

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Московский физико-технический институт  
(национальный исследовательский университет)»**

**УТВЕРЖДЕНО  
Проректор по учебной работе**

**А.А. Воронов**

**по дисциплине:** **Рабочая программа дисциплины (модуля)**  
Основы стратегического менеджмента

**программа аспирантуры:** Компьютерные науки и информатика

**курс:** кафедра инновационного менеджмента  
1

Семестр, формы промежуточной аттестации: 1 (осенний) - Дифференцированный зачет

Аудиторных часов: 30 всего, в том числе:

лекции: 30 час.

семинары: 0 час.

лабораторные занятия: 0 час.

Самостоятельная работа: 48 час.

Всего часов: 78, всего зач. ед.: 2

Количество контрольных работ, заданий: 2

Программу составили:

В.И. Тинякова, д-р экон. наук, профессор

О.И. Дранко, д-р техн. наук, доцент

В.А. Ириков, д-р техн. наук, профессор

Н.С. Бирюков, канд. физ.-мат. наук

Программа обсуждена на заседании кафедры инновационного менеджмента 15.08.2022

## Аннотация

Курс знакомит с основными понятиями стратегического менеджмента и стратегического маркетинга, а также дает базовые навыки необходимые для ориентирования в деловой среде.

### 1. Цели и задачи

#### Цель дисциплины

Формирование базовых знаний по стратегическому менеджменту и стратегическому маркетингу для их дальнейшего использования в практике научно-исследовательской и инженерно-технической деятельности, формирование навыков стратегического мышления и описания прогностического образа будущего состояния социально-экономических систем разного уровня, приобретение умений разработки оптимальной стратегии и управления эффективностью ее реализации.

#### Задачи дисциплины

- Формирование у обучающихся базовых знаний по стратегическому менеджменту и стратегическому маркетингу
- Формирование инновационной управленческой культуры и навыков постановки и решения научных и производственных задач в организационных системах.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны

знать:

- цели и задачи стратегического менеджмента, как комплексной дисциплины, обеспечивающей успешную реализацию коллективных усилий по формированию и практическому применению набора стратегических решений
- методы стратегического маркетинга
- инструменты и методы стратегического анализа

уметь:

- формировать основные положения стратегии организации
- использовать основные инструменты стратегического маркетинга
- оценивать величину рынка инноваций

владеть:

- терминологией, используемой в стратегическом менеджменте;
- навыками работы с информацией, документами, людьми с целью получения и передачи информации и организации совместной деятельности;
- основными навыками, необходимыми для формирования стратегических решений

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

#### 3.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкости по видам учебных занятий

№	Тема (раздел) дисциплины	Трудоемкость по видам учебных занятий, включая самостоятельную работу, час.			
		Лекции	Семинары	Лаборат. работы	Самост. работа
1	Современная парадигма стратегического менеджмента	4			8
2	Стратегический маркетинг	6			8
3	Инструменты и методы стратегического анализа	6			8
4	Формирование и выбор стратегии	6			8
5	Стратегический портфельный анализ	4			8

6	Управление реализацией стратегией и оценка ее эффективности	4			8
Итого часов		30			48
Подготовка к экзамену		0 час.			
Общая трудоёмкость		78 час., 2 зач.ед.			

### 3.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

#### Семестр: 1 (Осенний)

##### 1. Современная парадигма стратегического менеджмента

От планирования к стратегическому планированию и стратегическому менеджменту.

Учет условий быстро изменяющейся среды.

Научно-техническая и технологическая безопасность государства.

Обсуждение кейсов / ситуаций обучающихся.

##### 2. Стратегический маркетинг

Место стратегического маркетинга в менеджменте.

Методы оценки объема продаж для технологических инноваций.

Воронка TAM - SAM - SOM.

Типовые ошибки оценки объема продаж.

Обсуждение кейсов / ситуаций обучающихся.

##### 3. Инструменты и методы стратегического анализа

Определение трендов и скачков рынка.

Парная и множественная регрессия.

##### 4. Формирование и выбор стратегии

Задачи стратегического выбора.

Формирование мероприятий по продвижению инноваций.

Оценка затрат по предлагаемым мероприятиям. Выбор приоритетов.

Оценка объема продаж и выручки при выполнении р

Обсуждение кейсов / ситуаций обучающихся.

##### 5. Стратегический портфельный анализ

Задача управления долгосрочным ростом с помощью стратегического портфельного анализа.

Метод парных сравнений.

Матрица BCG.

Обсуждение кейсов / ситуаций обучающихся.

##### 6. Управление реализацией стратегией и оценка ее эффективности

Методы оценки достижения целей стратегии.

Формирование программы реализации стратегии.

Обсуждение кейсов / ситуаций обучающихся.

