

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

модуля(курса)

«Современный стратегический анализ»

1. АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Современный стратегический анализ» является дисциплиной специализации программы и включает учебный материал, способствующий формированию у слушателей теоретических знаний и практических навыков, исходя из запросов внешних и внутренних пользователей в современных условиях хозяйствования.

Цель. Подготовка профессиональных управляющих на основе углубления полученных ранее и приобретения на продвинутом уровне новых знаний об организациях, действующих в современной деловой среде; выработки компетенций по их применению в различных, в том числе, не типичных, деловых ситуациях; формирования способности к управлению в условиях перманентных изменений и неопределенности.

2. СОДЕРЖАНИЕ

Учебная программа курса

№ п/п	Наименование модуля, разделов и тем	Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лабораторных работ, практических занятий (семинаров), самостоятельной работы с указанием кол-ва часов, используемых образовательных технологий и рекомендуемой литературы
1.	2.	3.
1.	Тема 1. Аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений.	Роль анализа при выработке стратегии. Стратегические цели. Взаимосвязь с видением, ценностями компании. Ценность во взаимоотношениях со стейкхолдерами. Методы и источники приобретения устойчивых конкурентных преимуществ. (0,25 часа)
2.	Тема 2. Обоснование стратегических решений.	Доказательства и методы доказывания. Источники данных. Количественные методы обработки данных. Качественные методы обработки данных. (0,5 часа)
3.	Тема 3. Анализ внешней среды. Сценарный стратегический анализ.	Цели и задачи стратегического анализа и диагностики внешней среды. Методы анализа макроокружения и динамики его изменения. Учет возрастания роли экологических, инфраструктурных и др. факторов, расширение традиционных моделей анализа. (0,25 часа)
4.	Тема 4. Анализ внутренней среды.	Стратегические способности, ресурсы и компетенции компании. Уникальность и ценность ресурсов и способностей. Организационные способности. Управление знаниями. Выявление динамических способностей. Организационная диагностика: структура и управленческий контроль. (0,25 часа)
5.	Тема 5. Анализ конкурентного преимущества	Выявление конкурентного преимущества. Устойчивое конкурентное преимущество. Экономия за счет опыта. Кривая опыта. Преимущества по издержкам. (0,25 часа)
6.	Тема 6. Стратегический портфельный анализ	Портфельные стратегии: особенности и модели. Анализ бизнес и продуктового портфеля компании. Влияние стратегических решений по бизнес-

		<p>портфелю компании на ее стоимость. Сценарии развития бизнес-портфеля. Этапы портфельного анализа. Методы оценки привлекательности отрасли и конкурентной позиции компании в портфельных матрицах. (0,5 часа)</p>
7.	Практические занятия (семинары)	<p>Вопросы для изучения на семинарских занятиях По теме №1:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Формулирование стратегии: набор альтернатив, критерии оценки и выбора. 2. Влияние выбора стратегии на конкурентоспособность компаний. 3. Взаимосвязь стратегии, ценностей и стоимости. Стратегические решения. 4. Отличие стратегических решений от тактических и операционных. 5. Аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений. 6. Типология инструментов стратегического анализа. 7. Роль анализа при выработке стратегии. 8. Формулирование стратегии: набор альтернатив, критерии оценки и выбора. <p>(3,5 часа) По теме №2:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ финансового потенциала компании. 2. Стратегический анализ издержек и создания ценностей для покупателей. Использование теории игр для обоснования стратегических решений. Реальные опционы. 3. Доказательства и методы доказывания. Источники данных. 4. Количественные методы и качественные методы обработки данных. 5. Анализ финансового потенциала компании. 6. Стратегический анализ издержек и создания ценностей для покупателей. <p>(3,5 часа) По теме №3:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ отрасли. Границы отраслей. Оценка привлекательности отраслей. Границы маркетингового и стратегического анализа. 2. Модели конкурентного анализа: модели расширенной конкуренции и детерминантов международной конкурентоспособности. 3. Выявление ключевых факторов успеха. 4. Анализ стратегических групп. 5. Матрица конкурентного профиля рынка. 6. Анализ стратегического отклика: матрицы EFEM, IFEM. 7. Анализ конкурентов и сегментации рынка. 8. Исследование изменений внешней среды и стратегической перспективы методами сценарного анализа. 10. Виды сценариев. Роль и особенности прогнозных и нормативных сценариев. 11. Вероятностные характеристики и временные горизонты сценариев. Методические подходы и

