

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
"ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ"

Факультет Производственного менеджмента и маркетинга
Кафедра Маркетинга и логистики

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
"Стратегическое бизнес-планирование"

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

формирование глубоких теоретических знаний и практических навыков по стратегическому бизнес-планированию

2. УЧЕБНЫЕ ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

- формирование целостного представления в области антикризисного управления, формирование у студента комплексного и научного представления о планировании;
- разработка перспективных стратегических планов предприятий всех организационно-правовых форм и их структурных подразделений;
- приобретение ими практических навыков стратегического бизнес-планирования, независимо от отраслевой принадлежности компаний, уровней и темпов внутрифирменных планов.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Цикл (раздел) ОПОП ВО: Б1.В.16

1.3.1. Дисциплина "Стратегическое бизнес-планирование" опирается на следующие элементы
 Формирование маркетинговой стратегии

Маркетинговое планирование в конкурентной среде

1.3.2. Дисциплина "Стратегическое бизнес-планирование" выступает опорой для следующих
 Современный стратегический анализ

Управление брендом

Управление продажами

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-8, ПК-13

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

3.1 Знать:

теоретические основы разработки системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ, организации сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнению потребителей о характеристиках продвигаемой продукции, поиска и отбора организаций, проводящих социологические опросы.

теоретические основы организации работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации

3.2 Уметь:

формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ

разрабатывать маркетинговую стратегию организации

3.3 Владеть:

Гражданским законодательством Российской Федерации, принципами построения и обратной связи с потребителями продукции СМИ

методикой проведения комплексного маркетингового исследования, особенностями риск-менеджмента

5. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ И ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость: 144 / 4

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов и тем / вид занятия/

Раздел . Теоретические основы стратегического бизнес-планирования
Тема 1.1. Стратегические элементы бизнес-планирования /Лек/
Тема 1.1. Стратегические элементы бизнес-планирования /Сем зан/
Тема 1.1. Стратегические элементы бизнес-планирования /Ср/
Тема 1.2. Стратегический подход к бизнес-планированию /Лек/
Тема 1.2. Стратегический подход к бизнес-планированию /Сем зан/
Тема 1.2. Стратегический подход к бизнес-планированию /Ср/
Тема 1.3. Предприятие как объект планирования /Лек/
Тема 1.3. Предприятие как объект планирования /Сем зан/
Тема 1.3. Предприятие как объект планирования /Ср/
Раздел . Система стратегического планирования на предприятии
Тема 2.1. Выбор стратегии /Лек/
Тема 2.1. Выбор стратегии /Сем зан/
Тема 2.1. Выбор стратегии /Ср/
Тема 2.2. Средства и методы обоснования плановых решений /Лек/
Тема 2.2. Средства и методы обоснования плановых решений /Сем зан/
Тема 2.2. Средства и методы обоснования плановых решений /Ср/
Тема 2.3. Анализ внешней и внутренней среды предприятия /Лек/
Тема 2.3. Анализ внешней и внутренней среды предприятия /Сем зан/
Тема 2.3. Анализ внешней и внутренней среды предприятия /Ср/
Раздел . Технология стратегического бизнес-планирования
Тема 3.1. Планирование стратегии предприятия /Лек/
Тема 3.1. Планирование стратегии предприятия /Сем зан/
Тема 3.1. Планирование стратегии предприятия /Ср/
Тема 3.2. Учет фактора риска в стратегическом бизнес-планировании /Лек/
Тема 3.2. Учет фактора риска в стратегическом бизнес-планировании /Сем зан/
Тема 3.2. Учет фактора риска в стратегическом бизнес-планировании /Ср/
Тема 3.3. Реализация стратегического бизнес-плана развития предприятия /Лек/
Тема 3.3. Реализация стратегического бизнес-плана развития предприятия /Сем зан/
Тема 3.3. Реализация стратегического бизнес-плана развития предприятия /Ср/

Составитель(и): канд. экон. наук, доцент Попова Т.А.

*Согласовано:
Проректор по УРиМС*



Л.Н. Костина

(подпись)