

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ**

УТВЕРЖДЕНО
Председатель УМС
факультета государственной культурной политики
Единак А. Ю.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Искусство и гуманитарные науки

Профиль подготовки *Арт-бизнес и управление в сфере культуры*

Квалификация (степень) – бакалавр

Форма обучения очная, заочная

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Стратегический менеджмент» студентами направления «Искусство и гуманитарные науки» профиля подготовки «Арт-бизнес и управление в сфере культуры» является развитие компетенций и способностей решения проблем и задач субъектов малого и среднего бизнеса в сфере культуры и искусства с использованием подходов, моделей, методов и инструментов стратегического менеджмента

Задачи:

- развитие самостоятельного творческого подхода, формирование теоретических знаний и практических навыков работы в постоянно изменяющихся разнообразных ситуациях.
- изучение общей концепции стратегического менеджмента в системе управления организацией культуры и искусства;
- овладение навыками по структурированию целей и определению стратегий достижения поставленной цели;
- обучение технологии и практике стратегического управления организацией культуры и искусства.
- формирование навыков планирования, прогнозирования и моделирования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Дисциплина изучается в 4 семестре. Она строится на основе пройденных студентами или одновременно изучаемых дисциплин: «Основы экономики культуры», «Современные информационные технологии», «Основы государственной культурной политики». Знания и умения, полученные в ходе изучения дисциплины «Стратегический менеджмент» будут необходимы при изучении дисциплин: «Управление проектами», «Арт-бизнес и управление в сфере культуры», «Основы галерейного бизнеса», «Маркетинг в арт-бизнесе», и др.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 50.03.01. *Искусство и гуманитарные науки*

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю).

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
--	---------------------------	---------------------

<p>УК-2</p> <p>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</p>	<p>УК-2.1</p> <p>Умеет самостоятельно ориентироваться в законодательстве РФ</p> <p>УК-2.2 - Формулирует совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение цели с учётом действующих правовых норм</p> <p>УК-2.3 Владеет практикой применения авторского права в РФ в сфере публичных выступлений</p> <p>УК-2.4 - Оценивает потребность в ресурсах и планирует их использование при решении задач в профессиональной деятельности</p> <p>УК-2.5 - Оценивает потребность в ресурсах и планирует их использование при решении задач в профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: общую структуру концепции реализуемого проекта, понимать ее составляющие и принципы их формулирования; основные нормативные правовые документы в области профессиональной деятельности; особенности психологии творческой деятельности; закономерности создания художественных образов и музыкального восприятия.</p> <p>Уметь: формулировать взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели; ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов; выстраивать оптимальную последовательность психолого-педагогических задач при организации творческого процесса.</p> <p>Владеть: навыком выбора оптимального способа решения поставленной задачи, исходя из учета имеющихся ресурсов и планируемых сроков реализации задачи; понятийным аппаратом в области права; навыками самоуправления и рефлексии, постановки целей и задач, развития творческого мышления.</p>
--	--	--

<p>ПК -1 Готов к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства</p>	<p>ПК 1.1. Демонстрирует знания терминологии, направлений, школ, современных тенденций менеджмента и позиции российской российской управленческой мысли ПК-1.2. Использует знания технологий менеджмента , умения по применению таковых на практике и владеет данными технологиями в сфере культуры и искусства ПК-1.3.Знает маркетинг и особенности ценообразования в сфере культуры и искусства ПК-1.4. Владеет методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций (предприятий) культуры и искусства ПК-1.5.Проводит стратегический анализ макро- и микросреды организации (предприятия), владеет навыками оценки ее конкурентоспособности и формирования компетенций</p>	<p>Знать: базовые положения технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства</p>
		<p>Уметь: ориентироваться в базовых положениях технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства; распознавать и свободно применять технологии менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства;</p>
		<p>Владеть: применением на практике новых знаний и умений, приобретенных с помощью технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы - 108 академических часов, из них контактных 34 академических часа, СРС – 74 академических часа, форма контроля – экзамен.

4.2. Структура дисциплины для очной формы обучения.

№ п/ п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий , проводимых в интерактивных формах				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)- опросы, тесты и т.д., Форма промежуточной аттестации (по семестрам) – рубежный контроль, зачеты, экзамены
			Ле кц ии	Сем инар ы/пра ктиче ские	ИКР	СРС	
1	Общая концепция, характеристика и основные составляющие стратегического менеджмента	7	2			3	Тестирование
2	Стратегия как элемент стратегического управления		2			3	Тестирование,
3	Стратегическое целеполагание	7	2			3	Тестирование, домашнее задание

4	. Стратегический анализ внешней среды организации	7	2			3	Тестирование, домашнее задание
5	Анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней	7	2	2		3	Дискуссия, тестирование, решение задач, практическое задание
6	Стратегический анализ внутренней среды организации		2	2		3	Рубежный контроль тестирование, дискуссия, решение задач
7	Разработка стратегии организации: формирование и выбор стратегических альтернатив	7	2	2		3	Дискуссия, тестирование, решение задач, кейс-задачи
8	Реализация стратегии	7	2			3	Устный опрос
9	Контроль и внесение необходимых изменений в стратегическом планировании	7	2			3	Устный опрос
10	Формулирование стратегий организации культуры и искусства	7	2	2		3	Дискуссия, практическое задание..
11	Особенности стратегического управления в государственных и частных организациях культуры		2			3	Тестирование, домашнее задание
12	Инновации и цифровизация в стратегическом менеджменте учреждений культуры		2			3	Тестирование

13	Этические и культурные аспекты стратегического управления		2			2	Тестирование
							Экзамен (36 часов контроль)
	Итого		26	8		74	+ 36 часов контроль

Структура дисциплины для заочной формы обучения.

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)/ с указанием занятий ,проводимых в интерактивных формах				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)- опросы, тесты и т.д., Форма промежуточной аттестации (по семестрам) – рубежный контроль, зачеты, экзамены
			Лекции	Семинары/практические	ИКР	СРС	
1	Общая концепция, характеристика и основные составляющие стратегического менеджмента	4	1			7	
2	Стратегия как элемент стратегического управления	4	1			7	

3	Стратегическое целеполагание	4	1			7	
4	Стратегический анализ внешней среды организации	4	1			7	Тестирование
5	Анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней	4	1	2		11	Дискуссия, тестирование, решение задач, практическое задание
6	Стратегический анализ внутренней среды организации	4	1			7	Тестирование
			6	2		46	
7	Разработка стратегии организации: формирование и выбор стратегических альтернатив	3	1			5	Тестирование
8	Реализация стратегии	3	1			5	
9	Контроль и внесение необходимых изменений в стратегическом планировании	3	1			5	
10	Формулирование стратегий организации культуры и искусства	3	1	2		7	Дискуссия, тестирование, решение задач, практическое задание
11	Особенности стратегического управления в государственных и частных организациях культуры	3	1			5	

12	Иновации и цифровизация в стратегическом менеджменте учреждений культуры	3	1			5	
13	Этические и культурные аспекты стратегического управления	3				5	
							Экзамен (9 часов контроль)
	Итого		6	2		37	+ 9 часов контроль
	Всего		12	4		83	+ 9 часов контроль

4.3. Содержание разделов дисциплины (модуля)

Тема 1. Общая концепция, характеристика и основные составляющие стратегического менеджмента.

Необходимость и предпосылки возникновения стратегического управления. Этапы развития стратегического управления. Сущность понятий «стратегия», «стратегический менеджмент». Стратегический менеджмент как фактор победы в конкурентной борьбе. Стратегическое управление как философия бизнеса. Ограничения и недостатки стратегического управления. Потенциал организации и стратегические возможности организации.. Функции стратегического менеджмента. Стратегические решения как основа стратегического менеджмента. Особенности стратегических решений. Стратегическое планирование как основа стратегического управления. Процесс стратегического планирования.

