> <li>8. Школа дизайна, школа планирования.</li> <li>9. Школа предпринимательства, школа позиционирования.</li> <li>10. Когнитивная школа, школа обучения, школа власти.</li> <li>11. Школа культуры, школа внешней среды, школа конфигурации.</li> <li>12. Этапы формирования стратегического плана.</li> </ol>
1.2	Этапы развития стратегического управления	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность стратегического менеджмента.</li> <li>2. Особенности стратегических решений.</li> <li>3. Функции стратегического менеджмента: планирование стратегии, организация выполнения</li> </ol>

		<p>стратегических планов, координация действий по реализации стратегических задач, мотивация на достижение стратегических результатов, контроль за процессом выполнения стратегии.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Принципы и методы стратегического управления.</li> <li>5. Управленческие системы: бюджетно-финансовый контроль.</li> <li>6. Управление на основе экстраполяции.</li> <li>7. Предвидение изменений.</li> <li>8. Управление на основе гибких экстренных решений.</li> </ol>
1.3	Характеристика процесса и основных этапов стратегического управления организацией	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составляющие стратегического управления: видение, сфера бизнеса, линия, общественно значимая роль, стратегия, программа, планы.</li> <li>2. Этапы стратегического управления: анализ среды, определение миссии и целей организации, формирование и выбор стратегии, реализация стратегии, оценка и контроль выполнения стратегии.</li> <li>3. Итеративность (цикличность) процесса разработки стратегии.</li> <li>4. Мониторинг и корректировка стратегических решений и планов</li> </ol>
1.4	Характеристика видов управления в стратегическом менеджменте предприятия	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Управление на основе стратегических задач.</li> <li>2. Управление по слабым сигналам.</li> <li>3. Управление в условиях стратегических неожиданностей.</li> <li>4. Стратегические планы и программы: их роль и состав.</li> <li>5. Детерминанты стратегических программ. Различие стратегических планов с точки зрения их генезиса: рациональные и интуитивные.</li> </ol>
1.5	Объекты стратегического управления и их характеристика	<p>Три группы объектов стратегического управления. Предприятие в целом.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Стратегическое поле бизнеса (хозяйствования).</li> <li>3. Стратегические единицы бизнеса и концепция сегментации рынка.</li> <li>4. Критерии выделения бизнес единиц.</li> <li>5. Функциональная сфера деятельности, подразделение.</li> <li>6. Теория стейкхолдеров.</li> </ol>
1.6	Анализ внешнего окружения предприятия	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составляющие и типы внешней среды.</li> <li>2. Методы оценки внешнего окружения предприятия: PEST-анализ.</li> <li>3. SWOT-анализ.</li> <li>4. Метод «5» на «5».</li> <li>5. Метод позиционирования.</li> <li>6. Модели прогнозирования.</li> <li>7. Сценарный анализ.</li> </ol>

1.7	Модели анализа стратегического потенциала предприятия	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цели, принципы и методы анализа.</li> <li>2. Анализ стратегического потенциала предприятия и стратегических ресурсов.</li> <li>3. Структура управленческого анализа: система Мак Кинси.</li> <li>4. «Цепочка ценностей» М. Портера.</li> <li>5. Диаграмма Р. Омаэ.</li> </ol>
<b>2</b>	<b>Процесс реализации стратегии и оценка его результатов</b>	
2.1	Матрицы и модели стратегического анализа предприятия	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цели и этапы портфельного анализа.</li> <li>2. Матрица БКГ.</li> <li>3. Модифицированная матрица БКГ.</li> <li>4. Матрица General Electric.</li> <li>5. Матрица направленной политики Shell.</li> <li>6. Анализ уровня влияния избранной стратегии на величины прибыльности и наличности (PIMS – анализ).</li> <li>7. Матрицы и модели выбора функциональных стратегий (матрица выбора маркетинговой стратегии, модель северной школы маркетинга услуг, матрица выбора инновационной стратегии, матрица формирования портфеля технологий, график прибыльности «Майсигмы», матрица выбора финансовой стратегии).</li> <li>8. Критерии отбора стратегических альтернатив.</li> </ol>
2.2	Матрицы и модели анализа конкуренции. Стратегии конкуренции и диверсификации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Структура и масштабы конкуренции.</li> <li>2. Концепция движущих сил.</li> <li>3. Концепция стратегических групп.</li> <li>4. Анализ ключевых факторов успеха в конкурентной борьбе.</li> <li>5. Стратегии конкуренции.</li> <li>6. Цели и мотивы диверсификации.</li> <li>7. Виды диверсификации.</li> <li>8. Стратегии глобальной диверсификации.</li> </ol>
2.3	Механизм реализации стратегии	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составляющие процесса выполнения стратегии.</li> <li>2. Создание жизнеспособной организации: персонал и стратегия, приведение организационной структуры в соответствие со стратегией, роль реинжиниринга бизнес-процессов в усовершенствовании стратегии.</li> <li>3. Система управленческих инструментов реализации стратегии: бюджет фирмы, политики, процедуры, системы вознаграждения.</li> <li>4. Создание корпоративной культуры, поддерживающей стратегию фирмы.</li> <li>5. Модели анализа влияния корпоративной культуры на эффективность ее функционирования (модель Сате, модель Питерса и Уотермана, система конкурирующих ценностей Квина и Рорбаха).</li> </ol>
2.4	Стратегический контроллинг	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сущность стратегической эффективности.</li> <li>2. Стратегический контроллинг.</li> </ol>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>3. Организация отдела стратегического развития.</li> <li>4. Стратегическое лидерство.</li> </ul>
2.5	Стратегический менеджмент в условиях изменений	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие и признаки организационного сопротивления.</li> <li>2. Диагностика индивидуального и группового сопротивления.</li> <li>3. Сопротивление системы.</li> <li>4. Определение общих способностей к управлению.</li> <li>5. Методы управления в условиях спонтанных (прерывистых) изменений.</li> </ul>
2.6	Стратегический маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Концепция стратегического маркетинга.</li> <li>2. Задачи и функции стратегического маркетинга.</li> <li>3. Методы и модели стратегического маркетинга.</li> <li>4. Стратегии маркетинга на предприятии.</li> <li>5. Маркетинговые программы</li> </ul>
2.7	Управление стратегическими альянсами: теория и практика реализации	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Теоретические и практические аспекты формирования и развития стратегических альянсов.</li> <li>2. Классификация стратегических альянсов.</li> <li>3. Жизненный цикл стратегического альянса.</li> <li>4. Содержание процесса управления функционированием стратегических альянсов.</li> </ul>