		<p> типовые этапы построения сценариев.</p> <p>12. Стратегическая оценка и анализ прогнозных сценариев для будущего компании, согласование со стратегиями, приоритетами и целями.</p> <p>13. Сценарно-стратегические планы.</p> <p>(3,5 часа)</p> <p>По теме №4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Эволюция типологии конкурентных стратегий. Концепции стратегического позиционирования компании М. Портера, Д Аакера, Г. Минцберга. 2. Внутренние параметры стратегической позиции компании. Источники уникальности стратегической позиции. 3. Ограничения моделей позиционирования в современных условиях. 4. Особенности позиционирования глобальных и сетевых компаний. 5. Анализ кадрового потенциала. Особенности систем мотивации, их влияние на реализуемые стратегии. 6. Особенности и совместимость стратегий, структуры, стиля управления и корпоративной культуры. 7. Стратегический анализ ресурсов, способностей и компетенций по Р. Гранту, Дж. 8. Барни, Г. Хамел и К.К. Прахалад. Анализ структуры компетенций компании. VRIO-анализ 9. уникальности и ценности ресурсов, способностей и компетенций. GAP-анализ, динамический SWOT-анализ положения организации. 10. Анализ стратегического потенциала организации. 11. Анализ эффективности использования и направлений развития компетенций и потенциала на основе методических подходов Г. Хамел и К.К. Прахалад. 12. Матрица развития корневых компетенций Г. Хамел и К.К. Прахалад. 13. Оценка степени удовлетворенности стейкхолдеров. <p>(4 часа)</p> <p>По теме №5:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ цепочки и сети ценностей: ценности, создаваемые компанией и ее партнерами. Стратегические приоритеты при создании ценности для покупателей: зоны превосходства, ценностные ориентиры. 3. Преимущество за счет дифференциации. Природа и методы анализа. 4. Методы комплексной диагностики стратегической позиции компании и возможностей ее изменения в будущем. 5. Анализ внешней и внутренней сбалансированности компании. 7. Матрица стратегического отклика организации. Системы оценки показателей успешности компаний: KPI, BSC. Анализ «слепых зон». Анализ конкурентной позиции компании. 8. Конкурентный профиль компании: матрица и
--	--	--

		<p>модель сравнительного анализа преимуществ конкурирующих компаний. Конкурентный GAP–анализ и динамический SWOT–анализ компаний конкурентов. Анализ адекватности (согласованности) стратегической позиции, стиля конкурентного поведения и стратегических действий организации (SPACE– анализ).</p> <ol style="list-style-type: none"> 9. Задачи стратегического и конкурентного бенчмаркинга в стратегическом анализе и диагностике. 10. Диагностика проблемной ситуации. Выявление проблем, причин и факторов, наиболее значимых 11. Природа и источники конкурентного преимущества. Выявление конкурентного преимущества. Устойчивое конкурентное преимущество. 12. Анализ цепочки и сети ценностей: ценности, создаваемые компанией и ее партнерами. Стратегические приоритеты при создании ценности для покупателей: зоны превосходства, ценностные ориентиры. 13. Преимущество за счет дифференциации. Природа и методы анализа. 14. Методы комплексной диагностики стратегической позиции компании и возможностей ее изменения в будущем. 15. Анализ внешней и внутренней сбалансированности компании. Матрица стратегического отклика организации. Анализ «слепых зон». <p>(4 часа)</p> <p>По теме №6:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обоснование инвестиционных стратегий с использованием матрицы ADL. 2. Учет влияния стадии жизненного цикла отрасли на факторы, определяющие конкурентную позицию компании на рынке. 3. Ограничения, проблемы и способы преодоления ограничений матричного подхода. 4. Портфельный куб и матрица стратегического отклика на внешние и внутренние факторы. 5. Портфельные стратегии: особенности и модели. 6. Этапы портфельного анализа. 7. Сравнительная характеристика портфельных матриц. 8. Методы оценки привлекательности отрасли и конкурентной позиции компании в портфельных матрицах. <p>(3,5 часа)</p>
8.	Самостоятельная работа	<p>Вопросы для самостоятельной подготовки</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Влияние выбора стратегии на конкурентоспособность компаний. 2. Взаимосвязь стратегии, ценностей и стоимости. 3. Стратегические решения. Отличие стратегических решений от тактических и операционных. 4. Стратегические способности, ресурсы и компетенции компании. Уникальность и ценность 5.