Тема 2. Стратегия как элемент стратегического управления

Сущность понятия «стратегия». Экономическая стратегия фирмы и ее составляющие. Уровни планирования стратегии (стратегическая пирамида). Виды стратегий. Правила разработки успешных деловых стратегий. Функциональные и операционные стратегии. Распределение задач разработки стратегии по уровням иерархии. Факторы, влияющие на формирование стратегии. Управление процессом формирования стратегии.

Тема 3. Стратегическое целеполагание

Теоретическая сущность основных категорий: миссия, стратегическая цель, подцели, задачи и т.д. Значение стратегического видения. Формирование стратегического видения. Миссия как исходный пункт формирования стратегического видения. Функции миссии. Основные требования к постановке целей. Принципы и закономерности постановки целей. Порядок формирования стратегической цели. Декомпозиция целей.

Анализ целей, отбор альтернативных целей, виды проверок целей.

Тема 4 Стратегический анализ внешней среды организации

Понятие и сущность стратегического (ситуационного) анализа. Этапы стратегического анализа. Анализ стратегических факторов внешней среды. Элементы внешней среды. Источники информации о внешней среде. Осуществление наблюдений за изменениями внешней среды. Основные типы внешнего окружения: изменяющаяся среда, враждебное окружение, разнообразное окружение, технически сложная среда. Методы реагирования на изменения внешней среды: «борьба с огнем», расширение сфер деятельности, совершенствование организационной структуры управления, стратегическое управление. Цели анализа внешней среды. Анализ факторов макросреды. ПЭСТ-анализ. Анализ факторов микросреды.

Тема 5. Анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней

Цель анализа отрасли культуры. Основные показатели анализа отрасли культуры. Модель жизненного цикла отрасли. Оценка перспектив развития отрасли культуры. Ключевые факторы успеха в конкурентной борьбе, их основные типы. Теория конкуренции М. Портера. Конкурентные преимущества как основа существования организации в конкурентной среде. Методы конкурентного анализа. Анализ конкурентной среды: модель пяти сил конкуренции М. Портера. Концепция движущих сил и изменения в структуре конкурентных сил в отрасли. Стратегические группы конкурентов.. Этапы построения позиционной карты. Оценка конкурентоспособности компаний отрасли. Определение стратегии конкурентов.

Тема 6 Стратегический анализ внутренней среды организации

Цели, принципы, методы и уровни проведения управленческого анализа. Сущность и составные элементы стратегического потенциала предприятия. Методические подходы к анализу стратегического потенциала. Способности предприятия к реализации стратегического потенциала. Стратегические ресурсы предприятия: финансовые, кадровые, информационные, технологические, технические, управленческие, организационные. Анализ организационной культуры. Анализ цепочки стоимости фирмы. Анализ продуктового портфеля предприятия. Проблемы управленческого анализа, его место в разработке стратегии предприятия. Инструменты анализа внутренней среды. Инструменты комплексного анализа внешней и внутренней среды

Тема 7. Разработка стратегии организации: формирование и выбор стратегических альтернатив

Виды стратегий и их характеристика. Стратегическая пирамида. Корпоративная стратегия. Деловая стратегия. Функциональные и операционные стратегии. Факторы, влияющие на формирование стратегии. Управление процессом формирования стратегии. Правила разработки успешных деловых стратегий. Процедура оценки элементов экономической стратегии организации. Приведение стратегии в соответствие со сложившейся ситуацией. Анализ факторов, определяющих выбор стратегии. Подходы к выбору экономической стратегии фирмы.

Тема 8. Реализация стратегии

Основные условия реализации избранной стратегии. Мониторинг внешней среды и корректировка целей. Методика экономической оценки устойчивости и надежности стратегических планов. Основные задачи реализации стратегии. Схема процесса реализации стратегии. Определение необходимых стратегических изменений и организация их проведения. Распределение ключевых управленческих задач. Разработка системы планов. Бюджетирование. Определение критериев и методов оценки результатов.

Тема 9. Контроль и внесение необходимых изменений в стратегическом планировании.

Сущность и цели контроля. Управление в условиях возникновения неожиданных изменений. Типы организационных изменений: существенные изменения, сводимые к переходу на новую схему управления; настройка структуры (эволюционирование организационной структуры). Выработка концепции организационных изменений.

Сопротивление преобразованиям в процессе стратегического управления. Причины и источники возникновения на предприятии сопротивления изменениям. Управление сопротивлением реализации стратегии. Методы контроля за сопротивлением изменениям.

Тема 10. Формулирование стратегий организации культуры и искусства.

Виды стратегий (корпоративные, бизнес-стратегии) в культурной сфере. Разработка миссии и видения организации. Построение целей и задач на основе анализа. Создание уникальных ценностных предложений и дифференциации. Документы стратегического планирования в организациях культуры.

Тема 11. Особенности стратегического управления в государственных и частных организациях культуры

Отличия стратегического управления в государственных и частных организациях в целях, финансировании и структуре управления. Влияние государственной политики и финансирования на стратегию организации культуры. Частные инициативы и коммерческий подход. Успешные стратегии в различных типах организаций культуры и искусства. Стратегические инновации в некоммерческом секторе. Концепция стратегии голубого океана. Стратегические эффекты диверсификации.

Тема 12. Инновации и цифровизация в стратегическом менеджменте учреждений культуры.

Внедрение новых технологий (цифровое искусство, онлайн-выставки, виртуальные музеи). Стратегии использования социальных сетей и цифровых платформ. Управление цифровыми проектами и виртуальной средой. Влияние инноваций на стратегическое развитие.

Тема 13. Этические и культурные аспекты стратегического управления

Этические стандарты в сфере культуры и искусства. Культурная ответственность и сохранение национального наследия. Баланс между коммерческими и культурными целями. Социальное воздействие и межкультурное взаимодействие

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1	Общая концепция, характеристика и основные составляющие стратегического менеджмента	Лекция 1. Самостоятельная работа	Вводная лекция Консультирование
2	Стратегия как элемент стратегического управления	Лекция 1. Самостоятельная работа	Лекция-обсуждение Консультирование
3	Стратегическое целеполагание	Лекция 1. Самостоятельная работа	Лекция-обсуждение Консультирование
4	. Стратегический анализ внешней среды организации	Лекция 1. Самостоятельная работа	Лекция- презентация Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС
5	Анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Лекция- презентация Дискуссия, решение задач и выполнение практических заданий. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС.
6	Стратегический анализ внутренней среды организации	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Лекция- презентация Дискуссия, решение задач, кейс-задачи Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС
7	Разработка стратегии организации: формирование и выбор	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная	Лекция- презентация Дискуссия, решение задач, кейс-задачи

	стратегических альтернатив	работа	Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС
8	Общая концепция, характеристика и основные составляющие стратегического менеджмента	Лекция 1. Самостоятельная работа	Лекция- презентация Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС
9	Реализация стратегии	Лекция 1. Самостоятельная работа	Лекция- презентация Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС
10	Контроль и внесение необходимых изменений в стратегическом планировании	Лекция 1. Самостоятельная работа	Лекция- презентация Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС
11	Формулирование стратегий организации культуры и искусства	Лекция 1. Семинар Самостоятельная работа	Лекция- обсуждение Дискуссия, проектная работа Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС
12		Лекция 1. Самостоятельная работа	Лекция- презентация Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС
13	Инновации и цифровизация в стратегическом менеджменте учреждений культуры	Лекция 1. Самостоятельная работа	Лекция- презентация Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты/ЭИОС

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль выполнения заданий (контроль формирования компетенций) осуществляется регулярно, начиная с первой недели семестра (входящий контроль). Контроль и оценивание выполнения письменных заданий осуществляется на неделе семестра. Текущий контроль освоения отдельных разделов дисциплины осуществляется при помощи выполнения практических творческих заданий, решения задач, анализа ситуаций, опроса, тестового материала, рубежного контроля и др.

