

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.08.2021 14:34:01

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Стратегия развития сервисных фирм

Закреплена за кафедрой **Антикризисное и корпоративное управление**

Учебный план 43.03.01_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	Неделя			
Неделя	17,3			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	18	18	18	18
Практические	18	18	18	18
В том числе инт.	30	30	30	30
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная	36	36	36	36
Сам. работа	72	72	72	72
Часы на контроль	36	36	36	36
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, конкурентных 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