

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ» (МГТУ ГА)

Утверждаю
Проректор по УМР
В.В. Криницин

«_____» _____ 200__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ» СД.01

Специальность – 080507

Факультет – МОК

Кафедра – Менеджмента

Курс – 4

Семестр – 8

Форма обучения – дневная

Общий объем учебных часов на дисциплину 140

Объем аудиторных часов 68, в том числе:

 Лекции 44

 Практические занятия 24

Самостоятельная работа 72

Контрольные домашние задания:

 Курсовой проект 4 курс, 8 семестр

 Экзамен 4 курс, 8 семестр

Москва 2008 г.

Рабочую программу составил:
Артамонов Борис Владимирович, профессор, д.э.н.

(подпись)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры, протокол

№ _____ от _____ 200__ г.

Заведующий кафедрой Артамонов Б.В., профессор, д.э.н

(подпись)

Рабочая программа одобрена Методическим советом специальности 080507
«Менеджмент организации»

Протокол № _____ от _____ 200__ г.

Председатель Методического совета – Артамонов Б.В., профессор, д.э.н.

(подпись)

Рабочая программа согласована с Учебно-методическим управлением (УМУ)

Начальник УМУ – Логачев В.П.

(подпись)

1. Цель и задачи дисциплины

1.1. Цель преподавания дисциплины:

Обучение студентов методам ведения управленческой деятельности, формирования стратегических целей и стратегии предприятия, правилам построения организационных структур и проектирования систем управления.

Сформировать чувство ответственности специалиста за выполненную работу, за принимаемые решения, добросовестность при выполнении заданий, морально-этические аспекты производственной деятельности.

1.2. Задачи изучения дисциплины (необходимый комплекс знаний и умений)

1.2.1. Иметь представление о: стратегических проблемах развития авиатранспортного производства.

1.2.2. Знать:

теоретические основы стратегического управления.

1.2.3. Уметь:

- выявлять проблемы экономического характера при анализе развития авиапредприятия;
- правильно выбирать стратегические цели предприятия, базовые стратегии и целевые программы;
- разрабатывать варианты эффективных стратегических решений.

1.2.4. Владеть:

- терминологией стратегического менеджмента;
- навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере стратегического управления.

2. Содержание дисциплины

1.3. Наименование разделов (подразделов), объем в часах:

Раздел 1. Стратегические проблемы развития авиатранспортного производства – 4 часа. [1,4,8]

Лекция 1.1. Особенности становления рыночных отношений на воздушном транспорте РФ.

Проблемы адаптации деятельности российских авиапредприятий к рыночным условиям.

Лекция 1.2. Проблемы стратегического развития предприятий.

Основные направления повышения эффективности авиатранспортного производства. Основы политики РФ в области авиационной деятельности на период до 2010 года.

Раздел 2. Стратегическое управление предприятием – 8 часов. [1,4,6,7]

Лекция 2.1. Предприятие как бизнес-система. Структуризация бизнес-системы.

Концептуальная модель предприятия как объекта стратегического управления. Стратегический потенциал предприятия.

Конкурентоспособность предприятия. Виды и уровни конкуренции.

Лекция 2.2. Стратегическое управление. Выделение стратегических зон. Цели и задачи отдела стратегического управления авиапредприятия.

Лекция 2.3. Стратегическое планирование. Взаимосвязь функций стратегического менеджмента. Основные принципы и практические рекомендации. Жизненный цикл предприятия.

Лекция 2.4. Стратегическое управление по кольцевому принципу.

Раздел 3. Стратегический маркетинг и ситуационный анализ – 8 часов. [2,6]

Лекция 3.1. Взаимосвязь стратегического управления и маркетинговой деятельности предприятия. Стратегический и операционный маркетинг, их особенности.

Лекция 3.2. Стратегия выбора целевого сегмента на рынке. Анализ портфеля направленности деятельности предприятия. Стратегия выведения нового товара на рынок.

Лекция 3.3. Стратегия охвата рынка. Интерактивный или прямой маркетинг. Маркетинговый синтез. Анализ SWOT и его основные составляющие. Ситуационный анализ.

Лекция 3.4. Стратегия маркетинга авиакомпании. Стратегия маркетинга аэропорта. Стратегия маркетинга торговой фирмы.

Раздел 4. Стратегия программно-целевого управления – 8 часов. [1,4]

Лекция 4.1. Стратегические цели предприятия, основные принципы их формирования. Генеральная цель и генеральная стратегия авиапредприятия, их взаимосвязь. «Дерево» целей.