Система текущего контроля успеваемости служит не только оценке уровня компетентностной подготовки обучающегося и способствует в дальнейшем наиболее качественному и объективному оцениванию его в ходе промежуточной аттестации, но и самооценке обучающегося, стимулируя его усилия.

Промежуточная аттестация по дисциплине:

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

6.1. Система оценивания

Форма контроля	Компетенция	Оценка
Текущий контроль: - опрос - тестирование - участие в дискуссии на семинаре - решение задач (темы 5-7) - практические творческие задания (темы 4, 8)	УК-2, ПК-1 ПК--1 УК-2 ПК--1	зачтено/не зачтено отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно зачтено/не зачтено отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно отлично/хорошо/удовлетворительно/неудовлетворительно
Промежуточная аттестация экзамен	УК-2 ПК-1	отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно

6.2. Критерии оценки результатов по дисциплине

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
«Отлично»	Выставляется обучающемуся, если компетенции, закрепленные за дисциплиной, сформированы (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	<p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
«Хорошо»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хороший».</p>
«Удовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
«Неудовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной</p>

Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	<p>аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

6.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Вопросы для самоконтроля

УК-2

1. Сравните понятия «стратегия», «стратегия организации», «стратегический менеджмент».
2. Перечислите преимущества стратегического подхода к управлению.
3. Как взаимосвязаны стратегия и успех организации?
4. Дайте краткую характеристику основным этапам разработки стратегии.
5. Существует ли разница между стратегическим планированием и стратегическим менеджментом?
6. Существуют ли временные рамки стратегического планирования.
7. Какие задачи должны решаться на уровне корпоративной стратегии?
8. В чем отличие стратегии предприятия от бизнес-стратегии? Могут ли они совпадать?
9. Как называется стратегия компании в целом и в отношении сфер ее деятельности?
10. Какие условия учитываются при формулировке деловой стратегии?
11. Что определяет и какова роль функциональных стратегий?
12. Как называется стратегия в отношении транспортных перевозок продукции внутри определенного функционального подразделения компании?
13. Как называется стратегия действий по разработке рекламной кампании внутри функционального направления компании?
14. К каким объектам управления относится операционная стратегия?
15. Дайте определение внешнего окружения организации.
16. Опишите факторы внешней среды, воздействующие на туристическую

- организацию.
17. Перечислите основные компоненты анализа макросреды.
 18. Перечислите основные компоненты анализа микросреды
 19. В чем заключается основная цель анализа внешней среды организации?
 20. В чем заключается цель анализа макросреды?
 21. Как изменения макросреды могут влиять на организацию культуры через заинтересованные группы в микросреде? Приведите примеры из российской практики.
 22. Что такое возможности?
 23. Что такое угрозы?
 24. Как проводится анализ возможностей и угроз внешней среды?
 25. В чем заключается суть составления профиля среды?
 26. В чем заключается суть PEST-анализа
 27. В чем состоит основная идея модели пяти конкурентных сил?
 28. Как влияет соотношение входных и выходных отраслевых барьеров на привлекательность бизнеса?
 29. Что такое ключевые факторы успеха?
 30. Что представляют собой стратегические группы конкурентов? Как их анализировать?
 31. Что представляет собой «конкурентный профиль»?
 32. В чем заключается цель управленческого анализа?
 33. Перечислите компоненты внутреннего анализа организации.
 34. На основании каких принципов осуществляется внутренняя оценка организации?
 35. Объясните значение финансового анализа для понимания стратегических возможностей организации.
 36. Какие методы используются для оценки наличия ресурсов у организации?
 37. В чем заключается суть анализа цепочки стоимости?
 38. Что такое конкурентные преимущества?
 39. Какие инструменты комплексного анализа внешней и внутренней среды Вы знаете?
 40. Что такое SWOT-анализ и для чего он нужен?
 41. В чем состоит различие между развитием рынка, проникновением на рынок, разработкой товара и совершенствованием продукта?
 42. Каковы основные цели и задачи стратегии вертикальной интеграции?
 43. Каким образом осуществляется интеграция «вперед» и каковы ее стратегические последствия?
 44. В чем сущность интеграции «назад» и в каких ситуациях проявляются ее стратегические преимущества?
 45. Каковы основные цели и задачи горизонтальной интеграции?
 46. Какие условия учитываются при формулировке деловой стратегии?
 47. Как стратегия лидерства по издержкам защищает от пяти конкурентных сил?
 48. В чем сущность стратегии дифференциации?
 49. На чем должен основываться выбор стратегии фокусирования?

50. Что понимается под основополагающей конкурентной стратегией?
51. Можно ли утверждать, что в разработке стратегии участвуют только руководители фирмы?
52. Перечислите факторы, влияющие на стратегический выбор руководителей фирмы?
53. Какие Вы знаете портфельные методы и модели выбора стратегии?
54. Объясните как осуществляется выбор стратегии на основании результатов портфельного анализа. Какие наиболее значимые факторы влияют на выбор стратегии?
55. Что такое продуктовый (хозяйственный) портфель фирмы и какова основная цель портфельного метода выбора стратегии?
56. Укажите основные факторы успешной реализации стратегии предприятия. Поясните необходимость каждого фактора для реализации стратегии.
57. Какова роль анализа точки безубыточности в производстве нового продукта?
58. Дайте определение корпоративной культуры. Почему возросло внимание к этой составляющей реализации стратегии?
59. Каково значение бюджетирования для оценки реализуемости стратегии?
60. Каковы основные задачи стратегического, тактического и операционного контроля?
61. Какие основные шаги включает процесс разработки стратегического плана для организации культуры или искусства?
62. Как учитывать уникальные особенности и потребности целевой аудитории при формулировании стратегии организации?
63. Какие методы и инструменты могут быть использованы для оценки внутренней и внешней среды организации культуры?
64. Как обеспечивать устойчивость и инновационность стратегии в условиях постоянных изменений в культурной сфере?
65. Какие примеры успешных стратегий организации культуры можно привести для иллюстрации лучших практик?
66. Какие ключевые отличия в разработке стратегий между государственными и частными культурными организациями?
67. Какие вызовы возникают при реализации стратегического управления в государственных культурных учреждениях по сравнению с частными?
68. Как уровень финансирования влияет на стратегические решения в государственных и частных организациях культуры?
69. В чем заключается роль культурных ценностей и миссии в формировании стратегии в государственных и частных секторах культуры?

Тест

ПК – 1

1. Стратегическое планирование – это:

- а. Комплекс мероприятий, направленных на решение первостепенных целей и задач фирмы

- б. Процесс разработки стратегии фирмы, при котором план развития конкретизируется на длительный период с подробным описанием решений и действий, необходимых для достижения целей плана
- в. Процесс создания заданий для каждого члена трудового коллектива фирмы

2. Виды корпоративной стратегии диверсификации:

- а. Связанная и несвязанная
- б. Общая и частная
- в. Конкретная и абстрактная

3. Высший уровень стратегического менеджмента – это:

- а. Корпоративный
- б. Деловой
- в. Общественный

4. Назовите три элемента, составляющих процесс стратегического менеджмента:

- а. Стратегическое планирование, анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы
- б. Анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы, реализация стратегии
- в. Стратегическое планирование, реализация стратегии, контроль и регулирование

5. Будущее фирмы, предсказанное методом экстраполяции исторически сложившихся тенденций развития – это:

- а. Среднесрочное планирование
- б. Долгосрочное планирование
- в. Прогнозирование

6. Объектами стратегического управления являются:

- а. человеческий потенциал организации, менеджеры;
- б. организации, стратегические хозяйственные подразделения и функциональные зоны организации;
- в. финансовые ресурсы организации.