		<p>ресурсов и способностей.</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Организационные способности. 7. Управление знаниями. Выявление динамических способностей. 8. Организационная диагностика: структура и управленческий контроль. 9. Эволюция типологии конкурентных стратегий. 10. Концепции стратегического позиционирования компании М. Портера, Д 11. Аакера, Г. Минцберга. 12. Внутренние параметры стратегической позиции компании. 13. Источники уникальности стратегической позиции. 14. Ограничения моделей позиционирования в современных условиях. 15. Особенности позиционирования глобальных и сетевых компаний. <p>(20 часов)</p>
--	--	--

3. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

(формы аттестации, оценочные и методические материалы)

Промежуточная аттестация представляет собой экзамен, который проводится по билетам, включающим в себя по 2 теоретических вопроса. Для сдачи зачета слушатель должен подготовить ответы на следующие вопросы курса:

1. Роль стратегического анализа при разработке стратегии компании. Границы стратегического анализа.
2. Аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений.
3. Типология инструментов стратегического анализа.
4. Анализ финансового потенциала компании. Стратегический анализ издержек и создания ценностей для покупателей.
5. Использование теории игр для обоснования стратегических решений.
6. Реальные опционы.
7. Цели и задачи стратегического анализа и диагностики внешней среды. Методы анализа макроокружения и динамики его изменения.
8. Анализ отрасли. Границы отраслей. Оценка привлекательности отраслей.
9. Модели конкурентного анализа: модели расширенной конкуренции и детерминантов международной конкурентоспособности.
10. Анализ стратегических групп. Матрица конкурентного профиля рынка.
11. Анализ конкурентов и сегментации рынка.
12. Исследование изменений внешней среды и стратегической перспективы методами сценарного анализа.
13. Стратегическая оценка и анализ прогнозных сценариев для будущего компании, согласование со стратегиями, приоритетами и целями.
14. Стратегические способности, ресурсы и компетенции компании. Анализ уникальности и ценности ресурсов и способностей.
15. Стратегический анализ ресурсов, способностей и компетенций по Р. Гранту, Дж. Барни, Г. Хамел и К.К. Прахалад.
16. Анализ эффективности использования и направлений развития компетенций и потенциала на основе методических подходов Г. Хамел и К.К. Прахалад. Матрица развития корневых компетенций Г. Хамел и К.К. Прахалад.
17. Организационная диагностика: структура и управленческий контроль.
18. Анализ динамических способностей компании
19. Природа и источники конкурентного преимущества. Выявление конкурентного преимущества.
20. Анализ устойчивости конкурентного преимущества.
21. Анализ цепочки и сети ценностей: ценности, создаваемые компанией и ее партнерами.

22. Методы комплексной диагностики стратегической позиции компании и возможностей ее изменения в будущем.
23. Анализ конкурентной позиции компании. Конкурентный профиль компании: матрица и модель сравнительного анализа преимуществ конкурирующих компаний.
24. Конкурентный GAP–анализ и динамический SWOT–анализ компаний конкурентов.
25. Анализ адекватности (согласованности) стратегической позиции, стиля конкурентного поведения и стратегических действий организации (SPACE– анализ).
26. Задачи стратегического и конкурентного бенчмаркинга в стратегическом анализе и диагностике.
27. Диагностика проблемной ситуации. Выявление проблем, причин и факторов, наиболее значимых для развития, успеха или провала компании. Методы К. Джей – Шибана и К. Исиава.
28. Анализ бизнес и продуктового портфеля компании. Влияние стратегических решений по бизнес-портфелю компании на ее стоимость.
29. Портфельные стратегии: особенности и модели. Сравнительная характеристика портфельных матриц.
30. Методы оценки привлекательности отрасли и конкурентной позиции компании в портфельных матрицах.
31. Обоснование инвестиционных стратегий с использованием матрицы ADL.
32. Учет влияния стадии жизненного цикла отрасли на факторы, определяющие конкурентную позицию компании на рынке.
33. Портфельный куб и матрица стратегического отклика на внешние и внутренние факторы.
34. Анализ стадий жизненного цикла компании и стратегическое развитие компании.
35. Аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений.
36. Типология инструментов стратегического анализа.
37. Роль и особенности прогнозных и нормативных сценариев. Вероятностные характеристики и временные горизонты сценариев.
38. Методические подходы и типовые этапы построения сценариев.
39. Стратегическая оценка и анализ прогнозных сценариев для будущего компании, согласование со стратегиями, приоритетами и целями. Сценарно-стратегические планы.
40. Анализ кадрового потенциала. Особенности систем мотивации, их влияние на реализуемые стратегии.
41. Особенности и совместимость стратегий, структуры, стиля управления и корпоративной культуры.
42. Стратегический анализ ресурсов, способностей и компетенций по Р. Гранту, Дж. Барни, Г. Хамел и К.К. Прахалад. Анализ структуры компетенций компании. VRIO – анализ уникальности и ценности ресурсов, способностей и компетенций.
43. GAP-анализ, динамический SWOT- анализ положения организации.
44. Анализ стратегического потенциала организации. Анализ эффективности использования и направлений развития компетенций и потенциала на основе методических подходов Г.Хамел и К.К. Прахалад. Матрица развития корневых компетенций Г.Хамел и К.К. Прахалад.
45. Оценка степени удовлетворенности стейкхолдеров
46. Анализ адекватности (согласованности) стратегической позиции, стиля конкурентного поведения и стратегических действий организации (SPACE–анализ).
47. Диагностика проблемной ситуации. Выявление проблем, причин и факторов, наиболее значимых для развития, успеха или провала компании. Методы К. Джей – Шибана и К.Исиава
48. Портфельный куб
49. Матрица стратегического отклика на внешние и внутренние факторы.
50. Природа и источники конкурентного преимущества. Выявление конкурентного преимущества. Устойчивое конкурентное преимущество