### 4. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебная аудитория, оснащенная доской, компьютером, мультимедиапроектором и экраном.  
Система дистанционного проведения занятий типа ZOOM / Google Meet

## **5.Перечень рекомендуемой литературы**

Основная литература

1. Стратегическое управление для инновационного предприятия [Текст] / В. А. Ириков ; М-во образования и науки РФ, Моск. физ.-техн. ин-т (гос. ун-т), Каф. инновационного менеджмента - М.МФТИ,2016

Дополнительная литература

## **6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Не используются

## **7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Пакеты офисных приложений типа MS Word, Excel, Powerpoint, Access или их аналоги.

Доступ к сети «Интернет».

На лекционных занятиях используются мультимедийные технологии, включая демонстрацию презентаций.

Система дистанционного проведения занятий типа ZOOM / Google Meet

## **8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Для успешного освоения данной дисциплины следует:

- посещать лекции;
- выполнить условие финальное задание в письменном виде;
- своевременно представить задание на проверку преподавателю.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**программа аспирантуры:** Компьютерные науки и информатика  
Физтех-школа физики и исследований им. Ландау  
кафедра инновационного менеджмента

**курс:** 1

Семестр, формы промежуточной аттестации: 1 (осенний) - Дифференцированный зачет

**Разработчики:**

В.И. Тинякова, д-р экон. наук, профессор

О.И. Дранко, д-р техн. наук, доцент

В.А. Ириков, д-р техн. наук, профессор

Н.С. Бирюков, канд. физ.-мат. наук

## 1. Показатели оценивания компетенций

В результате изучения дисциплины «Основы стратегического менеджмента» обучающийся должен:

### знать:

- цели и задачи стратегического менеджмента, как комплексной дисциплины, обеспечивающей успешную реализацию коллективных усилий по формированию и практическому применению набора стратегических решений
- методы стратегического маркетинга
- инструменты и методы стратегического анализа

### уметь:

- формировать основные положения стратегии организации
- использовать основные инструменты стратегического маркетинга
- оценивать величину рынка инноваций

### владеть:

- терминологией, используемой в стратегическом менеджменте;
- навыками работы с информацией, документами, людьми с целью получения и передачи информации и организации совместной деятельности;
- основными навыками, необходимыми для формирования стратегических решений

## 2. Перечень типовых (примерных) вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

С целью контроля освоения обучающимися учебного материала проводится устный опрос в начале занятия по теме прошлого занятия.

Решение простых задач на закрепление навыков в аудитории.

Обсуждение кейсов.

Анкетирование участников занятий.

## 3. Перечень типовых (примерных) вопросов и тем для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Условие задания для дифференцированного зачета: следует выполнить следующее задание в письменном виде:

Задание: ключевое слово – "Рынок".

- Выбрать инновацию с высоким коммерческим потенциалом. Возможный инструмент - метод парных сравнений
- Охарактеризовать сегмент рынка, на котором планируется осуществлять позиционирование выбранной инновации
- Проанализировать тенденции развития выбранного сегмента рынка и построить эконометрическую модель, позволяющую оценить его конъюнктуру в будущем
- Разработать анкету для опроса потенциальных покупателей инновации, с ее помощью провести опрос и составить характеристический портрет потребителя
- Разработать план мероприятий по продвижению инновации с указанием величины затрат на каждое из них
- Провести прогнозную оценку объема продаж инновации и выручки

Предполагаемый объем - 3-4 страницы WORD (копия в PDF)+ расчеты в Excel (обязательно с формулами).

Шрифт - Times, размер - 14, интервал - 1.

В начале текста указать:

- полные Фамилию, Имя, Отчество

- Школу, группу,

- Название работы / проекта

- распределение ролей (частей) в группе из нескольких участников

В конце текста указать источники информации

Если задание готовится группой, объем возрастает с коэффициентом 0,5 к числу участников.

В начало письма включить: "Результат оригинальности при самопроверке на антиплагиат - XX%". Можно воспользоваться сайтом <https://www.antiplagiat.ru/>.

#### Критерии оценивания

Оценка проставляется по 10-бальной шкале.

8-10 баллов - полное, связное изложение содержания проекта, расчетов, выводов

5-7 баллов - недостаточно полное изложение материала, расчетов, выводов

3-4 балла - разрозненное изложение материала, наличие ошибок в расчетах, увязке материала и расчетов

1-2 балла - наличие грубых ошибок, неверное применение формул, необоснованность исходных данных и т.п.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Процесс прохождения зачета предполагает присылку задания в письменном виде заранее на почту кафедру инновационного менеджмента [dranko.tl@mipt.ru](mailto:dranko.tl@mipt.ru) до 15 апреля (WORD, PDF, Excel).

После проверки задания при наличии существенных замечаний преподаватель может направить работу на доработку, до 5 мая.