7. Стратегия – это

- а. конкретное конечное состояние или искомые результаты, которых хотела бы добиться группа, работая вместе;
- б. формулировка основной задачи, которая должна быть решена в результате оценки;
- в. заранее спланированная реакция организации на изменение внешней среды, линия ее поведения, выбранная для достижения желаемого результата.

8. Стратегическое управление на предприятии выражается в следующих функциях:

- 1. Планирование стратегии.

2. Организация выполнения стратегических планов.
3. Координация действий по реализации стратегических задач.
4. Мотивация на достижение стратегических результатов.
5. ...

Дополните последнюю функцию стратегического управления

- а. Коррекция выбранной стратегии;
- б. Контроль за процессом выполнения стратегии;**
- в. Анализ стратегических результатов.

9. К принципам стратегического управления не относится принцип:

- а. научности;
- б. жесткости в принятии решений;**
- в. целенаправленности.

5. Миссия организации – это

- а. философия и смысл существования организации;**
- б. четкая ориентация на определенный интервал времени;
- в. перечень всех необходимых для реализации стратегии ресурсов.

10. Дополните структуру стратегической пирамиды предприятия: миссия→основные цели→стратегии→стратегические задачи→стратегические программы→ ...

- а. ресурсы;**
- б. тактические задачи;
- в. персонал.

11. Стратегический анализ диверсифицированного предприятия – это

- а. портфельный анализ;**
- б. маркетинговый анализ;
- в. анализ факторов внешней и внутренней среды.

12. Впервые, термин стратегическое управление был введен в обиход на стыке:

- а. 1920 – 30 гг.;
- б. 1940 – 50 гг.;
- в. 1960 -70 гг.**

13. К школам стратегического планирования не относится:

- а. Школа конфигурации (Структурная школа);
- б. Школа поведенческих наук;**
- в. Школа позиционирования.

14. Что не является компонентом, определяющим содержание миссии организации:

- а. категории целевых потребителей;
- б. философия;

в. прибыль предприятия.

15. Стратегической задачей называется

а. предстоящее событие либо внутри организации, либо за ее пределами, которое может существенным образом повлиять на ее способность достигать свои цели;

б. дисбаланс между потребностью в определенном количестве товаров и услуг и средствами для удовлетворения потребностей;

в. конечное состояние, желаемый результат, которого стремится добиться любая организация.

16. Какая ошибка наиболее часто встречается при реализации новой стратегии?

а. Отсутствуют необходимые ресурсы

б. Необходимо много времени для приспособления к новым условиям рынка

в. Новая стратегия автоматически налагается на старую управленческую структуру

17. Что предполагает оценка стоимости стратегических программ элементарным методом?

а. Выделение элементов затрат по каждой из работ, входящих в программу

б. Калькулирование затрат на каждую из работ, входящих в программу

в. Сравнительный анализ и укрупненные расчеты на основе аналогичных проектов, реализованных ранее

18. Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем – это:

а. SWOT-анализ

б. STEP-анализ

в. Управленческий анализ

19. Какая из стратегий наиболее подходящая для фирм-лидеров рынка определенной отрасли?

а. Стратегия отличительного имиджа

б. Стратегия специализации

в. Стратегия активной обороны

20. Для чего может использоваться модель Бостонской консультативной группы?

а. Для формирования конкурентной стратегии фирмы

б. Для формирования портфельной стратегии фирмы

в. Для формирования бизнес-стратегии фирмы

21. Какой из элементов не входит в состав стратегического плана?

а. Инвестиционный план

- б. Финансовый план
- в. Маркетинговый план

22. Что лежит в основе конгломератной интеграции?

- а. Отношения собственности
- б. Единое управление
- в. Общность финансов

23. Если преобладает ценовая конкуренция, то наиболее эффективной стратегией является:

- а. Стратегия лидерства по ценам
- б. Стратегия инноваций
- в. Стратегия дифференциации сервиса

24 Согласно концепции стратегического менеджмента, на что стоит указывать работнику при постановке задачи?

- а. Строго на круг его обязанностей
- б. Строго на область приложения усилий
- в. На желаемый результат, а не на его обязанности и область приложения усилий

25 Стратегия, которая предполагает отказ от долгосрочных взглядов на бизнес в пользу максимального получения доходов в краткосрочной перспективе – это стратегия:

- а. Сокращения расходов
- б. Развития продукта
- в. «Сбора урожая»

26. Что является основным недостатком системы научного управления Ф. Тейлора?

- а. Она реализуема лишь с дисциплинированными работниками
- б. Она оторвана от реальных условий принятия решений
- в. Уровень оплаты труда работников не зависит от качества их труда

27. Что является основным недостатком стратегического планирования?

- а. Невозможность создать потенциал для развития фирмы
- б. Отсутствие альтернатив развития, кроме принятой
- в. Невозможность дать точную и детальную картину будущего

28. Стратегия определяет:

- а. Границы возможных действий фирмы и принимаемых управленческих решений
- б. Сознательность управления фирмой
- в. Эффективность использования внутреннего и внешнего потенциала

29. Японские компании, сосредоточившие свои усилия на сегменте дешевых автомобилей, которые лидеры американской автоиндустрии считали не заслуживающими внимания, применили стратегию:

- а. Подражания
- б. Фланговой атаки**
- в. Обходного маневра

30. Стратегическая зона хозяйствования – это:

- а. Перспективный сегмент рынка
- б. Свободная экономическая зона
- в. Сегмент окружающей бизнес-среды, на который организация вышла или желает выйти**

31. Стратегия усиления позиций на рынке, стратегия развития рынка, стратегия развития продукта – это

- а. стратегии интегрированного роста;
- б. стратегии концентрированного роста;**
- в. стратегии диверсификационного роста.

32. Анализ факторов внешней среды предприятия осуществляется при помощи:

- а. SWOT анализа;
- б. PESTE анализа;**
- в. матрицы БКГ (BCG).

34. В 1963 году в Гарварде на конференции по проблемам бизнес политики профессор К. Andrews впервые публично озвучил методику ...? (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), что означает «Сила», «Слабость», «Возможности», «Угрозы».

- а. SWOT;**
- б. PESTE;
- в. Портфельный анализ.

35. Диверсификация – это

- а. распространение хозяйственной деятельности на новые сферы (расширение видов предоставляемых услуг, географической сферы деятельности и т.д.);**
- б. проникновение предприятий в отрасли, не имеющие прямой производственной связи или функциональной зависимости от основной их деятельности;**
- в. привлечение новых пользователей, в том числе клиентов предприятий-конкурентов за счет рекламы, повышения качества продукции (оказываемых услуг), предоставления более выгодных условий.