Примерные тестовые задания

1. Организации находятся в состоянии постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность выживания, так ли это:

- а) отчасти
- б) да
- в) нет

2. Внешняя среда является источником, питающим организацию ресурсами, необходимыми для поддержания ее внутреннего потенциала на должном уровне, так ли

это:

- а) да
- б) отчасти
- в) нет

3. Процесс постановки целей в стратегическом менеджменте происходит:

- а) сверху вниз и по горизонтали
- б) снизу вверх
- в) сверху вниз

4. Миссия компании должна определять:

- а) сферу деятельности компании
- б) стратегические и финансовые цели
- в) ожидаемые издержки и прибыль

5. Определение потребностей покупателя, групп покупателей, технологического и функционального исполнения, – это определение ... деятельности:

- а) матрицы
- б) сферы
- в) плана

6. Процесс проникновения фирмы в другие отрасли производства:

- а) дифференциация
- б) сегментирование
- в) диверсификация

7. Родственные предприятия объединяются в ...-группу, управление которой передается одному лицу:

- а) план
- б) бизнес
- в) макси

8. Ресурсы и организационные характеристики становятся сильными сторонами, если они представляют собой ... и даже лидерства в отрасли:

- а) управленческий потенциал
- б) технологический потенциал
- в) потенциал конкурентного преимущества

9. Соглашения о сотрудничестве между компаниями без их слияния:

- а) стратегические базы
- б) стратегические альянсы
- в) стратегические стимулы

10. Воздействие технологических факторов среды можно оценивать как процесс созидания нового и ... старого:

- а) разрушения
- б) модернизации
- в) воспроизводства

11. Как называется стратегия в отношении финансов по отдельному виду деятельности компании:

- а) корпоративная
- б) функциональная
- в) операционная

12. Сценарный анализ интегрирует данные анализа внешней и внутренней среды компании, так ли это:

- а) отчасти
- б) нет
- в) да

13. Ассортиментный набор, предлагаемый в рамках стратегии лидерства по издержкам:

- а) удовлетворение особых нужд сегмента
- б) качественный базовый продукт
- в) гармоничная номенклатура

14. Важным элементом организационной культуры является ... этических норм и ценностей:

- а) план
- б) индивид
- в) система

15. Совокупность направленной и адаптированной стратегии – это такая стратегия:

- а) возникающая
- б) реальная
- в) реактивная

Формы и методы контроля и оценки результатов освоения модуля

№ п/п	Наименование процедуры	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
1	Промежуточный контроль. 1.Современный стратегический анализ	Владеет терминологией и теорией Современного стратегического анализа	Экзамен/Устный опрос

Критерии оценки

№ п/п	Наименование процедуры	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
	Промежуточный контроль. Современный стратегический анализ	<p>Отлично. Высокий уровень подготовки, безупречное владение теоретическим материалом, слушатель демонстрирует творческий подход к решению нестандартных ситуаций. Слушатель дал полный и развернутый ответ на все теоретические вопросы билета, подтверждая теоретический материал практическими примерами из практики. Слушатель активно работал на практических занятиях.</p> <p>Хорошо. В целом хорошая подготовка с заметными ошибками или недочетами. Слушатель дает полный ответ на все теоретические вопросы билета, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Допускаются ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Слушатель работал на практических занятиях.</p> <p>Удовлетворительно. Минимально достаточный уровень подготовки. Слушатель показывает минимальный уровень теоретических знаний, делает существенные ошибки при характеристике нормативно-правовой базы бухгалтерского учета, но при ответах на наводящие вопросы, может правильно сориентироваться и в общих чертах дать правильный ответ. Слушатель посещал практические занятия.</p>	Экзамен/Устный опрос