Лекция 4.2. Целевые программы, принципы их формирования. Примеры целевых программ авиапредприятий. Схема управления целевыми программами.

Лекция 4.3. Стратегические ресурсы фирмы. Ресурсно-целевые матрицы. Организационная структура целевого управления. Технология организации работ по целевому управлению.

Лекция 4.4. Стратегия и техническая политика. Стратегия и кадровая политика.

Раздел 5. Стратегия внешнеэкономической деятельности – 6 часов. [1,7]

Лекция 5.1. Рынок международных воздушных перевозок и его структуризация. Стратегия международного развития гражданской авиации. Система международного сотрудничества.

Лекция 5.2. Стратегия выхода на международные рынки. Стратегия ценообразования на международном рынке.

Лекция 5.3. Интеграционные процессы в области авиатранспортного производства. Особенности стратегии внешнеэкономической деятельности авиапредприятий. Задачи заграничных представительств и агентской сети.

Раздел 6 Стратегия и организационная структура проектирования систем управления – 10 часов [1,4,7]

Лекция 6.1. Основные принципы формирования стратегии. Стратегическая пирамида.

Лекция 6.2. Товарная стратегия бизнес-системы. Базовые стратегии. Конкурентные стратегии.

Лекция 6.3. Стратегия роста и выживания. Стратегия качества. Стратегия дифференциации.

Лекция 6.4. Составляющие авиатранспортной системы. Системный подход к построению организационных структур. Проблемы адаптации организационных структур авиапредприятий к рыночным условиям.

Лекция 6.5. Проектирование организационных структур. Стратегический и экономический потенциал авиапредприятия. Стратегии и организационные структуры авиакомпании и аэропорта.

2.2. Перечень тем практических занятий и их объем в часах:

ПЗ-1 Построение дерева целей – 2 часа.

ПЗ-2 Анализ международного рынка авиаперевозок – 2 часа.

ПЗ-3 Анализ стратегического потенциала авиапредприятий – 2 часа.

ПЗ-4 Ситуационный анализ – 2 часа.

ПЗ-5 Выбор стратегической зоны авиакомпании – 2 часа.

ПЗ-6 Кольцевая схема стратегического управления – 2 часа.

ПЗ-7 Технология программно-целевого планирования – 2 часа.

ПЗ-8 Формирование ресурсно-целевых матриц – 2 часа.

ПЗ-9 Конкурентные стратегии авиапредприятия – 2 часа.

ПЗ-10 Стратегия качества – 2 часа.

ПЗ-11 Стратегия внешнеэкономической деятельности – 2 часа.

ПЗ-12 Стратегическое планирование в авиакомпаниях (ситуации для анализа) – 2 часа.

ПЗ-13 Стратегическое планирование в аэропортах (ситуации для анализа) – 2 часа.

ПЗ-14 Анализ рисков в стратегическом менеджменте – 2 часа.

2.3. Тематика курсовой работы

КП-1 Разработка стратегии авиапредприятия.

3. Рекомендуемая литература:

№ п/п	Автор	Наименование, издательство, год издания
1	2	3
1	Артамонов Б.В.	<u>Основная литература:</u> Стратегический менеджмент. Часть 1. М.: МГТУ ГА, 2004.
2	Артамонов Б.В.	Стратегический менеджмент. Часть 2. М.: МГТУ ГА, 2006.
3	Сидоров Д.А.	<u>Учебно-методическая литература:</u> Пособие по проведению практических занятий и выполнению курсовой работы по дисциплине «Стратегический менеджмент» для студ. IV курса спец. 080507 Д.О. - М.: МГТУ ГА, 2005.
4	Сидоров Д.А.	Пособие по проведению практических занятий и выполнению курсовой работы для студентов Д.О., 2005.
5	Артамонов Б.В.	<u>Дополнительная литература:</u> Стратегия управления авиапредприятием. Нижний Новгород: ТАЛАМ, 2002.
6	Артамонов Б.В.	Стратегический менеджмент на воздушном транспорте. М.: «Авиа Бизнес Групп», 2008.
7	Томпсон А.А. Стрикленд А.Дж.	Стратегический менеджмент. М.:«ЮНИТИ», 1998.
8	Попов С.А.	Стратегическое управление. М.:ИНФРА-М, 1999.