16. К подходам оценки конкурентных позиций стратегических единиц бизнеса и привлекательности рынка относятся:

- а. «Матрица направленной политики» компании Шелл;**

- б. Матрица SWOT анализа;
 - в. **Портфельная матрица Бостонской консультационной группы (матрица БКГ).**
- 37.. Что является особенностью модели Shell/DPM (Концепция стратегического управления компании Шелл)?
- а. Модель предназначена для описания возможных стратегий предприятия в условиях растущего рынка;
 - б. Модель применима во всех фазах циклов спроса и технологии и при самых различных условиях конкуренции;
 - в. **В модели могут рассматриваться виды бизнеса, находящиеся на разных стадиях своего жизненного цикла.**
38. *К альтернативным моделям построения стратегии не относится:*
- а. Анализ трех «К» (3 Cs Analysis);
 - б. Анализ отрасли по модели пяти сил Майкла Портера;
 - в. **Матрица Игоря Ансоффа.**

**Комплект заданий для письменной работы
- УК-2 -**

Практическое занятие по теме 5: Анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней

Задача 1. На основании данных табл. Дайте оценку конкурентных позиций хозяйственных подразделений предприятия

Таблица А

Характеристики	Значение характеристик по подразделениям			
	1	2	3	4
Качество товара	Хорошо	Удовлетворительно		
Репутация	Хорошо	Скорее хорошо	Отлично	Очень плохо
Производственные возможности	Плохо	Отлично	Не вполне	Удовлетворительно
Технологические новинки	Отлично	Очень Плохо	Скорее хорошо	Скорее плохо
Сбытовая сеть	Отлично	Не Вполне удовлетворительно	Отлично	Удовлетворительно
Маркетинг	Отлично	Не Вполне удовлетворительно	Отлично	Удовлетворительно
Финансовое положение	Удовлетворительно	Отлично	Скорее хорошо	Скорее плохо
Издержки относительные	Удовлетворительно	Отлично	Скорее Плохо	Очень плохо
Обслуживание клиентов	Удовлетворительно	Скорее Хорошо	Отлично	Очень плохо

Таблица Б

Шкала оценок

Качественные оценки									
Отлично	Очень хорошо	Хорошо	Скорее хорошо	Более чем удовлетворительно	Удовлетворительно	Не вполне удовлетворительно	Скорее плохо	Плохо	Очень плохо
10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
Количественные значения, баллов									

Задача 2. В отрасли наблюдаются изменения в долгосрочных тенденциях экономического роста. Увеличение темпов роста отрасли повлияло на соотношение спроса и предложения, на легкость проникновения фирм на рынок и ухода с него и на рост объема продаж. Постоянный рост спроса, сохраняющийся в течение долгого времени, привлек на рынок новые фирмы и стимулировал инвестиции фирм, уже действующих на рынке.

Определите, какое отношение к фирме имеет характер происходящих в отрасли изменений.

Практическое занятие по теме 6. Стратегический анализ внутренней среды организации

- УК-2 -

Задача 1. Портфель видов деятельности предприятия включает пять стратегических бизнес единиц (СБЕ), данные о которых приведены в таблице 4. Проанализируйте портфель методом Бостонской консалтинговой группы (БКГ) и разработайте стратегию для каждой СБЕ.

Таблица 4 – Исходные данные к задаче № 1

СБЕ	Объем продаж, млн. шт.	Количество конкурентов	Объемы продаж трех главных конкурентов, млн. шт.	Темп роста рынка, %
А	1,0	7	1,5/1,4/1,0	15
Б	3,2	18	3,2/3,2/2,0	20
В	3,8	12	3,0/2,8/2,5	7
Г	6,5	5	6,5/1,6/1,4	4
Д	0,7	9	3,0/2,5/2,0	4

Задача 2. На основании данных таблиц разработайте стратегию фирмы, применяя модель "привлекательность-конкурентоспособность".

Таблица 1 - Оценка привлекательности отрасли

Факторы	Вес	Оценка	Взвешенная оценка
Емкость рынка	0,15	4	
Темпы роста рынка	0,15	3	
Сила конкуренции	0,20	3	
Рентабельность продаж	0,15	4	
Чувствительность к инфляции	0,15	4	
Энергоемкость	0,10	3	
Капиталоемкость	0,10	4	

Практическое занятие по теме 7: Разработка стратегии организации: формирование и выбор стратегических альтернатив

ПК-1

Задание 1. Ниже в случайном порядке перечислены элементы так называемой пирамиды создания стратегий. *Требуется:*

- а) определить место каждого элемента в указанной пирамиде;
- б) поместить элемент в соответствующую клетку пирамиды;
- в) в случае необходимости дать элементу обобщенное название (например, «цель отдела маркетинга / цель функциональной единицы»).

Перечень элементов пирамиды:

- цель корпорации;
- функциональная стратегия;
 - миссия регионального менеджера функциональной единицы хозяйственного подразделения;
- деловая стратегия;
- стратегия корпорации;
- миссия корпорации;
- операционная стратегия;
- цели отдела кадров функциональной единицы хозяйственного подразделения;
- цели хозяйственного подразделения.

Пирамида создания стратегии корпорации

Уровень	Задачи разработки стратегии		
	разработка миссии	установление целей	разработка стратегии
Уровень 1 Корпорация			
Уровень 2 Хозяйственные подразделения			
Уровень 3 Функциональные			
Уровень 4 Операционные			

УК-2

Задание 2. В основе стратегии фирмы — проникновение в другие отрасли производства. Данная стратегия используется для того, чтобы организация не стала чересчур зависимой от одного стратегического хозяйственного подразделения. Фирма, располагая большими капиталами, полученными в основной сфере бизнеса, рассматривает эту стратегию как наиболее подходящий путь для

инвестирования капитала и уменьшения степени риска, особенно в связи с тем, что дальнейшая экспансия в основной сфере бизнеса ограничена. При ее осуществлении фирма выходит за рамки промышленной цепочки, внутри которой она действовала и ищет новые виды деятельности, дополняющие существующие в технологическом и коммерческом плане, с целью добиться эффекта синергизма и осваивает виды деятельности, не связанные с ее традиционным портфелем, с целью обновления портфеля.

Определите, какую стратегию реализует фирма, и уточните ее варианты, связанные с получением эффекта синергизма.

Практическое занятие по теме 10. Формулирование стратегий организации культуры и искусства

Задание 1.

1. Выберите одну организацию в сфере культуры или искусства (например, музей, галерея, театральная компания, культурный центр или фестиваль).
2. Изучите текущие цели, миссию, основные виды деятельности и внешнюю среду выбранной организации (используйте публичную информацию, отчеты, пресс-релизы и текущие новости).
3. Проведите анализ SWOT (сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы) выбранной организации.
4. На основе анализа сформулируйте стратегические приоритеты организации на ближайшие 3-5 лет. Включите следующие элементы:
 - Миссия и видение организации
 - Основные цели и задачи
 - Ключевые направления развития (например, расширение аудитории, цифровизация, международное сотрудничество)
5. Разработайте конкретный стратегический план действий, включающий:
 - Инструменты и меры по достижению целей
 - Оценку ресурсов и бюджета
 - Методы контроля и оценки эффективности
6. Подготовьте презентацию (5-7 слайдов), в которой опишите:
 - выбранную организацию и текущую ситуацию
 - разработанную стратегию
 - предложенные мероприятия и ожидаемые результаты

Задание 2

1. Дать общую характеристику конкретной организации культуры или искусства (например, музей, галерея, театральная компания, культурный центр или фестиваль).
2. Описать внешнюю среду данной организации.
3. Показать на примерах: 1) влияния внешней среды на организацию; 2) пути минимизации негативного воздействия внешней среды на организацию.

Задача 3.

1. Дать общую характеристику конкретной организации культуры или искусства (например, музей, галерея, театральная компания, культурный центр или фестиваль).
2. Дать подробную характеристику внутренних переменных организации.
3. На примерах проиллюстрировать взаимосвязь внутренних переменных данной организации.