		Неудовлетворительно. Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Слушатель дает ошибочные ответы, как на теоретические вопросы билета, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Слушатель пропустил большую часть практических занятий.	
--	--	---	--

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ

4.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение программы:

Для эффективного освоения компетенций, формируемых учебной дисциплиной важно использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

Изучение учебной дисциплины предполагает наличие аудиторной и самостоятельной видов работ слушателей. В ходе практических занятий рассматриваются бизнес-кейсы, практические задачи, наиболее сложные ситуации из практики с целью наиболее полного овладения умениями и навыками.

Лекции по учебной дисциплине призваны формировать знания, предусмотренные учебной программой, и включают теоретическую базу ведения Современного стратегического анализа, на базе которой строятся прикладные аспекты.

Освоение дисциплины предполагает значительный объем самостоятельной внеаудиторной работы, которую слушатели должны выполнять как индивидуально, так и в малых группах. Наряду с проработкой основной литературы (глав базового учебника) предусмотрено самостоятельное чтение дополнительной литературы (статей и других научных публикаций), а также проведение анализа кейсов, которые обсуждаются в ходе дискуссий на практических занятиях.

Практические занятия в малых группах и самостоятельная внеаудиторная работа направлены на выработку навыков экономического анализа деятельности предприятий и формирования профессиональных компетенций, установленных в соответствии с целями и задачами дисциплинами.

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы и организационные мероприятия:

- изучение теоретического материала дисциплины на лекции с использованием компьютерных технологий;
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, электронных библиотек, методических разработок, специальной и научной литературы;
- закрепление теоретического материала при проведении практических занятий с использованием учебного и научного оборудования, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий.

Самостоятельная работа слушателей включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Решение практических ситуаций и задач
3. Изучение источников управленческой информации
4. Работу с ресурсами Интернет
5. Решение практических ситуаций в виде творческих заданий
6. Изучение практических материалов деятельности конкретных предприятий
7. Изучение статистикой информации
8. Подготовку к экзамену по курсу «Современный стратегический анализ».

Цель самостоятельной работы - подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

4.2. Содержание комплекта учебно-методических материалов.

конспект лекций по курсу «Современный стратегический анализ»

https://thelibrary.ru/books/n_s_plaskova/strategicheskii_i_tekuschiy_ekonomicheskii_analiz_uchebnik.html

4.3. Используемые образовательные технологии. Применяются методы проблемного и интерактивного обучения.

4.4. Литература.

а) основная литература:

Казакова, Н. А. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для вузов / Н. А. Казакова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 469 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11138-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511185>

Отварухина, Н. С. Современный стратегический анализ : учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 463 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14975-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511127>

Отварухина, Н. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Н. С. Отварухина, В. Р. Веснин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02841-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512182>

Наумов, В. Н. Стратегический маркетинг : учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 356 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/1021445. — ISBN 978-5-16-015270-7. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1850664>

б) дополнительная литература

Стратегический маркетинг для магистров : учебник / под общ. ред. О.Н. Жильцовой. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. — 316 с. — ISBN 978-5-9558-0434-7. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1153779>

Глуценко, А. В. Стратегический учет : учебник и практикум для вузов / А. В. Глуценко, И. В. Яркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 240 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05061-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515403>

Стратегический маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512109>

4.5. Материально-технические условия реализации программы:

Приводятся сведения об условиях проведения лекций, лабораторных и практических занятий, а также об используемом оборудовании и информационных технологиях.

Материально-техническая база

№ п.п.	Наименование модуля (тем, разделов)	Материально-технические условия для реализации программ (наличие лабораторий, производственных участков и т.п. по профилю программы профессиональной переподготовки)
1.	Тема 1. Аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений.	Реализация дисциплины предполагает наличие: - аудиторий для лекционных и практических занятий с необходимым мультимедийным оборудованием; - операционная система Microsoft Windows, пакет прикладных программ Microsoft Office и свободно распространяемого программного обеспечения. В ходе проведения занятий рекомендуется использовать компьютерные иллюстрации для поддержки различных видов занятий, подготовленные с использованием Microsoft Office или других средств визуализации материала.
2.	Тема 2. Обоснование стратегических решений.	
3.	Практические занятия (семинары)	