

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.08.2021 14:35:35

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Стратегия развития сервисных фирм

Закреплена за кафедрой **Антикризисное и корпоративное управление**

Учебный план z43.03.01_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	5		Итого	
	уп	рпд		
Лекции	12	12	12	12
Практические	24	24	24	24
В том числе инт.	18	18	18	18
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная	36	36	36	36
Сам. работа	99	99	99	99
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Целью изучения дисциплины «Стратегия развития сервисных фирм» является формирование у бакалавров современного подхода к управлению предприятием с позиций анализа их стратегических позиций и стратегического планирования деятельности, а также приобретение необходимых навыков и практического опыта по их применению в конкретных кризисных ситуациях.
1.2	Задачи дисциплины: дать студентам теоретические основы стратегического управления бизнесом; познакомить с основами формирования продуктово-рыночных, маркетинговых, кон-курентных и портфельных стратегий; освоить методы стратегического, конкурентного и позиционного анализа для управления кризисным предприятием; выработать навыки анализа ситуации в отрасли; использовать результаты стратегического анализа и прогнозирования при принятии управленческих решений в кризисных ситуациях.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2: готовностью к планированию производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства

Знать:

инструменты и методы планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса с целью повышения его рыночной стоимости

Уметь:

применять на практике подходы и методы оценки рыночной стоимости предприятия сервиса

Владеть:

инструментами и методами планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия сервиса, оказывающими прямое и косвенное воздействие на его рыночную стоимость

ПК-3: готовностью к изучению научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта в сервисной деятельности

Знать:

методы количественного и качественного анализа внешней и внутренней информации при принятии управленческих решений

Уметь:

проводить количественный и качественный анализ научно-технической информации при принятии управленческих решений в сервисе

Владеть:

инструментарием проведения количественного и качественного анализа научно-технической информации при принятии управленческих решений в сервисе
ПК-4: готовностью к участию в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом национально-региональных и демографических факторов
Знать:
базовые социально-психологические особенности потребителя сервисного предприятия с учетом национально-региональных и демографических факторов
Уметь:
принимать участие в проведении исследований социально-психологических особенностей потребителя сервисных услуг с учетом национально-региональных и демографических факторов
Владеть:
ключевыми методами определения социально-психологических особенностей потребителя сервисного предприятия с учетом национально-региональных и демографических факторов