Темы эссе (докладов, сообщений, презентаций)

ПК -1

1. Отраслевая структура современной экономики. Динамика развития отраслей мировой и отечественной экономики.
2. Стратегии внедрения на рынок инновационных продуктов.
3. Цикл развития отрасли, цикл развития рынка, использование концепций циклического развития в стратегическом менеджменте.
4. Инновационно-емкие отрасли и инновационные продукты.
5. Структура системы кредитования бизнеса. Роль кредитных организаций в реализации бизнес-проектов
6. Структура цепочек создания ценности в разных отраслях/на разных рынках.
7. Особенности трансформации современных рынков. Трансформация организационной структуры компаний по мере трансформации целевых рынков.
8. Динамика развития подходов к повышению конкурентоспособности коммерческих организаций.
9. Классификации подходов к организации стратегического планирования. Организация процесса стратегического планирования в современных компаниях.
10. Развитие инновационно-емких отраслей промышленности.
11. Основные инструменты разработки корпоративных стратегий
12. Типология бизнес-стратегий по М. Портеру, использование в стратегическом процессе.
13. Наиболее важные инструменты разработки конкурентной стратегии (бизнес-стратегии).
14. Разработка прогнозов и сценарный анализ, основные преимущества и недостатки обоих подходов.
15. История создания сценарного анализа. Современные методики сценарного анализа.
16. Процесс разработки корпоративной стратегии на основе использования сценарного анализа
17. Корпоративные стратегии современных компаний. Наиболее диверсифицированные современные международные компании.
18. Концепция М. Портера, барьеры «на входе» в отрасль и «на выходе» из отрасли.

19. Бизнес-модели в современном стратегическом управлении. Инновационные формы бизнес-моделей.
20. Стресс-тестирование бизнес-моделей.

Рубежный контроль

ПК – 1

1. Стратегическое планирование – это:

- а. Комплекс мероприятий, направленных на решение первостепенных целей и задач фирмы
- б. **Процесс разработки стратегии фирмы, при котором план развития конкретизируется на длительный период с подробным описанием решений и действий, необходимых для достижения целей плана**
- в. Процесс создания заданий для каждого члена трудового коллектива фирмы

2. Высший уровень стратегического менеджмента – это:

- а. **Корпоративный**
- б. Деловой
- в. Общественный

3. Назовите три элемента, составляющих процесс стратегического менеджмента:

- а. Стратегическое планирование, анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы
- б. Анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы, реализация стратегии
- в. **Стратегическое планирование, реализация стратегии, контроль и регулирование**

4. Будущее фирмы, предсказанное методом экстраполяции исторически сложившихся тенденций развития – это:

- а. Среднесрочное планирование
- б. **Долгосрочное планирование**
- в. Прогнозирование

5. Объектами стратегического управления являются:

- а. человеческий потенциал организации, менеджеры;
- б. **организации, стратегические хозяйственные подразделения и функциональные зоны организации;**
- в. финансовые ресурсы организации.

6. Стратегия – это

- а. конкретное конечное состояние или искомые результаты, которых хотела бы добиться группа, работая вместе;
- б. формулировка основной задачи, которая должна быть решена в результате оценки;

в. заранее спланированная реакция организации на изменение внешней среды, линия ее поведения, выбранная для достижения желаемого результата.

7. Стратегическое управление на предприятии выражается в следующих функциях:

1. Планирование стратегии.
2. Организация выполнения стратегических планов.
3. Координация действий по реализации стратегических задач.
4. Мотивация на достижение стратегических результатов.
5. ...

Дополните последнюю функцию стратегического управления

- а. Коррекция выбранной стратегии;
- б. Контроль за процессом выполнения стратегии;**
- в. Анализ стратегических результатов.

8. К принципам стратегического управления не относится принцип:

- а. научности;
- б. жесткости в принятии решений;**
- в. целенаправленности.

5. Миссия организации – это

- а. философия и смысл существования организации;**
- б. четкая ориентация на определенный интервал времени;
- в. перечень всех необходимых для реализации стратегии ресурсов.

9. Стратегический анализ диверсифицированного предприятия – это

- а. портфельный анализ;**
- б. маркетинговый анализ;
- в. анализ факторов внешней и внутренней среды.

10. Впервые, термин стратегическое управление был введен в обиход на стыке:

- а. 1920 – 30 гг.;
- б. 1940 – 50 гг.;
- в. 1960 -70 гг.**

11. К школам стратегического планирования не относится:

- а. Школа конфигурации (Структурная школа);
- б. Школа поведенческих наук;**
- в. Школа позиционирования.

12. Что не является компонентом, определяющим содержание миссии организации:

- а. категории целевых потребителей;
- б. философия;
- в. прибыль предприятия.**

13. Стратегической задачей называется

а. предстоящее событие либо внутри организации, либо за ее пределами, которое может существенным образом повлиять на ее способность достигать свои цели;

б. дисбаланс между потребностью в определенном количестве товаров и услуг и средствами для удовлетворения потребностей;

в. конечное состояние, желаемый результат, которого стремится добиться любая организация.

14. Какая ошибка наиболее часто встречается при реализации новой стратегии?

а. Отсутствуют необходимые ресурсы

б. Необходимо много времени для приспособления к новым условиям рынка

в. Новая стратегия автоматически налагается на старую управленческую структуру

15. Что предполагает оценка стоимости стратегических программ элементарным методом?

а. Выделение элементов затрат по каждой из работ, входящих в программу

б. Калькулирование затрат на каждую из работ, входящих в программу

в. Сравнительный анализ и укрупненные расчеты на основе аналогичных проектов, реализованных ранее

16. Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем – это:

а. SWOT-анализ

б. STEP-анализ

в. Управленческий анализ

17. Что является основным недостатком стратегического планирования?

а. Невозможность создать потенциал для развития фирмы

б. Отсутствие альтернатив развития, кроме принятой

в. Невозможность дать точную и детальную картину будущего

18. Анализ факторов внешней среды предприятия осуществляется при помощи:

а. SWOT анализа;

б. PESTE анализа;

в. матрицы БКГ (BCG).

19. В 1963 году в Гарварде на конференции по проблемам бизнес политики профессор К. Andrews впервые публично озвучил методику ...? (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), что означает «Сила», «Слабость», «Возможности», «Угрозы».

- a. SWOT;
- б. PESTE;
- в. Портфельный анализ.

20. Какой из элементов не входит в состав стратегического плана?

- a. Инвестиционный план
- б. Финансовый план
- в. Маркетинговый план

Вопросы к экзамену

-УК-2 -

1. Текущее планирование: понятие, особенности
2. Организационная структура как объект стратегических изменений
3. Содержание и структура стратегического менеджмента
4. Сущность стратегического менеджмента
5. Основные отличия текущего и стратегического управления.
6. Отличия между долгосрочным, краткосрочным и стратегическим планированием.
7. Стратегическое мышление: понятие, сущность
8. Стратегическое мышление и стратегический уровень предприятия.
9. Фазы перехода к стратегическому управлению предприятием
10. Основные характеристики организационного обеспечения стратегического менеджмента
11. Анализ непосредственного окружения.
12. Основные подходы к пониманию среды хозяйственной организации
13. Методы анализа среды
14. Портфельные методы анализа
15. Методы анализа среды: SNW-анализ, SWOT -анализ.
16. Шесть шагов проведения анализа портфеля бизнесов.
17. Факторы выработки миссии по Ф. Котлеру.
18. Основные факторы, которые должны быть отражены в миссии
19. Носители интересов при определении предназначения организации.
20. Требования к целям.
21. Дерево целей.
22. Фазы и способы установления целей.
23. Формирование стратегических целей и стратегии предприятия.
24. Типы стратегий развития бизнеса.
25. Сущность стратегии организации.
26. Типы стратегий организации.
27. Стратегические планы, проекты и программы.
28. Алгоритм построения дерева целей (7 шагов).
29. Определение стратегии фирмы.
30. Стратегический диагноз (прогноз): понятие, сущность.
31. Стратегические планы, проекты и программы
32. Научное предвидение: понятие, сущность.
33. Факторы, которые формируют стратегический уровень предприятия.

34. Способы осуществления организационных изменений.
35. Необходимость осуществления и сущность организационных изменений.
36. Стратегические изменения в организации.
37. Подходы к управлению стратегическими изменениями в организации
38. Методы осуществления организационных изменений.
39. Организационная культура как объект стратегических изменений
40. Классификация действующих на предприятиях систем контроля выполнения стратегий.
41. Стратегический контроль.
42. Создание уникальных ценностных предложений и дифференциаций организациями искусства.
43. Виды стратегий (корпоративные, бизнес-стратегии) в сфере культуры
44. Документы стратегического планирования в организациях культуры.
45. Влияние государственной политики и финансирования на стратегию организации культуры
46. Особенности стратегического управления в государственных и частных организациях культуры
47. Стратегические инновации в некоммерческом секторе
48. Управление цифровыми проектами и виртуальной средой.
49. Стратегии использования социальных сетей и цифровых платформ
50. Этические и культурные аспекты стратегического управления

-ПК-1-

Расчетные задачи:

Задача 1. Портфель видов деятельности предприятия включает пять стратегических бизнес единиц (СБЕ), данные о которых приведены в таблице 4. Проанализируйте портфель методом Бостонской консалтинговой группы (БКГ) и разработайте стратегию для каждой СБЕ.

Таблица 4 – Исходные данные к задаче № 1

СБЕ	Объем продаж, млн. шт.	Количество конкурентов	Объемы продаж трех главных конкурентов, млн. шт.	Темп роста рынка, %
А	1,0	7	1,5/1,4/1,0	15
Б	3,2	18	3,2/3,2/2,0	20
В	3,8	12	3,0/2,8/2,5	7
Г	6,5	5	6,5/1,6/1,4	4
Д	0,7	9	3,0/2,5/2,0	4

Задача 2. Используя представленные данные в таблице 1, при помощи матрицы БКГ определите продуктовый портфель ООО «Художник». Для определения границ

стратегических зон хозяйствования, необходимо рассчитать средние арифметические значения темпа роста и относительной доли рынка.

Таблица 1

Вариант № 22				
№ про- дукта	Объем продаж за период, тыс. руб.		Доля рынка в отчетном периоде	
	Базовый	Отчетный	предприятие	конкурент
1	3000	4800	12	25
2	2200	2500	20	14
3	280	150	14	10
4	380	480	6	9
5	240	300	3	8
6	1300	1500	18	25
7	800	450	8	18
8	2000	1800	7	13
9	1500	2900	15	21
10	80	170	11	5
11	980	560	4	3
12	-	-	-	-

Ситуационные задания.

1. Определите факторы внешней, внутренней, промежуточной среды, влияющие на деятельность организации сферы культуры и искусства (на примере)
2. Определите миссию и цели первого порядка для организации сферы культуры и искусства (на примере).
3. Определите конкурентную стратегию для организации сферы культуры и искусства (на примере)
4. Определите стратегию диверсификации для организации сферы культуры и искусства (на примере)
5. Определите текущую стратегию, а также направления дальнейшего развития для организации сферы культуры и искусства (на примере) .
6. Определите стратегию управления персоналом для организации сферы культуры и искусства (на примере)
7. Определите стратегию управления финансами для организации сферы культуры и искусства (на примере).

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Список литературы и источников

Основная:

1. Зуб, А. Т. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 375 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03013-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560005> (дата обращения: 02.06.2025).
2. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15505-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560127> (дата обращения: 02.06.2025).

Дополнительная:

1. Литвак, Б. Г. Стратегическое планирование и прогнозирование: учебник для вузов / Б. Г. Литвак. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16674-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568539> (дата обращения: 21.05.2025).
2. Молчанова, О. П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций: учебник для вузов / О. П. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 261 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00757-2. — С. 130 — 141 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560853/p.130-141>
3. Стратегическое управление в государственной и муниципальной сфере: учебник и практикум для вузов / под редакцией С. Е. Прокофьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21404-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/571292> (дата обращения: 21.05.2025).

7.2. Периодические издания

- Культура: управление, экономика, право
- Проблемы теории и практики управления
- Управление проектами и программами

7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

- Сайт «Корпоративный менеджмент». Новости, публикации, Библиотека управления: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.cfin.ru>
- Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru>
- Журнал «Стратегия»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://strategyjournal.ru/>
- Журнал «Стратегии бизнеса»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.strategybusiness.ru/jour>
- Журнал «Экономические стратегии»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.inesnet.ru/es_magazine/latest-issue/

Доступ в ЭБС:

ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ».

ООО «Издательство Лань».

ООО «Центральный коллектор библиотек «БИБКОМ».

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Планы семинарских/ практических занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Итого часов на	ВИД РАБОТЫ
1	Тема 5. Анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней		Вопросы для обсуждения: 1. Построение карт стратегических групп конкурентов. 2. Модель пяти сил конкуренции М. Портера. 3. Закон опыта, опытная кривая. Практические задания: 1. Выполнение практических заданий Тестирование.
2	Тема 6. Стратегический анализ внутренней среды организации		Вопросы для обсуждения 1. Метод анализа цепочки ценностей М. Портера. 2. Анализ конкурентных преимуществ фирмы. Практические задания: 1. Рубежный контроль (тестирование) 2. Выполнение практических заданий 3. Решение задач 1.
3	Тема 7 Разработка стратегии организации: формирование и выбор стратегических альтернатив		Вопросы для обсуждения Вопросы для обсуждения (доклады): 1. Стратегии функциональных подсистем. 2. Продуктовая стратегия предприятия. 3. Антикризисная стратегия фирмы. 4. Процедура оценки элементов экономической стратегии фирмы. 5. Матрица выбора стратегии А. Стрикленда и А. Томпсона Практические задания: 1. Выполнение практических заданий

			2. Анализ конкретной ситуации 3. Тестирование.
4	Тема 10. Формулирование стратегий организации культуры и искусства		Вопросы к семинару: 1. Внешние и внутренние факторы, учитываемые при формировании стратегии организации культуры? 2. Интеграция культурного видения и миссии организации в стратегическую документацию? 3. Инновационные подходы к развитию организации культуры в условиях современного рынка? 4. Устойчивость и финансовая стабильность организации при реализации стратегических целей? 5. Успешные примеры разработки стратегий в сфере культуры существуют? <i>Практические задания:</i> 1. Выполнение практических заданий 2. Анализ конкретной ситуации

8.2. Методические рекомендации по проведению занятий

Методика преподавания данной дисциплины предполагает чтение лекций, проведение практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций по отдельным (наиболее сложным) специфическим проблемам дисциплины. Предусмотрена самостоятельная работа студентов, а также прохождение аттестационных испытаний промежуточной аттестации (экзамен).

Лекции посвящаются рассмотрению наиболее важных концептуальных вопросов: основным понятиям; теоретическим основам разработки стратегии, организации их эффективной реализации; обсуждению вопросов, трактовка которых в литературе еще не устоялась либо является противоречивой. В ходе лекций студентам следует подготовить конспекты лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины; проверять термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь; обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Конкретные методики, модели, методы и инструменты разработки, принятия, оптимизации стратегических управленческих решений рассматриваются на практических занятиях.

Целью проведения практических (семинарских) занятий является закрепление знаний студентов, полученных ими в ходе изучения дисциплины на лекциях и самостоятельно. Практические занятия проводятся, в том числе, в форме семинаров; на них представляются и обсуждаются доклады, обсуждаются вопросы по теме (дискуссии), разбираются конкретные ситуации из практики российского бизнеса, проводится тестирование, проводятся опросы, также предусмотрено выполнение практических заданий. Для подготовки к занятиям семинарского типа студенты выполняют проработку рабочей программы, ориентируясь на вопросы для обсуждения, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины; конспектирование источников; работу с конспектом лекций; подготовку ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Практические занятия проводятся по узловым и наиболее сложным вопросам (темам, разделам), они могут быть построены как на материале одной лекции, так и на содержании отдельного вопроса (вопросов) лекции, а также по определённой теме без чтения предварительной лекции. Главная особенность любого семинара - наличие элементов дискуссии, проблемы, диалога между преподавателем и обучающимися и самими обучающимися. Семинары выступают формой текущего контроля знаний обучающихся

При изучении дисциплины используются интерактивные методы обучения, такие как:

1. Лекция:

- проблемная лекция, предполагающая изложение материала через проблемность вопросов, задач или ситуаций. При этом процесс познания происходит в научном поиске, диалоге и сотрудничестве с преподавателем в процессе анализа и сравнения точек зрения;
- лекция-визуализация - подача материала осуществляется средствами технических средств обучения с кратким комментированием демонстрируемых визуальных материалов (презентаций).

2. Семинар:

- тематический семинар - этот вид семинара готовится и проводится с целью акцентирования внимания обучающихся на какой-либо актуальной теме или на наиболее важных и существенных ее аспектах. Перед началом семинара обучающимся дается задание – выделить существенные стороны темы. Тематический семинар углубляет знания студентов, ориентирует их на активный поиск путей и способов решения затрагиваемой проблемы.
- проблемный семинар - перед изучением раздела курса преподаватель предлагает обсудить проблемы, связанные с содержанием данной темы. Накануне обучающиеся получают задание отобрать, сформулировать и объяснить проблемы. Во время

семинара в условиях групповой дискуссии проводится обсуждение проблем.

3. Игровые методы обучения:

– анализ конкретных ситуаций (КС). Под конкретной ситуацией понимается проблема, с которой тот или иной обучаемый, выступая в роли руководителя или иного профессионала, может в любое время встретиться в своей деятельности, и которая требует от него анализа, принятия решений, каких-либо конкретных действий. В этом случае на учебном занятии слушателям сообщается единая для всех исходная информация, определяющая объект управления. Преподаватель ставит перед обучаемыми задачу по анализу данной обстановки, но не формулирует проблему, которая в общем виде перед этим могла быть выявлена на лекции. Обучающиеся на основе исходной информации и результатов ее анализа сами должны сформулировать проблему и найти ее решение. В ходе занятия преподаватель может вводить возмущающее воздействие, проявляющееся в резком изменении обстановки и требующее от обучаемых неординарных действий. В ответ на это слушатели должны принять решение, устраняющее последствие возмущающего воздействия или уменьшающее его отрицательное влияние.

Тестирование - система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Текущий контроль знаний осуществляется в форме проведения семинаров, решения задач, тестирования, а также в предусмотренных формах контроля самостоятельной работы.

Консультации преподавателя проводятся для обучающихся с целью дополнительных разъяснений и информации по возникающим вопросам при выполнении самостоятельной работы или подготовке к практическим (семинарским) занятиям, подготовке рефератов, а также при подготовке к экзамену. Консультации преподавателя проводятся в соответствии с графиком, утвержденным на кафедре, обучающийся может ознакомиться с ним на информационном стенде. Дополнительные консультации могут быть назначены по согласованию с преподавателем в индивидуальном порядке.

8.3. Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов

К началу изучения дисциплины обучающимся необходимо:

- получить индивидуальные логин и пароль для доступа в электронную информационно-образовательную среду МГИК ;
- ознакомиться с настоящими методическими указаниями для обучающихся по освоению дисциплины; перечнем основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечнем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины; перечнем учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; методическими материалами, определяющими процедуры оценивания знаний, умений, навыков,

характеризующих этапы формирования компетенций.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя такие виды и формы как: подготовка к практическому занятию, подготовка к дискуссии, презентации, подготовка доклада, конспектирование изучаемой литературы, аналитический обзор новой литературы по изучаемой теме и др.

Для более углубленного изучения материала задание для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий для самостоятельной работы, по возможности, следует ориентироваться на наглядное представление материала

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.

При изучении дисциплины обучающимися используются следующие информационные технологии:

- аудиовизуальное представление обучающимся с помощью компьютера содержания отдельных тем дисциплины на лекционных занятиях;
- предоставление обучающимся доступа к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- фиксация хода образовательного процесса по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института;
- формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Word, Excel, Power Point;
Adobe Photoshop;
Adobe Premiere;
Power DVD;
Media Player Classic.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Обучающимся по ОПОП обеспечен доступ к учебному плану, рабочей программе дисциплины в электронной форме, к электронно-библиотечной системе института, содержащей учебно-методические материалы по дисциплине в электронной форме, к информационным справочным системам, которые используются при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, посредством электронной информационно-образовательной среды института из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (www.mgik.org); ход

образовательного процесса по дисциплине фиксируется посредством электронной информационно-образовательной среды института (www.mgik.org); обеспечено формирование электронного портфолио обучающегося по дисциплине посредством электронной информационно-образовательной среды института (www.mgik.org). **Аудитории для самостоятельной работы обучающихся** оснащены персональными компьютерами, имеющими выход в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», принтерами, сканерами и пр. в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение: Word, Excel, PowerPoint.

Учебные занятия по дисциплине «Стратегический менеджмент» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением:

Таблица 3

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования и программного обеспечения
Занятия лекционного типа	Поточная аудитория, оснащенная проекционным оборудованием
Занятия семинарского типа	Поточная аудитория, оснащенная проекционным оборудованием
Самостоятельная работа студентов	Научно-техническая библиотека

11. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (при наличии)

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
 - для глухих и слабослышащих:
- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
- акустический усилитель и колонки;
 - для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

Составитель: кандидат социологических наук, доцент Устюжанина Л.В.

Приложение 2

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ Стратегический менеджмент

Искусство и гуманитарные науки

профиль: *Арт-бизнес и управление в сфере культуры*

Цели: развитие компетенций и способностей решения проблем и задач субъектов малого и среднего бизнеса в сфере культуры и искусства с использованием подходов, моделей, методов и инструментов стратегического менеджмента

Задачи:

- развитие самостоятельного творческого подхода, формирование теоретических знаний и практических навыков работы в постоянно изменяющихся разнообразных ситуациях.
- изучение общей концепции стратегического менеджмента в системе управления организацией культуры и искусства;
- овладение навыками по структурированию целей и определению стратегий достижения поставленной цели;
- обучение технологии и практике стратегического управления организацией культуры и искусства.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений ;

ПК-1 Готов к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и

искусства

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: общую структуру концепции реализуемого проекта, понимать ее составляющие и принципы их формулирования; основные нормативные правовые документы в области профессиональной деятельности; особенности психологии творческой деятельности; закономерности создания художественных образов и музыкального восприятия;

Уметь: формулировать взаимосвязанные задачи, обеспечивающие достижение поставленной цели; ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов; выстраивать оптимальную последовательность психолого-педагогических задач при организации творческого процесса;

Владеть: навыком выбора оптимального способа решения поставленной задачи, исходя из учета имеющихся ресурсов и планируемых сроков реализации задачи; понятийным аппаратом в области права; навыками самоуправления и рефлексии, постановки целей и задач, развития творческого мышления; применением на практике новых знаний и умений, приобретенных с помощью технологий менеджмента и маркетинга в сфере культуры и искусства

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных единиц.